



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS MADUROS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA DEL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: IPIALES, G. Jimmy B.

DIRECTOR: ING. COM. VALLEJOS, O. Marcelo H.

IBARRA, SEPTIEMBRE 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal del presente proyecto tiene por objeto determinar la factibilidad de la creación de una cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros en la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro, provincia de Imbabura, estudiándose para tal efecto diferentes aspectos con el fin de tener una visión clara de tal actividad. Se realizó en primer lugar un diagnóstico situacional, estableciendo los principales aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto, en donde además se determina los problemas que actualmente representa la producción de quesos maduros en la parroquia de Mariano Acosta, con el fin de brindar propuestas eficaces en esta investigación. Se establece el marco teórico, con el objetivo de sustentar y fortalecer conceptos necesarios para un mejor conocimiento del tratamiento productivo que se le da a la leche y obtener el producto final. El estudio de mercado, determinó, la oferta y demanda, además el precio en el mercado de quesos y también las posibles estrategias para aplicar en la introducción del producto en el mercado. El estudio técnico se procede al análisis de variables como la macro y la micro localización, el tamaño y distribución de la planta y la ingeniería del proyecto, realizando un estudio financiero en donde intervienen los costos de operación, flujo de caja, identificación del capital a través de un análisis financiero, para obtener un estado de resultados del proyecto que muestre claramente la inversión, el tiempo de recuperación de la misma y la viabilidad del proyecto. A continuación se procede a una identificación y determinación de los impactos que intervienen dándole un valor cualitativo para identificar el grado de participación en el proyecto. Finalmente se propone las conclusiones y recomendaciones para un efectivo desempeño de lo que se expone en este presente proyecto.

ABSTRACT

The main objective of this project under study is to determine the feasibility of creating a producer of cheese in the Pimampiro city, Imbabura Province, studied for this purpose different aspects in order to have a clear view of such activity. First was conducted a situational analysis, setting the main allies, opportunities and risks of the project opponents. Theoretical framework is established, in order to sustain or strengthen concepts necessary for better understanding of the milk treatment and cheese elaboration. Thus, we conducted a market survey, which was determined especially the supply and demand of the product in the market. In this sense, the technical study prepared for the project by setting both the macro and micro localization and the size and distribution of the plant and project engineering., Performing a financial study that clearly shows the investment recovery time the same and the viability of the project., established an organizational study and determine the impacts resulting from project implementation. Finally respective details the findings and recommendations of the project.

AUTORÍA

Yo, Ipiáles Guamán Jimmy Bladimir, portador de la cedula de identidad N°. 1003669908, declaro bajo juramento que el presente proyecto aquí desarrollado es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS MADUROS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA DEL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido presentado ante ningún grado previamente, ni calificación profesional, y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en esta documento.

En la ciudad de Ibarra, a los 28 días del mes de Julio del 2016



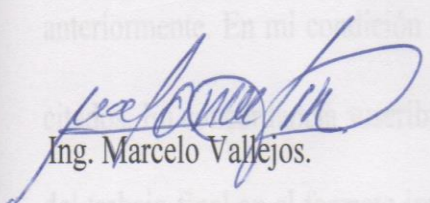
Ipiáles Guamán Jimmy Bladimir

C.I: 1003669908

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado Ipiales Guamán Jimmy Bladimir, para optar por el Título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS MADUROS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA DEL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”, Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 28 días del mes de Julio del 2016.


Ing. Marcelo Vallejos.

C.I.1001813821

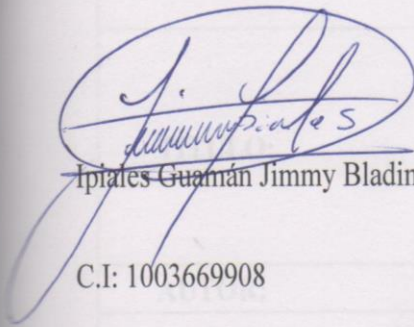


CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Ipiales Guamán Jimmy Bladimir, portador de cédula de ciudadanía Nro. 1003669908, decido con voluntad ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4,5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS MADUROS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA DEL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniero Comercial, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citados. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hagamos la entrega del trabajo final en el formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del

CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003669908
APellidos y Nombres:	IPIALES GUAMÁN JIMMY BLADIMIR
	Av. Atahualpa 40-08 y Pasaje S/N Sector Bellavista de Caranqui
EMAIL:	jimmyipiales@gmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0991944901

Ibarra, 13 de Septiembre 2016


Ipiales Guamán Jimmy Bladimir

C.I: 1003669908

DATOS DE LA OBRA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS MADUROS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA DEL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA",

IPIALES GUAMÁN JIMMY BLADIMIR

SÓLO PARA TRABAJOS DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003669908
APELLIDOS Y NOMBRES:	IPIALES GUAMÁN JIMMY BLADIMIR
DIRECCIÓN:	Av. Atahualpa 40-08 y Pasaje S/N Sector Bellavista de Caranqui
EMAIL:	jimmyipiales@gmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0991944901
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS MADUROS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA DEL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”,
AUTOR:	IPIALES GUAMÁN JIMMY BLADIMIR
SÓLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERÍA COMERCIAL <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ASESOR/DIRECTOR:	Ing. MARCELO VALLEJOS

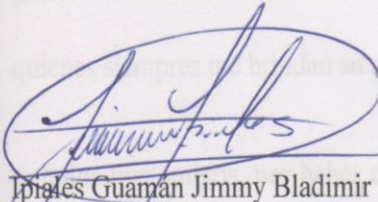
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Ipiales Guamán Jimmy Bladimir, con cédula de ciudadanía Nro. 1003669908, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, 13 de Septiembre 2016



Ipiales Guamán Jimmy Bladimir

C.I: 1003669908

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la fuerza y bendición en cada paso de mi vida, por darme salud, iluminar mi camino y ser cada día más humilde con aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante este proceso de preparación académica, lo cual me ha permitido alcanzar mis objetivos propuestos.

A mi querida madre, Delia Ipiales, quién representa en mi vida esa imagen de mujer luchadora, quien sola nos sacó adelante. Por ser siempre mi soporte en todo momento, por su ejemplo de amor, constancia y perseverancia. Gracias por haberme inculcado el amor a Dios, sus valores y principios. Simplemente no puedo pedir más padre, que tu madre querida.

A mis hermanos Wilinton y Nayeli por su apoyo en este importante proceso, por su ayuda y consejos que me han servido de guía en todo momento.

A mi tío, tía y primos: Miguel Angel, Rosa, Andres, Paulina y Diego Ipiales quienes nunca dejaron de brindarme ese apoyo y formarme ese gran hombre que soy ahora.

A una mujer muy especial que llegó a mi vida en los momentos más difíciles y supo levantarme, gracias María Aurora Vinueza Diaz, y hoy día a nuestro retoño James Leonel Ipiales Vinueza, quienes siempre me brindan su apoyo incondicional.

A todos mis amigos, por haber compartido conmigo esta aventura inolvidable, por el apoyo durante nuestra formación profesional.

JIMMY I.

AGRADECIMIENTO

A mis maestros, quienes participaron en mi proceso académico compartiendo sus conocimientos y consejos.

A mi director de tesis, gracias por su entrega, voluntad, apoyo, paciencia y asesoramiento desinteresado que fue una guía para la culminación de este sueño.

A mi Universidad por acogerme en sus aulas y brindarme saberes y vivencias, por verme crecer y darme la mejor experiencia de mi vida.

Por último a todos los colaboradores indirectos quienes de una u otra manera contribuyeron al logro que Dios me permite disfrutar.

JIMMY I.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE GRAFICOS	xxv
PRESENTACION.....	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxviii
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxix
CAPÍTULO I	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
Antecedentes	30
Objetivos.....	32
Objetivo general.....	32
Objetivos específicos.....	32
Matriz de relación diagnóstica	33
Mecánica operativa	34
Identificación de la población.....	34
Técnicas e instrumentos de recolección de información	34
Información primaria	35
Información secundaria.....	35
Análisis de la información	36
Aspecto socio – cultural.....	36
Situación geográfica.....	36
Población.....	40

Identidad cultural	43
Costumbres y tradiciones	44
Valores culturales.....	45
Infraestructura básica	45
Organizaciones Sociales	49
Aspectos económicos.....	50
Actividades económicas.....	50
Aspecto Político – Legal.....	52
Economía popular y solidaria en la Constitución ecuatoriana.....	52
Economía popular y solidaria en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017	53
Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador.....	54
Normas para la certificación de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para alimentos procesados.....	54
Producción láctea	57
Cantidad de cabezas de ganado vacuno.	57
Volumen de leche	58
Tipos de productos lácteos.....	59
Análisis del diagnóstico situacional.....	59
Aliados	60
Oponentes	60
Oportunidades	61
Riesgos.....	61
Determinación de la oportunidad de inversión.	62
CAPÍTULO II.....	63
MARCO TEÓRICO.....	63
Objetivo general.....	63
La leche	63
Métodos de conservación.....	64
Recepción e higienización	65
Productos lácteos	65
Quesos.....	66
Quesos maduros	67
Quesos semi-maduros	67
Maduración	68

Economía popular y solidaria	68
Formas de organización de la producción en la economía.	69
Formas de organización de la economía popular y solidaria.....	69
Organizaciones del sector cooperativo	70
Sector Cooperativo.....	70
Cooperativismo	70
Cooperativas de producción.....	71
Constitución de una organización EPS.	72
Documento que se debe presentar para la aprobación de una organización EPS.....	72
Constitución de cooperativas de producción	73
Requisitos para obtener la aprobación de una asociación EPS.....	73
Personalidad jurídica de las organizaciones de EPS.....	74
Aprobación, registro y control de las organizaciones de economía popular y solidaria.....	74
Órgano regulador del Sector Económico Popular y Solidario.....	74
Tiempo que tarda el trámite de aprobación de la personería jurídica de las Asociaciones y Cooperativas de economía popular y solidaria.	75
Registro de las organizaciones de EPS.	75
Entidad que emite la autorización de funcionamiento de las organizaciones EPS.....	75
Control tributario a las organizaciones de economía popular y solidaria a cargo del servicio de rentas internas.....	76
Deberes formales que deben cumplir las formas de organización de la economía popular y solidaria.....	76
Exoneración tributaria a las formas de organización de la economía popular y solidaria.....	77
Obligación de llevar contabilidad	78
Registro sanitario	78
Obtención del Registro Sanitario	79
Vigencia del Registro Sanitario	80
Importancia	81
Elementos de la administración	81
Planeación	81
Organización	82
Dirección.....	82
Control	83
Estructura organizacional.....	83

Organigrama	83
Estructura legal	84
Mercadotecnia.....	84
Mercado	84
Mercado potencial.....	85
Mercado meta.....	85
Segmentación de mercado	85
Oferta	85
Demanda	86
Comercialización	87
Precio	87
Bienes sustitutos.....	88
Localización del proyecto	88
Macro localización.....	88
Micro localización	89
Tamaño del proyecto.....	89
Ingeniería del proyecto	89
Flujograma	90
Tecnología.....	90
Gastos operacionales.....	91
Gastos administrativos	91
Gastos financieros.....	92
Estados financieros proforma o proyectados	92
Balance de situación financiera proforma.....	92
Estado de resultados proforma.....	92
Estado de origen y aplicación de recursos proforma	93
Evaluadores financieros	93
Flujo de caja.....	93
Valor actual neto (VAN).....	94
Determinantes del VAN.....	94
Tasa interna de retorno (TIR)	94
Punto de equilibrio.....	95
Relación costo-beneficio (CB).....	95
Determinantes de la relación costo-beneficio (CB)	96

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	96
Impactos	96
Impactos Social	97
Impacto Económico	97
Impacto Educativo y Empresarial	97
Impacto Ambiental.....	97
CAPÍTULO III.....	99
ESTUDIO DE MERCADO	99
Presentación	99
Identificación del producto	100
Características Químicas.....	101
Objetivos del estudio de mercado	102
Objetivo general.....	102
Objetivos específicos.	102
Matriz de variables de mercado	103
Mecánica Operativa	104
Identificación de la Población.....	104
Identificación de la Muestra.....	105
Técnicas e instrumentos	106
Información Primaria	106
Información Secundaria	106
Tabulación y análisis de información	107
Resultados encuesta aplicada a la población del sector urbano de la ciudad de Ibarra:	107
Análisis de la demanda	119
Comportamiento histórico	119
Segmentación del Mercado Meta.....	119
Cantidad total demandada.....	119
Volumen de quesos maduros demandados en kilogramos.	121
Proyección de la demanda en kilogramos de quesos maduros	122
Análisis de la oferta	124
Comportamiento histórico	124
Comportamiento histórico de la oferta	125
Proyección de la oferta.....	125
Estimación de la demanda insatisfecha.....	127

Participación del proyecto.....	128
Análisis de precios	128
Precios Históricos	128
Determinación de márgenes de precios	129
Canales de distribución	129
Estrategias de mercado	130
CAPÍTULO IV.....	135
ESTUDIO TÉCNICO	135
Introducción	135
Localización del proyecto	135
Macro localización.....	135
Micro Localización	136
Diseño de instalaciones.....	137
Distribución de la planta	138
Área – Recepción de Leche	139
Área de producción.....	139
Laboratorio.....	139
Bodega	139
Cámara de maduración	139
Administración.....	140
Vestidores y Baños	140
Área de Empaque.....	140
Especificaciones técnicas de la planta	140
Acceso a la planta	140
Entrada Sanitaria.....	140
Paredes externas.....	141
Paredes internas	141
Techos.....	141
Pisos y drenajes.....	141
Iluminación	141
Instalaciones eléctricas.....	142
Ventilación.....	142
Ingeniería del proyecto.	142
Proceso de producción.	142

Elaboración queso Holandés.....	142
Fórmula para la elaboración de queso maduro	149
Presupuesto técnico.....	150
Inversión en propiedad, planta y equipo	150
Terreno.....	150
Edificio.....	151
Vehículo.....	151
Maquinaria y equipo	152
Muebles y enseres	153
Equipo de oficina	154
Equipo de computación.....	155
Materiales de seguridad industrial	155
Resumen de la inversión fija.....	156
Inversión variable o capital de trabajo	156
Gastos de constitución	156
Sueldos y salarios.....	157
Proyección personal administrativo.....	158
Proyección mano de obra directa.....	158
Proyección mano de obra indirecta.....	159
Proyección personal de ventas	159
Suministros	159
Suministros de oficina.....	159
Suministros de aseo y limpieza.....	161
Proyección suministros aseo y limpieza	161
Servicios básicos.....	161
Proyección servicios básicos administrativos	162
Proyección servicios básicos producción.....	162
Gastos de mantenimiento del equipo de cómputo	163
Proyección mantenimiento equipo cómputo.....	163
Gasto mantenimiento maquinaria	163
Proyección mantenimiento maquinaria.....	164
Gastos de publicidad.....	164
Proyección publicidad y marketing	165
Gasto implementos de trabajo.....	165

Proyección implementos de trabajo	166
Mantenimiento equipo seguridad.....	166
Proyección mantenimiento equipo de seguridad	166
Gasto combustible y mantenimiento de vehículo	167
Proyección gastos para vehículo	167
Requerimiento de materia prima.....	167
Materia prima directa.....	167
Materia prima indirecta.....	169
Resumen del capital de trabajo	170
Inversión total del proyecto	171
CAPÍTULO V	172
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	172
Conformación interna y externa de la empresa.....	172
Nombre o Razón Social	172
Marco Legal.....	173
Constitución de cooperativas de producción	173
Requisitos para obtener la aprobación de una asociación EPS.....	173
Registro Único de Contribuyente (RUC).....	175
Patente Municipal	175
Permisos de funcionamiento	175
Permiso sanitario de funcionamiento.....	175
Permiso de funcionamiento de cuerpo de bomberos	176
Misión	176
Visión.....	176
Política de Calidad	177
Política social y ambiental	177
Política de producción.....	177
Política Administrativa	178
Política de comercialización	178
Políticas generales de control del talento Humano	179
Valores	179
Logotipo y slogan	180
Estructura organizacional.....	180
Funciones básicas de la organización	180

Organigrama estructural.....	182
Descripción de funciones.....	182
Descripción orgánica funcional	182
Junta general de socios.....	182
Gerencia	183
Secretaría.....	184
Contabilidad.....	184
Departamento de producción	185
Operarios.....	185
Departamento de Comercialización.....	186
Matriz de competencias laborales	186
CAPITULO VI.....	188
ESTUDIO FINANCIERO	188
Estado de situación financiera inicial	188
Determinación de ingresos proyectados	189
Determinación de egresos proyectados.....	190
Costos de producción.....	190
Gastos administrativos.....	191
Tabla de amortización.....	192
Tabla de depreciaciones.....	193
Estado de resultados proyectado.....	194
Flujo de efectivo financiero	196
Evaluación financiera.....	196
Costo de oportunidad	196
Cálculo de la TIR	197
Recuperación del dinero en el tiempo.....	197
CAPÍTULO VII	199
IMPACTOS	199
Impacto económico.....	200
Impacto social	201
Impacto cultural	202
Impacto comercial.....	203
Impacto ambiental.....	204
Impacto general.....	205

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	206
CONCLUSIONES	206
RECOMENDACIONES	208
BIBLIOGRAFÍA	210
LINKOGRAFIA:	213
ANEXO.....	214
ANEXO 1.....	215
ANEXO 2.....	219

ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de relación diagnóstica.....	33
2. Población de la parroquia Mariano Acosta.....	40
3. Población según grupos de edad.....	41
4. Población según etnia.....	43
5. Infraestructura y cobertura de servicios básicos.....	46
6. Cobertura de salud.....	47
7. Cobertura de educación.....	48
8. Cobertura vial.....	49
9. Presidentes cabildos 2015.....	50
10. Asociaciones registradas en la SEPS.....	50
11. Actividades Económicas.....	51
12. Productos por sector económico.....	51
13. Número de UPAs y cabezas de ganado por especies y razas, cantón Pimampiro.....	57
14. Volumen de leche, cantón Pimampiro.....	58
15. Tipos de quesos maduros.....	100
16. Tipos de quesos maduros.....	102
17. Matriz de variables de mercado.....	103
18. Población de la ciudad de Ibarra,2010.....	104
19. Proyección de las familias.....	105
20. Consumo de quesos maduros.....	107
21. Preferencia de quesos maduros.....	108
22. Preferencia de marca en quesos maduros.....	109
23. Características de Preferencia.....	110
24. Volumen de consumo mensual.....	111
25. Presentación de Preferencia.....	112
26. Utilidad del queso maduro.....	113
27. Frecuencia de consumo mensual.....	114
28. Producto nuevo.....	115
29. Precio.....	116
30. Canales de distribución.....	117
31. Publicidad de queso maduro.....	118
32. Nivel de aceptación.....	121

33. Volumen de consumo mensual.....	121
34. Volumen de quesos maduros, anual.....	122
35. Proyección de la demanda.....	124
36. Oferta Histórica.....	125
37. Proyección de la oferta.....	127
38. Demanda Insatisfecha.....	127
39. Participación del proyecto en el mercado.....	128
40. Distribución de la planta.....	138
41. Instalaciones de la empresa.....	138
42. Requerimiento terreno.....	150
43. Requerimiento edificio.....	151
44. Adecuación de instalaciones.....	151
45. Necesidad de vehículo.....	152
46. Maquinaria y equipo.....	152
47. Muebles y enseres.....	154
48. Equipo de oficina.....	154
49. Equipo de computación.....	155
50. Equipo de seguridad.....	155
51. Resumen de la inversión fija.....	156
52. Activos diferidos.....	157
53. Sueldos y salarios.....	157
54. Proyección personal administrativo.....	158
55. Proyección M. O. D.....	158
56. Proyección M. O. I.....	159
57. Proyección personal de ventas.....	159
58. Suministros de oficina.....	160
59. Proyección suministros de oficina.....	160
60. Suministros de aseo y limpieza.....	161
61. Proyección suministros aseo y limpieza.....	161
62. Servicios Básicos.....	162
63. Proyección servicios básicos administrativos.....	162
64. Proyección servicios básicos producción.....	162
65. Mantenimiento equipo de cómputo.....	163
66. Proyección mantenimiento equipo de cómputo.....	163

67. Gasto Mantenimiento maquinaria.....	164
68. Proyección mantenimiento maquinaria.....	164
69. Gasto publicidad	164
70. Proyección publicidad y marketing	165
71. Gasto implementos de trabajo.....	165
72. Proyección implementos de trabajo	166
73. Mantenimiento equipo de seguridad.....	166
74. Proyección mantenimiento equipo de seguridad	166
75. Gastos vehículo.....	167
76. Proyección gastos vehículo.....	167
77. Formula de elaboración de queso Holandes	168
78. Precio de materia prima	168
79. Producción de leche	168
80. Unidades de queso a producir	169
81. Costo de materia prima directa	169
82. Proyección materia prima directa	169
83. Proyección materia prima indirecta	170
84. Resumen del capital de trabajo	170
85. Inversión total proyecto	171
86. Inversión total proyecto	171
87. Matriz de competencias laborales.....	186
88. Estado de situación inicial del proyecto.....	188
89. Determinación costo	189
90. Proyección precio de venta	189
91. Ingresos proyectados.....	190
92. Costos de producción.....	190
93. Costos de producción.....	190
94. Gastos administrativos	191
95. Gastos ventas	191
96. Tabla de amortización.....	192
97. Depreciaciones activas fijos.....	193
98. Flujo de efectivo financiero	196
99. Recuperación del dinero en el tiempo.....	197
100. Resumen de la inversión financiera.....	198

101. Valoración de impactos	199
102. Índices de valoración de impactos.....	199
103. Impacto económico	200
104. Impacto social.....	201
105. Impacto cultural.....	202
106. Impacto comercial	203
107. Impacto ambiental	204
108. Impacto general.....	205

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Mapa de ubicación geográfica de la parroquia Mariano Acosta	36
Gráfico 2: Mapa limítrofe de la parroquia Mariano Acosta	37
Gráfico 3 Mapa de aptitudes de suelos.	38
Gráfico 4 Consumo de quesos maduros.....	107
Gráfico 5 Preferencia de quesos maduros.....	108
Gráfico 6 Preferencia de marca en quesos maduros.	109
Gráfico 7 Características de Preferencia.....	110
Gráfico 8 Volumen de consumo mensual.....	111
Gráfico 9 Presentación de Preferencia.....	112
Gráfico 10 Utilidad del queso maduro.....	113
Gráfico 11 Frecuencia de consumo mensual.	114
Gráfico 12 Producto nuevo.	115
Gráfico 13 Precio.	116
Gráfico 14 Canales de distribución.....	117
Gráfico 15 Publicidad de queso maduro.....	118
Gráfico 16 Sistema de Comercialización.....	130
Gráfico 17 Mapa de Macro Localización.	136
Gráfico 18 Mapa de la Micro Localización del proyecto.	137

PRESENTACION

El presente proyecto consiste en el estudio de factibilidad para la creación de una cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros en la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro, provincia de Imbabura, esta investigación contiene los siguientes capítulos:

El Capítulo I, consiste en un diagnóstico situacional el cual ayudó a recolectar información específica, misma que permitió visualizar la situación actual del mercado, logrando así identificar la factibilidad de la inversión.

El Capítulo II, es el marco teórico enfocado a sustentar el estudio del presente proyecto, se lo realizó mediante la recopilación de información con bases teóricas científicas haciendo uso de fuentes bibliográficas y documentales.

El Capítulo III, presenta el estudio de mercado en donde se identifica y analiza el estudio de la oferta y demanda potencial, estableciendo el precio basado en el análisis de la competencia que existe en relación al mercado y como referencia para su fijación haciendo uso de la encuesta a personas que consumen con seguridad este producto, así como también a los habitantes de la Mariano Acosta productores de este tipo de quesos y comercializadores de productos derivados de lácteos.

El Capítulo IV, muestra el estudio técnico el cual permitió de manera acertada determinar la localización del proyecto, así como también el tamaño y diseño de sus instalaciones para la óptima producción y comercialización del producto.

El Capítulo V, consiste en el estudio económico o financiero que presenta puntualmente un presupuesto de inversión, proyección de ventas, balance general, estados financieros, flujo de caja y una evaluación de la inversión, necesarios para la realización del proyecto.

El Capítulo VI, establece un estudio organizacional de la estructura orgánica y funcional de la empresa, como se plantea la misión, visión, objetivos. Para su efecto se aplicó el análisis de la situación legal que permitió recabar información para sustentar la investigación técnico legal del proyecto.

El Capítulo VII, muestra los principales impactos relacionados con la implementación del proyecto y su influencia en el aspecto económico, social, comercial y educativo.

Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones y anexos respectivos.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es de importancia, ya que en su desarrollo se implementará una cooperativa productora y comercializadora de quesos maduros en la parroquia Mariano Acosta del Cantón Pimampiro, provincia de Imbabura.

La generación de este proyecto permitirá contribuir con el octavo y décimo objetivo del actual PLAN DEL BUEN VIVIR 2013-2017, para el Ecuador. El cambio de matriz productiva que se pretende lograr en la parroquia Mariano Acosta, a través de la asociación de personas para la producción y comercialización de quesos maduros.

La creación de esta cooperativa será de gran rentabilidad para las comunidades que la integren, debido a que se aportará al crecimiento familiar y comunitario.

Con la creación de esta cooperativa productora de quesos se originarán beneficios socio-económicos, ya que se fomentarán nuevos puestos de empleos y así de esta manera cooperar a la estabilidad económica de la parroquia y del cantón.

Ante esto, se ha formulado el estudio de la presente propuesta de creación de una cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros el cual es un proyecto objetivo en donde se analizaron los aspectos socio-culturales de la parroquia Mariano Acosta, teniendo en cuenta la gestión administrativa y técnica que requiere un proyecto de inversión optimizando el factor productivo del sector en este caso, producción y transformación de lácteos y sus derivados.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros en la Parroquia Mariano Acosta del Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro.
2. Estructurar las bases científicas y teóricas que sustenten la propuesta del proyecto.
3. Identificar la oferta, demanda y posibles canales de distribución para la comercialización de quesos maduros en la ciudad de Ibarra.
4. Efectuar el estudio técnico que permita definir tanto la macro – micro localización del proyecto, como los elementos técnicos que se van utilizar en el proceso productivo.
5. Demostrar la factibilidad del proyecto mediante el empleo de técnicas y herramientas financieras para su consecuente financiamiento.
6. Diseñar la estructura organizacional para la cooperativa de producción.
7. Determinar los posibles impactos que generará la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El ejemplo más claro de éxito en proyectos de cooperativas de producción agrícola de queserías rurales en el Ecuador es el realizado en Salinas de Guaranda, provincia de Bolívar, más conocido como el “Salinerito”.

Elementos como capacitación a los campesinos con respecto a la higiene, puntualidad y dedicación a un oficio delicado, organización de base comprometida, planificación de producción y canales de comercialización, son los que se pretenden replicar en la creación de una cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros en la parroquia Mariano Acosta del Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura.

Pimampiro es un cantón de la Provincia de Imbabura en Ecuador. Su nombre oficial es San Pedro de Pimampiro, se ubica a 52 kilómetros al noreste de Ibarra, la capital provincial. Al norte limita con la provincia del Carchi, al sur con la provincia del Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con el cantón Ibarra.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en base al último Censo de Población y Vivienda realizado el 2010, el cantón Pimampiro tiene una población de 12.970 habitantes, es decir, es el cantón con la más baja población en la provincia de Imbabura, ya que representa el 3.8% a nivel provincial y el 0.11% a nivel nacional. El 57% de la población habita en la parte urbana, en tanto que el 43% lo hace en el sector rural.

El cantón Pimampiro se encuentra subdividido en tres parroquias rurales (Mariano Acosta, Chugá, San Francisco de Sigüipamba) y una parroquia urbana (Pimampiro). Mantiene tres grandes grupos humanos que son los que, de alguna forma moldean sus características culturales y sociales. Estos son: Población indígena de la nacionalidad Kichwa, población afro ecuatoriana y población mestiza.

En la actualidad, la mayor población indígena se sitúa principalmente en la parroquia Mariano Acosta, en tanto que la población afro ecuatoriana está concentrada en la comunidad Chalguayacu, en la parte baja del cantón, y vecina de El Juncal.

Mariano Acosta es una de las parroquias rurales del cantón Pimampiro, fue fundada el 18 de noviembre de 1919 (En esta época pertenecía al cantón Ibarra), con 600 pobladores se eleva a la categoría de parroquia civil, gracias al incremento de los recursos económicos y a la administración de justicia que contribuyó a su organización. Lleva el nombre del ilustre patriota y religioso Reverendísimo Canónico Doctor Mariano Acosta. Según el Plan de Desarrollo local de la Parroquia de Mariano Acosta, los pobladores de Angochagua y de Rinconada solían trabajar en calidad de aparceros, peones y huasipungueros en las haciendas de la jurisdicción. Esta condición social constituyó un estímulo que les obligó a buscar el mecanismo de independizarse del yugo de los terratenientes.

La economía de la parroquia Mariano Acosta por muchos años ha dependido de la venta de productos agropecuarios, los cuales son el resultante del esfuerzo y ahínco al labrar sus tierras. También sobre viven por la obtención de leche de su ganado; la cual en ocasiones se vende a industrias lácteas y si no surge la oportunidad, la leche es destinada a la elaboración de queso fresco, para luego poder vender en las ferias que se realizan en el mercado central de Pimampiro. Muchos de los pobladores de la parroquia estarían dispuestos a asociarse para crecer juntos. Es por ello la propuesta de la creación de una cooperativa de producción y

comercialización de quesos maduros en la parroquia Mariano Acosta del Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general.

Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Mariano Acosta, Cantón Pimampiro.

1.2.1. Objetivos específicos.

- Conocer los aspectos socio- culturales de la parroquia Mariano Acosta.
- Identificar los aspectos económicos de la parroquia Mariano Acosta.
- Determinar los aspectos político – legales, para la creación de una cooperativa de producción.
- Determinar la producción láctea existente en la parroquia Mariano Acosta.

1.3. Matriz de relación diagnóstica

Cuadro 1

Matriz de relación diagnóstica.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Conocer los aspectos socio- culturales de la parroquia Mariano Acosta.	Aspecto socio – cultural.	Aspecto Geográfico	Secundaria	Documental	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015
		Población	Secundaria	Documental	
		Identidad Cultural	Secundaria	Documental	
		Costumbres y Tradiciones	Secundaria	Documental	
		Valores Culturales	Secundaria	Documental	
		Infraestructura Básica	Secundaria	Documental	
		Organizaciones Sociales	Secundaria	Documental	
Identificar los aspectos económicos de la parroquia Mariano Acosta.	Aspecto Económico	Actividades Económicas	Secundaria	Documental	INEC
Determinar los aspectos político – legales, para la creación de una cooperativa de producción.	Aspecto Político - Legal	Economía Popular y Solidaria	Secundaria	Documental	Constitución de la República del Ecuador. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Ley de Economía Popular y Solidaria.
Determinar la producción láctea existente en la parroquia Mariano Acosta.	Producción Láctea	Cantidad de cabezas de ganado	Secundaria	Documental	MAGAP-ZONA 1
		Volumen de Leche	Secundaria	Documental	MAGAP-ZONA 1
		Tipos de Productos	Primaria	Observación Directa	Mercado Central Pimampiro.

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

1.4. Mecánica operativa

El presente estudio diagnóstico se lo realizó utilizando el siguiente procedimiento:

1.4.1. Identificación de la población

La población sujeta al estudio diagnóstico, son los pobladores de la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura. Todos aquellos habitantes que se dediquen a la ganadería, siendo objeto de estudio central la materia prima de ésta, que es la leche.

Los aspectos socio – culturales; esencia de la parroquia Mariano Acosta fueron proporcionados por el presidente de la junta parroquial el Sr. Ramiro Arciniegas y el Dr. Jaime Pepinos, jefe departamental de educación y cultura del GAD Pimampiro, a través del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro.

También fueron de gran ayuda las instituciones de la ciudad de Ibarra como son: MIES (Ab. Tania Camargo) y MAGAP – ZONA 1 (Ing. Manuel Hernán, encargado de la producción ganadera del cantón Pimampiro), mismos que facilitaron información documental relevante para la elaboración del presente diagnóstico.

1.4.2. Técnicas e instrumentos de recolección de información

El diseño de instrumentos de recolección de datos se realizará basándose en las variables e indicadores de la matriz diagnóstica. Con el levantamiento de la información se pretende tener argumentos explicativos y descriptivos que permitan tener un análisis sistemático y relevante de lo investigado.

1.4.3. Información primaria

Ficha de Observación: Esta técnica se la aplicó con una visita realizada a la parroquia Mariano Acosta, el día sábado 03 de mayo del 2015. Partiendo del terminal de la ciudad de Ibarra a las 05:45 horas, con un trayecto de una hora y treinta minutos hasta el terminal de Pimampiro, luego un traslado a la parroquia en camionetas de alquiler, pues es el único medio de transporte hacia los sectores rurales.

1.4.2. Información secundaria

Para la realización del presente diagnóstico se recurrió a la siguiente información documental:

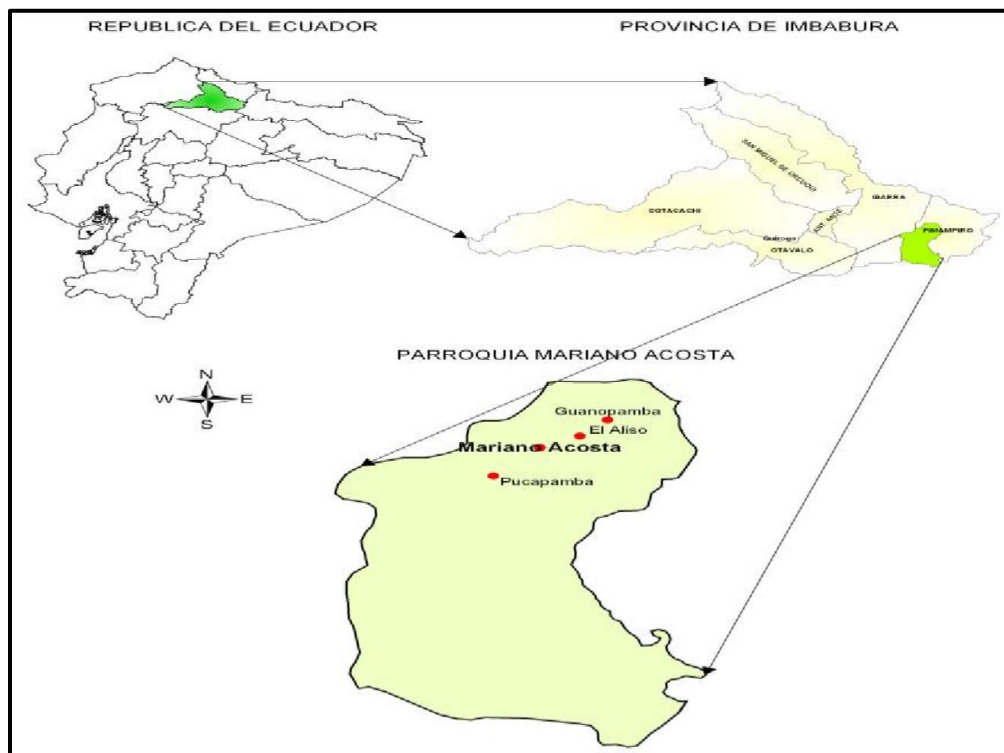
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.
- Registros de presidentes de cabildos 2015 del cantón Pimampiro – Jefatura Política del cantón Pimampiro.
- Registros de organizaciones sociales inscritas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).
- Constitución de la república del Ecuador, 2008.
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017, Ecuador.
- Ley de Economía Popular y Solidaria, Ecuador 2011.
- Folletos de publicación del III Censo Nacional Agrícola, Ecuador. MAGAP – ZONA 1.
- Folletos de publicación por el INEN, Censo de Condiciones de Vida 2006, Ecuador.

1.5. Análisis de la información

1.5.1. Aspecto socio – cultural

1.5.1.1. Situación geográfica

Gráfico 1 Mapa de ubicación geográfica de la parroquia Mariano Acosta



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

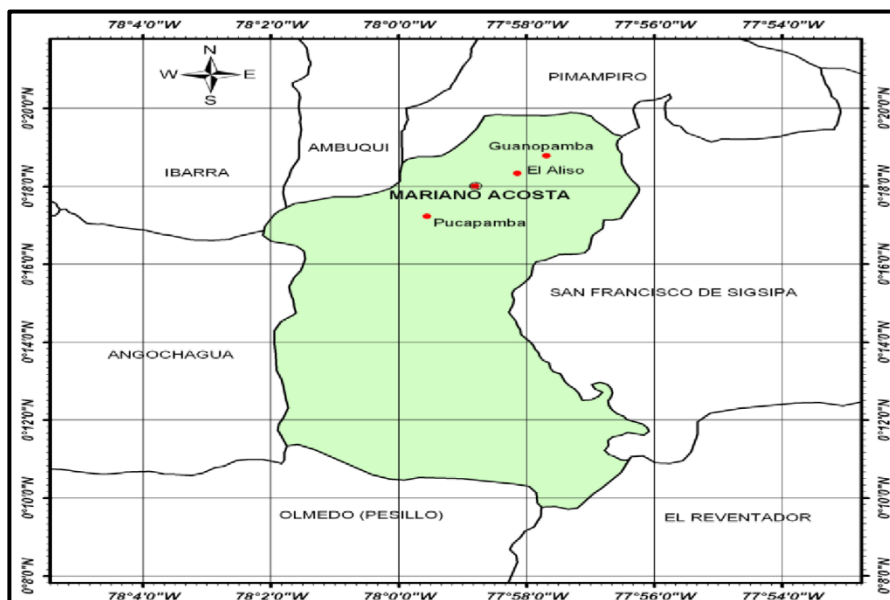
La parroquia Mariano Acosta se encuentra ubicada al sur-este de la provincia de Imbabura y a 58.60 Km de la ciudad de Ibarra, capital provincial. La cabecera parroquial de Mariano Acosta se encuentra en las siguientes coordenadas geográficas: $0^{\circ} 17' 48, 47''$ de latitud norte y $77^{\circ} 58' 56, 19''$ de longitud oeste.

- **Límites**

La parroquia Mariano Acosta limita al norte con la cabecera cantonal de Pimampiro, y con la parroquia de Ambuquí del cantón Ibarra; al sur con las parroquias de Olmedo del cantón Cayambe y El Reventador del cantón Gonzalo Pizarro (provincia de Sucumbíos), al oeste con

las parroquias de Angochagua y la cabecera cantonal del cantón Ibarra, y al este con la parroquia de San Francisco de Sigsipamba del cantón Pimampiro.

Gráfico 2: Mapa limítrofe de la parroquia Mariano Acosta



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

- **Superficie**

La parroquia Mariano Acosta cuenta con una superficie de 133,76 Km².

- **Altura**

De acuerdo a su topografía, se encuentra entre los 2.080 y 3.960 m.s.n.m., y la cabecera parroquial se encuentra a 2980 m.s.n.m. aproximadamente.

- **Clima**

La parroquia Mariano Acosta despliega un clima frío en la parte alta de los páramos, los mismos que se encuentran desde los 3.200 hasta los 3.960 m.s.n.m., y templado frío desde los 2.080 hasta los 3.960 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 890 a 2.000 mm, su temperatura promedio anual es de 6 °C en la parte alta y alcanza los 15 °C en la parte baja. El centro

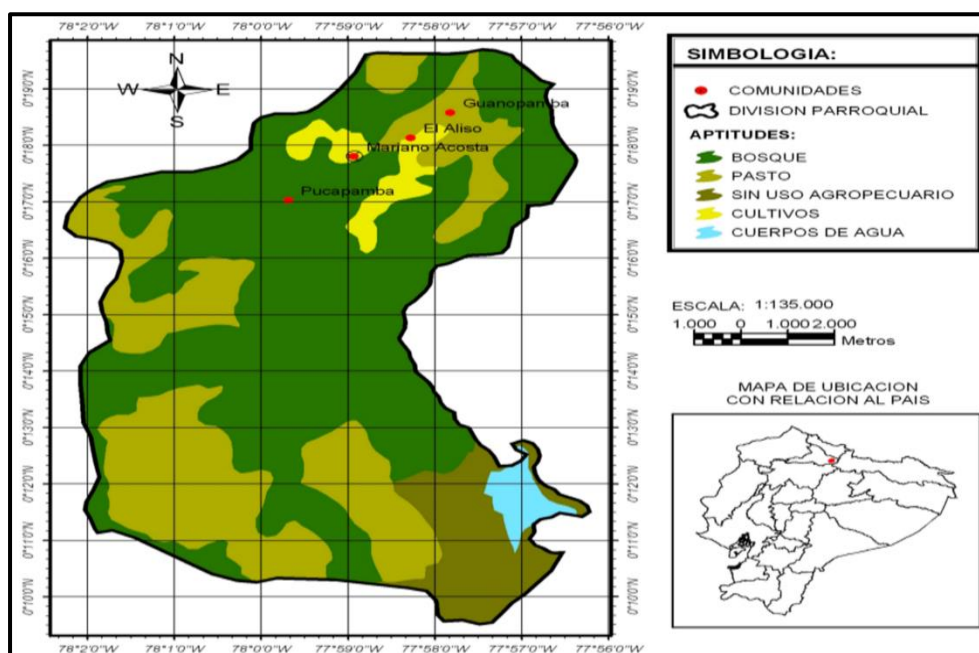
parroquial presenta un clima templado frío con una temperatura media aproximada de 12 °C y una pluviosidad de 1.235 mm. Además otro factor importante es la presencia de meses secos; así como también en la parte central de la parroquia se presentan 3 meses secos y en la parte alta y sur de la parroquia existe un mínimo de 1 mes seco, siendo este un problema que afecta a la producción agrícola y ganadera en épocas de estiaje.

- **Suelos**

En los suelos de la parroquia de Mariano Acosta se determinaron diferentes categorías de aptitud agrícola, se encuentran divididos en cinco áreas muy importantes de acuerdo a su potencial: Bosques, páramos (pastos), cuerpos de agua, sin uso agropecuario y cultivos.

El uso potencial de los suelos de la parroquia de Mariano Acosta, por sus características edáficas (suelo) y de pendiente es de vocación forestal, de conservación, agrícola y ganadera, lo que se expresa con los resultados gráficos y numéricos obtenidos en el diagnóstico realizado en la parroquia.

Gráfico 3 Mapa de aptitudes de suelos.



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015

Bosque: Esta superficie corresponde a suelos con pendientes fuertes, cuya precipitación está por encima del 30%, por este motivo toda actividad agro productiva no es recomendable, puesto que existe peligro de que se ocasionen riesgos naturales, tales como la erosión activa provocando deslizamientos. Toda esta área cubre una superficie de 7.635,43 hectáreas, lo que representa el 57,08% de la superficie parroquial.

Pastos: La superficie ocupada como pastos (páramo) cubre un área de 3.985,49 hectáreas, lo que corresponde al 29,80% del territorio parroquial y se caracteriza por tener pendientes que varían desde el 12% hasta el 40%, regulares o irregulares con micro relieves. Es una zona marginal para la agricultura, sin embargo su presencia es positiva para la ganadería, puesto permite su alimentación y crianza.

Cultivos: La zona que se destina a los cultivos corresponde a pendientes que se encuentran entre el 1% y 12%, caracterizándose por tener pendientes débiles y porque presentan características óptimas para toda actividad agrícola y operaciones de mecanización, facilitando de esta forma el regadío sin que se produzcan riesgos naturales como la erosión.

Toda esta zona tiene una superficie de 408,39 hectáreas lo que corresponde al 3.05 % de la superficie parroquial. Por tal motivo es un área muy importante para el sustento y desarrollo productivo de la parroquia. Se recomienda actividades agrícolas que no causen impactos ambientales negativos al recurso suelo, debiendo ser manejadas con prácticas apropiadas como son los sistemas agroforestales, diversificación de cultivos, cultivos de huertos, producción ganadera y otras áreas de pastoreo.

Sin uso agropecuario: Toda esta zona tiene una superficie de 1.104,11 hectáreas, lo que corresponde al 8,25 % de la superficie parroquial.

Cuerpos de agua: El área correspondiente a la presencia de cuerpos de agua es de vital importancia para las poblaciones aledañas, ya que constituyen principales reservorios de agua para las futuras generaciones. Se convierte en un área importante para que sea conservada, protegida y manejada sustentablemente.

1.5.1.2. Población

La población total de la parroquia Mariano Acosta es de 1.544 habitantes, la mayoría corresponden a población indígena con 919 habitantes que representan el 59,50% del total y se encuentra localizada en las comunidades; y la población mestiza con 625 habitantes que corresponde al 40,50% de población. En la parroquia hay más mujeres que hombres: 788 son mujeres siendo el 51,04% del total, mientras que 756 corresponden a hombres determinándose como el 48,96% de la población total.

Cuadro 2

Población de la parroquia Mariano Acosta

PARROQUIA	POBLACIÓN TOTAL	HOMBRES	PORCENTAJE	MUJERES	PORCENTAJE
MARIANO ACOSTA	1.544	756	48,96%	788	51,04%
TOTAL	1.544	756	48,96%	788	51,04%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

La parroquia Mariano Acosta tiene una población de adultos mayores en gran porcentaje, pues corresponde a 956 habitantes entre 19 y 65 años, mientras que los jóvenes son solo 588 habitantes de 0 a 18 años. Este fenómeno se presenta por la migración existente en la parroquia.

Cuadro 3**Población según grupos de edad.**

PARROQUIA MARIANO ACOSTA	
GRUPOS DE EDAD	POBLACIÓN
De 0 a 5 Años	160
De 6 a 12 Años	220
De 13 a 18 Años	208
De 19 a 32 Años	235
De 33 a 45 Años	181
De 46 a 64 Años	286
De 65 y Más	254
TOTAL	1.544

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

Elaborado por: Ipiates J. **Año:** 2016

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO POBLADORES DE
LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA

Para el cálculo de la muestra se toma a todos los pobladores de la parroquia de Mariano Acosta que en especial se dedican a la producción de leche y sus derivados.

Donde:

n= Tamaño de la muestra	Valor a obtener
N=Tamaño de la población	415 Familias
S=Varianza	0,25
Z=Nivel de confianza	(95%) 1,96
E= Error máximo admisible	(5% población finita)

Elaborado por: Ipiates J. **Año:** 2016

Para la determinación de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{(417) * (0,25)^2 * (1,96)^2}{(417 - 1) * (0,05)^2 + (0,25)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{100.1217}{1.2801} = 78.21$$

RESULTADOS OBTENIDOS

En base al cálculo realizado se determina una muestra de 78 encuestas a aplicar a los ganaderos de la parroquia de Mariano Acosta del cantón Pimampiro.

Diseños de instrumentos de investigación

El presente diagnóstico fue realizado en base a varias técnicas de investigación de campo:

INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la obtención de información se aplicó las técnicas:

Observación directa visitando el sector ganadero, como también los hogares que producen leche.

Encuestas dirigidas a campesinos, productores familiares y beneficiarios del proyecto de la parroquia Mariano Acosta.

INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para obtener información y sustento teórico sobre la producción de leche en la parroquia Mariano Acosta, se recurrió a folletos, proyectos en distintos lugares, internet, bibliografía con temas similares.

Evaluación de información

(VER ANEXO 2)

Análisis e interpretación de Datos.

(VER ANEXO 2)

1.5.1.3. Identidad cultural

En la parroquia existe la mayor población indígena con el 88,02% por lo que las costumbres y tradiciones de la población indígena son las más representativas dentro del territorio.

Cuadro 4

Población según etnia.

PARROQUIA MARIANO ACOSTA			
ETNIA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Indígena	42,13%	45,89%	88,02%
Afroecuatoriano/a			
Afrodescendiente	0,10%	0,13%	0,23%
Negro/a	0,03%	0,02%	0,06%
Mulato/a	0,01%	0%	0,01%
Montubio/a	0,01%	0,02%	0,03%
Mestizo/a	5,64%	5,41%	11,04%
Blanco/a	0,24%	0,26%	0,50%
Otro/a	0,06%	0,03%	9,50%
TOTAL	51,23%	48,77%	100%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

La identidad cultural se refiere al grado de pertenencia y de identificación que los pobladores de la parroquia tienen o sienten hacia su propia cultura. De hecho la identidad cultural tiene varios parámetros como el territorio étnico, idioma, cosmovisión, conocimiento ancestral andino (agricultura, recursos naturales, biodiversidad), tradición oral (mitos y leyendas), costumbres y tradiciones (vestimenta, fiestas inti-raymi, alimentación, música) entre los más representativos. Pero de todos ellos, el parámetro más visible ha sido desde siempre la vestimenta la misma que puede ser utilizada como un indicador para analizar el grado de pertenencia a una cultura u otra. Pero no hay que dejar de notar que en este proceso hay

situaciones externas a una comunidad y/o parroquia que no está su control como son los procesos de globalización.

El tema de identidad cultural se ha vuelto en un asunto de interés de la parroquia por cuanto es el elemento primordial para garantizar la sustentabilidad y sostenibilidad de los procesos de desarrollo con identidad.

1.5.1.4. Costumbres y tradiciones

- **Inti Raymi - Fiesta del sol**

Tradición ancestral del pueblo indígena, en la parroquia Mariano Acosta, según su cosmovisión esta fiesta se originó como demostración de agradecimiento al Dios Sol y la Pacha Mama (Madre Tierra), que les brinda el sustento con la cosecha de productos propios de la región. En esta celebración se reúnen todas las comunidades indígenas, que realizan danzas, bailes y actos referentes a la fiesta, más conocido como las octavas de Mariano Acosta.

- **Trueque – semana santa**

Es una tradición ancestral de toda la vida y única en la región, consiste en intercambiar productos de las diferentes zonas sin la utilización del dinero. Los habitantes de la parroquia de mariano Acosta también son partícipes de esta tradición con sus productos. En esta tradición se reúnen moradores de Pimampiro, Carchi, Colombia y otros sectores para efectuar el trueque en las calles aledañas al mercado municipal, justo el viernes y sábado por la noche antes del domingo de ramos e inicio de semana santa que es una celebración religiosa de fé y oración.

1.5.1.5. Valores culturales

Los valores culturales son todos aquellos elementos que fortalecen la identidad de su pueblo. Para la parroquia Mariano Acosta, estos valores son eminentemente indígenas y por lo tanto su cosmovisión, filosofía y forma de vida rige la vida cotidiana de sus habitantes. La población mestiza es minoritaria, por lo que se evidencia que su modo de vida está sujeto a los estándares y valores del pueblo indígena de la parroquia.

La cultura indígena está sustentada por su territorialidad ancestral. Por lo tanto, los pobladores de esta parroquia se identifican con sus valores culturales autóctonos. En cada una de las comunidades de la parroquia existe una protección importante de sus respectivas costumbres y tradiciones de ser indígena”. Las mujeres aún mantienen su vestimenta tradicional. Los valores de la cultura local son tan fuertes como para sostener la identidad y conducir el desarrollo de la parroquia acorde con sus propias expectativas y tradiciones.

1.5.1.6. Infraestructura básica

La parroquia Mariano Acosta no dispone de agua potable para el consumo humano, sólo posee agua entubada sin ningún tratamiento, lo cual corresponde a una necesidad primordial a ser satisfecha por parte de las autoridades correspondientes. Esta es la razón principal para tener un alto índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). Además tampoco se cuenta con una apropiada recolección de basura. Estos aspectos se describen en el siguiente cuadro.

Cuadro 5

Infraestructura y cobertura de servicios básicos.

PARROQUIA MARIANO ACOSTA		
INDICADOR	MEDIDA	TOTAL
Viviendas	Cantidad	515
Hogares	Cantidad	516
sistemas de eliminación de excretas	% (viviendas)	35,1
Servicio eléctrico	% (viviendas)	76,3
Servicio telefónico	% (viviendas)	1,9
Servicio de recolección de basura	% (viviendas)	15,3
Déficit de servicios residenciales básicos	% (viviendas)	90,9
Vivienda propia	% (hogares)	76,5
Hacinamiento	% (hogares)	38,8

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

- **Salud**

La deficiente condición sanitaria y de seguridad alimentaria, da lugar a una serie de enfermedades recurrentes como parásitos, infecciones respiratorias, enfermedades estomacales. Para la atención de la salud la población acude al subcentro de Mariano Acosta, el cual brinda una atención integral.

El personal médico visita las comunidades para capacitar a la población sobre la Ley de Maternidad Gratuita y Atención a la Infancia. En las escuelas se brindan charlas sobre salud e higiene. Se realizan diferentes campañas anuales de vacunación a niños y niñas. Información obtenida del PDOT- parroquia Mariano Acosta 2006-2016.

Los índices prevalentes de salud en la parroquia según los datos del Sistema de Información para el Desarrollo local en el Ecuador (INFOPLAN), el subcentro dispone de una enfermera y una auxiliar de enfermería. No se cuenta con un equipamiento básico, ni medicamento. La atención no es permanente, la posta médica de la comunidad “El Inca” se encuentra cerrada por falta de personal, y la unidad del Seguro Social Campesino ubicada en

el Tejar, presta atención a los afiliados con citas médicas itinerantes que atienden determinados días en la semana dentro de medicina general y odontología.

Cuadro 6

Cobertura de salud.

PARROQUIA MARIANO ACOSTA	
SERVICIOS	TOTAL
Establecimientos sin internación	1
Centros de salud	0
Dispensarios médicos	0
Puestos de salud	0
Subcentros de salud	1
Personal en establecimientos de salud	3
Médicos/as - establecimientos públicos	1
Médicos/as - establecimientos privados	0
Obstetrices - establecimientos públicos	0
Obstetrices - establecimientos privados	0
Enfermeras/os - establecimientos públicos	1
Enfermeras/os - establecimientos privados	0
Auxiliares de enfermería - establecimientos públicos	1
Auxiliares de enfermería - establecimientos privados	0

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

Elaborado por: Ipiales J. **Año:** 2016

- **Educación**

La parroquia Mariano Acosta cuenta con un colegio, una escuela y un jardín de educación pública, en el centro urbano. Las comunidades de Guanupamba y La Florida disponen de escuelas pluridocentes. Además existen escuelas primarias en las comunidades de Rumipamba, La Armenia, El Alisal, Colimburo, Buenos Aires, El Inca, El Tejar y Los Árboles.

Los niños con acceso a educación primaria está en el orden del 91% de asistencia escolar, rango aceptable dada las condiciones de dispersión comunitaria, por lo que se determina que existe una buena motivación de los padres hacia la educación de la niñez. Al existir un solo colegio en la parroquia y por las limitaciones económicas, el índice de acceso determina una pérdida del 73,5% de niñez que no accede a la educación media, y, éstos aspectos

torna que el acceso a la educación superior sea crítico, en tanto que sólo el 1,33% accede a la formación profesional.

Cuadro 7

Cobertura de educación.

INDICADORES	PARROQUIA (Mariano Acosta)	CANTON (Pimampiro)
<u>EDUCACIÓN: Preprimaria</u>		
Alumnos/as – planteles públicos preprimaria	28	148
Profesores/as – planteles públicos preprimaria	1	5
Planteles públicos preprimaria	1	3
Aulas – planteles públicos preprimaria	1	5
<u>EDUCACIÓN: Primaria</u>		
Alumnos/as - planteles públicos primaria	403	2612
Profesores/as - planteles públicos primaria	17	111
Planteles públicos primaria	3	40
Aulas - planteles públicos primaria	17	126
<u>EDUCACIÓN: Secundaria</u>		
Alumnos/as – planteles públicos secundaria	61	482
Profesores/as – planteles públicos secundaria	10	70
Planteles públicos secundaria	1	4
Aulas – planteles públicos secundaria	7	37

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

Elaborado por: Ipiales J. **Año:** 2016

- **Vialidad**

En lo que concierne a vialidad los representantes parroquiales establecieron que: los requerimientos que cada población determinó como vitales para su desarrollo, dentro de este marco se han seleccionado vías principales de acceso a la parroquia, caminos inter comunitarios y chaquiñanes de enlace entre los diferentes sectores poblacionales, el siguiente cuadro representa la cantidad de vías de acceso y las comunidades que unen.

Cabe mencionar que la vía Mariano Acosta – Pimampiro a partir del año 2003, es una vía concesionada y administrada por la micro empresa de mantenimiento vial “Camino al

andar”, la misma que tiene a su cargo el mantenimiento rutinario en base a un convenio con la unidad de caminos vecinales del MOP y el Gobierno Provincial de Imbabura (GPI).

Cuadro 8

Cobertura vial.

PARROQUIA MARIANO ACOSTA			
EJE VIAL INTERNO	TIPO DE RODADURA	MANTENIMIENTO	DISTANCIA
Pimampiro – Mariano Acosta	Empedrado	Mantenimiento Rutinario	18.70 Km
Mariano Acosta-La Florida	Empedrado	Mantenimiento Rutinario	5 Km
Pimampiro-Buenos Aires- Guanupamba-Mariano Acosta	Lastrado	Rehabilitación	21 Km
Mariano Acosta-El Páramo	Tierra	Rehabilitación	15 Km
Mariano Acosta-Yanajaca	Tierra	Reconstrucción	5 Km
La Florida-Nueva América	Tierra	Reconstrucción	5Km

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015. **Elaborado por:** Ipiales J. **Año:** 2016

1.5.1.7. Organizaciones Sociales

La existencia de 35 organizaciones sociales en la jurisdicción territorial de la parroquia de Mariano Acosta permite determinar un nivel coherente de acciones en beneficio de los miembros y asociados a cada una de ellas, 14 comunidades, 8 asociaciones de productores, 3 organizaciones sociales y 2 organizaciones sociales gubernamentales, (OSG’s), 3 de otros fines, según lo determinado en el mapa de actores locales. La mayoría de las mismas están constituidas como entidades de derecho.

Es primordial destacar que las Comunas Jurídicas y de Hecho que son una organización que abarca a 17 comunidades del área, concentra todas las actividades relacionadas al desarrollo local, y todas aquellas propuestas de desarrollo son canalizadas por su dirigencia previo a asambleas generales en las que se van planificando anualmente los procesos de consolidación de desarrollo comunitario.

La mayoría de presidentes pertenecen a la etnia indígena, por lo que se puede mencionar que ellos son quienes determinan los aspectos primordiales a solucionarse. En el siguiente

cuadro se detallan los presidentes de cabildos electos para el año 2015 de las respectivas comunidades de la parroquia Mariano Acosta. Esta información fue proporcionada por el Sr. Homero Fernando Calderón – JEFE POLÍTICO DEL CANTÓN PIMAMPIRO.

Cuadro 9

Presidentes cabildos 2015.

PRESIDENTES CABILDOS 2015 PARROQUIA MARIANO ACOSTA				
No.	COMUNA	PRESIDENTE CABILDO	ETNIA	TELÉFONO
1	Puetaquí	Lucia Cañamar	Indígena	2680079
2	Yanajaka	Ramiro Cruz	Indígena	982653996
3	La Florida	Vinicio Castro	Indígena	980283438
4	Guanupamba	Vicente Chuquín	Indígena	979442628

Fuente: Jefatura Política del cantón Pimampiro – Sr. Homero Calderón.

Elaborado por: Ipiales J. **Año:** 2016

También en la parroquia Mariano Acosta se encuentran dos asociaciones de tipo agrícola, las cuales se encuentran legalmente registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) al 31/03/2014.

Cuadro 10

Asociaciones registradas en la SEPS.

PARROQUIA MARIANO ACOSTA				
RUC	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	TELÉFONO	RESOLUCIÓN SEPS
1091734881001	Asociación agropecuaria de producción, industrialización y comercialización YANAJACA.	Calle casa comunal s/n	000000000	SEPS-ROEPS-2013-004411
1091701185001	Asociación agrícola Nueva América	Nueva América N° 03	062680003	SEPS-ROEPS-2013-004980

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (www.seps.gov.ec).

Elaborado por: Ipiales J. **Año:** 2016

1.5.2. Aspectos económicos

1.5.1.1. Actividades económicas

La principal actividad productiva de la parroquia Mariano Acosta es la agricultura, un 60% de la población se dedica al cultivo de maíz, frejol, papas, legumbres, hortalizas, frutales

(limones, mora, taxo, etc.), etc.; un 10% de la población se dedica a la ganadería, como la crianza de ganado, chanchos, cuyes y gallinas de campo, un 15% se dedica a la albañilería y jornaleros, y un 5% a la artesanía, como bordados.

Un grupo menor de pobladores se dedican a actividades tales como: artesanías en arcilla, costura, jornal, así como a pequeños negocios y comercio.

Cuadro 11

Actividades Económicas

PARROQUIA MARIANO ACOSTA	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL	POBLACIÓN %
Agricultura	60%
Ganadería	10%
Albañilería - Jornaleros	25%
Artesanías	5%
TOTAL	100%

Fuente: INEC Censo Condiciones de vida, 2006. (www.inec.gov.ec).

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Se denota que en gran proporción se dedican a la agricultura y ganadería, el no existir muchas fuentes de empleo migran de la parroquia a trabajar como albañilería y jornaleros y muy pocos se dedican a la elaboración de artesanías y bordados

Cuadro 12

Productos por sector económico.

PARROQUIA MARIANO ACOSTA	
SECTOR	PRODUCTOS
Agrícola	Legumbres, hortalizas, maíz, fréjol, mellocos, trigo, cebada, cebolla, ocas, habas, papas.
Pecuario	Ganado vacuno, porcino, aves, cuyes, borregos, caballos.
Frutales	Limón, taxo, tomate de árbol, mora, granadilla.

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario – (MAGAP – ZONA 1).

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

1.5.3. Aspecto Político – Legal

1.5.3.1. Economía popular y solidaria en la Constitución ecuatoriana

La Constitución ecuatoriana en su artículo 283 establece que el sistema económico ecuatoriano es social y solidario, colocando a la economía solidaria al mismo nivel que la economía pública y privada. El fin, es la promoción de un nuevo modelo de desarrollo que la misma Constitución lo denomina Sumak Kawsay – Buen vivir.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008).

Uno de los elementos centrales de las prácticas solidarias es la organización: mientras más fuerte, más alto es el nivel solidario; la organización es el elemento principal que dinamiza los procesos de la economía solidaria. En el Ecuador encontramos una infinita de prácticas solidarias que se han construido a partir de procesos organizativos – comunitarios como la minga y la realización de actividades en conjunto que han permitido resistir los embates de los modelos de denominación.

Existen muchos proyectos que financian iniciativas para emprender actividades económicas que tienen como objetivo salir de la pobreza, se busca personas, familias o grupos organizados para capacitarles en emprendimientos, se les dota de pequeños capitales para montar sus negocios, pero muchas de estas experiencias han fracasado al no tener un grupo

humano fortalecido, con lazos de confianza y unión, con la misma fuerza que nacen se derrumban, al emprender alguna práctica solidaria la organización se convierte en el factor fundamental con el cual se debe empezar.

1.5.3.2. Economía popular y solidaria en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible (Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017, Ecuador).

La consolidación del sistema económico popular y solidario, de forma sostenible, implica colocar al ser humano por encima del capital, lo que significa priorizar el desarrollo de capacidades y complementariedades humanas. Por esto se proponen como mecanismos para el Buen Vivir.

El sistema económico popular y solidario, además de establecer una serie de principios y pautas de interacción social, busca alternativas de acumulación, redistribución y regulación, y nuevas formas de coordinación democrática de la sociedad.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva (Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017, Ecuador).

El Programa de Gobierno 2013 – 2017 define cambios en la estructura productiva para diversificar la economía, dinamizar la productividad, garantizar la soberanía nacional en la producción y el consumo internos, y salir de la dependencia primario-exportadora.

También permite fortalecer la producción rural organizada y la agricultura familiar campesina, bajo formas de economía solidaria, para incluirlas como agentes económicos de la transformación en la matriz productiva, promoviendo la diversificación y agregación de valor y la sustitución de importaciones, en el marco de la soberanía alimentaria. Además,

promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

1.5.3.3. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador

La presente ley tiene por objeto potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay.

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA DEL ECUADOR, 2011).

1.5.4. Normas para la certificación de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para alimentos procesados.

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) expidió la norma técnica sustitutiva de buenas prácticas de manufactura para alimentos procesados – Resolución No. ARCSA –DE-042-2015-GGG, Registro Oficial No. 555 de 30 de julio de 2015.

Las disposiciones de este reglamento son aplicables a todo el proceso productivo, es decir a aquellos establecimientos donde se procese, envase, almacene y distribuya alimentos. El reglamento establece requisitos y parámetros a ser aplicados en las diferentes etapas.

Entre las disposiciones más importantes del reglamento encontré:

Los requisitos mínimos que deben cumplir los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos, entre los que están: (i) que el riesgo de adulteración sea mínimo; (ii) que permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiada y minimice los riesgos de contaminación; (iii) que las superficies y materiales, particularmente aquellos en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido; y, (iv) que facilite un control efectivo de plagas. Establece además consideraciones sobre la ubicación, diseño y construcción de este tipo de establecimientos.

Los equipos deben ser apropiados para su fin. Establece, entre otras, que los equipos deben ser de materiales cuyas superficies de contacto no transmitan sustancias tóxicas, olores ni sabores, ni reaccionen con los ingredientes o materiales que intervengan en los procesos; deben ofrecer facilidades para la limpieza, desinfección e inspección y contar con dispositivos para impedir la contaminación del producto. Si en el proceso de elaboración del alimento se requiere la utilización de equipos o utensilios que generen algún grado de contaminación se deberá validar que el producto final se encuentre en los niveles aceptables.

El personal que manipula los alimentos debe mantener la higiene y estar capacitado para realizar la labor asignada. Toda planta procesadora de alimentos implementará un plan de capacitación continuo y permanente, con programas específicos según las funciones.

La materia prima e insumos debe someterse a inspección y control antes de ser utilizados en la línea de fabricación. Deberán almacenarse en condiciones que impidan su deterioro, eviten la contaminación y reduzca al mínimo su daño o alteración.

La producción debe enfocarse en que el alimento fabricado cumpla con las normas nacionales o normas internacionales oficiales. El proceso de fabricación debe estar descrito claramente, manera secuencial e indicar los controles a efectuarse durante las operaciones y los límites establecidos en cada caso.

Todos los alimentos serán envasados, etiquetados y empacados de conformidad con las normas técnicas y reglamentación respectiva vigente.

Los almacenes o bodegas, así como la comercialización y expendio de los alimentos, deben mantenerse en condiciones higiénicas y ambientales apropiadas para evitar la descomposición o contaminación posterior de los alimentos envasados y empaquetados.

Concesión y registro del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura:

Certificación:

El Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) es tramitado ante uno de los organismos de inspección acreditado y registrado en la ARCSA. El responsable de la planta procesadora de alimentos deberá comunicar a la ARCSA, cinco días antes de la inspección, la fecha, hora y el inspector designado por organismo de inspección que haya seleccionado. Durante el proceso de Certificación, la ARCSA podrá ser parte de las inspecciones que realice el organismo de inspección.

Al finalizar el proceso de inspección, el organismo acreditado entregará el acta, el informe favorable, la guía de verificación y el certificado a la planta o establecimiento.

El certificado de operación sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura de alimentos estará vigente por cinco años desde su concesión.

Registro:

El responsable de la planta procesadora de alimentos solicitará a la ARCSA el registro del certificado en sus archivos. A la solicitud deberá adjuntar: (a) la copia del certificado emitido por el organismos de inspección acreditado; (b) la copia del informe favorable de la inspección, con la declaración de las líneas y productos certificados; (c) la copia del acta de inspección; (d) la copia de la guía de verificación; y, (e) el plan de trabajo para el cierre de las no conformidades menores, de ser el caso.

1.5.5. Producción láctea

1.5.5.1. Cantidad de cabezas de ganado vacuno.

La cantidad de cabezas de ganado en el cantón Pimampiro, representa en su mayoría ganado vacuno criollo, con 8.125 cabezas y de raza mestizo sin registro son apenas 439 cabezas de ganado, según el último Censo Agrícola realizado en el Ecuador.

Cuadro 13

Número de UPAs y cabezas de ganado por especies y razas, cantón Pimampiro.

CANTÓN	GANADO VACUNO					
	CRIOLLO		MESTIZO SIN REGISTRO		TOTAL	
	UPAs	Cabezas	UPAs	Cabezas	UPAs	Cabezas
Pimampiro	1301	8125	45	439	1325	8563
TOTAL	1301	8125	45	439	1325	8563

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario – (MAGAP ZONA 1)
Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

1.5.1.2. Volumen de leche

El cantón Pimampiro cuenta con una producción de leche diaria de 7.923 litros aproximadamente. De un total de 8.563 cabezas de ganado existentes en el cantón, apenas 1.566 cabezas pertenecen a vacas en producción de leche. La población no ha explotado mucho esta materia prima, pues han decidido apostarle a la agricultura como eje de ingreso económico para sobrevivir, dejando como segunda fuente la elaboración y venta de quesos frescos.

Cuadro 14

Volumen de leche, cantón Pimampiro.

CANTÓN	GANADO VACUNO					
	CRIOLLO		MESTIZO SIN REGISTRO		PRODUCCIÓN DIARIA DE LECHE	
	UPAs	Cabezas	UPAs	Cabezas	Cabezas	Litros
Pimampiro	1301	8125	45	439	1566	7923
TOTAL	1301	8125	45	439	1566	7923

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario – (MAGAP ZONA 1)
Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

1.5.1.3. Tipos de productos lácteos

FICHA DE OBSERVACIÓN					
OBSERVADOR:	Ipiales Guamán Jimmy Bladimir				
LUGAR:	Mercado central	FECHA:	03/Mayo/2015	HORA:	05:45
	Pimampiro.				am.
OBJETIVO:	Conocer los tipos de productos lácteos que se elaboran en el cantón Pimampiro.				
<p>OBSERVACIÓN: En una visita realizada al cantón Pimampiro se pudo evidenciar que la parroquia dedicada a la transformación de la leche en un producto terminado es San Francisco de Sanshipamba, se han posicionado dos grandes empresas queseras, como son: quesera “DON FAUSTO” con etiqueta de color anaranjado y “FRESQUILAC” con empaque plástico de color verde; las dos empresas se dedican a la elaboración de quesos de mesa de forma independiente, comprando la leche a los pobladores aledaños a estas.</p> <p>En la parroquia Mariano Acosta como en Chugá son pocas las personas que se dedican a la transformación de la leche, pues el escaso conocimiento y la poca capacitación obtenida en este aspecto, han llevado a que la leche obtenida por sus vacas sea procesada en quesos frescos para su posterior venta en las ferias que se realizan a los alrededores del mercado principal de Pimampiro. Este proceso lo han venido realizando de forma empírica, pues mencionan que lo hacen para que la leche no se eche a perder, en caso contrario regalan a familiares o amistades lo cual les representa una pérdida. La falta de producción de quesos responde a la problemática de que no existe una empresa que esté interesada en comprar la leche a los habitantes de estas parroquias, pues la distancia y la situación vial son factores que afectan al fácil acceso y disponibilidad en el sector.</p> <p>Se puede mencionar que en el cantón Pimampiro solo existen dos tipos de productos lácteos (quesos de mesa y quesos frescos), y la leche que no es transformada, es utilizada para consumo propio o para obsequiar.</p>					

1.6. Análisis del diagnóstico situacional

Una vez culminado la etapa del diagnóstico situacional del área investigada, es necesario identificar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades presentes en el espacio de estudio. Estos aspectos permitirán conocer las condiciones tanto favorables como adversas para

la creación de una cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros en la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro, provincia de Imbabura.

1.6.1. Aliados

Los principales aliados identificados para la creación de una cooperativa de producción son:

- Apoyo del Estado (IEPS) a empresas de economía popular y solidaria.
- Los habitantes de la parroquia Mariano Acosta, en su mayoría, indígenas con cultura organizacional y solidaria.
- La producción de leche en la parroquia Mariano Acosta es abundante.
- La orografía de la zona permite la crianza de ganado.
- Los pobladores de la parroquia tienen un buen conocimiento para la elaboración de quesos.
- Sector eminentemente agropecuario.

1.6.2. Oponentes

Los oponentes pueden influenciar decisivamente en el normal desarrollo del proyecto, entre los cuales se tiene:

- Escaso apoyo por parte de las autoridades competentes al sector ganadero (MAGAP).
- Empresas productoras de quesos maduros a nivel regional (FLORALP y KIOSCO).
- Presencia de intermediarios en la comercialización de leche.
- Ausencia de asistencia técnica para el mejoramiento de la calidad en la leche.

1.6.3. Oportunidades

Representan los aspectos que pueden tornarse como posibles alternativas de desarrollo, para el presente estudio:

- Acceder a mercados internacionales, a través de la exportación de quesos maduros.
- Financiamiento por parte de entidades del Estado para ejecutar el proyecto.
- Capacitación de nuevas tecnologías para la elaboración de quesos maduros.
- Presupuesto para la investigación y desarrollo de nuevos productos.
- Alianzas estratégicas con supermercados del país.

1.6.4. Riesgos

Los riesgos identificados son los siguientes:

- Desvinculación de socios.
- Plagas y enfermedades que afecten al ganado lechero.
- Deterioro de la identidad cultural en la parroquia Mariano Acosta.
- Canales de comercialización poco rentables.
- Inestabilidad de precios del queso maduro en el mercado.
- Políticas gubernamentales que afecten a la economía popular y solidaria.

1.7. Determinación de la oportunidad de inversión.

El impulso que ha forjado el estado ecuatoriano para la creación de unidades de producción asociativas, a través de la creación de leyes que permitan la creación y desarrollo de cooperativas de producción de economía popular y solidaria.

La parroquia Mariano Acosta cuenta con una población llena de valores y costumbres indígenas. Aspectos que determinan a una parroquia de organización social sólida. También cuenta con una orografía apta para el crecimiento de pastos, los cuales permiten la crianza de ganado y la producción de leche.

Los habitantes poseen conocimientos empíricos a cerca de la realización de quesos, lo cual con capacitaciones y talleres a realizarse con la creación de la cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros, les permitirán ser competitivos a nivel personal y laboral.

Después de haber realizado el diagnóstico situacional y diagnóstico externo, he podido concluir que en la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro existen las condiciones necesarias para proceder con el:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS MADUROS EN LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA DEL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Objetivo general

Estructurar las bases científicas y teóricas que sustente la propuesta del proyecto.

2.2. La leche

(MEYER, 2012, pág. 13) Define: “En la industria de productos lácteos se utiliza principalmente leche de vaca y, en cantidades menores, las de cabra y oveja. La vaca produce leche durante aproximadamente 300 días posteriores al nacimiento de las crías”.

En la composición de la leche influyen los siguientes factores:

- *Raza y edad de la vaca lechera.*
- *Etapa de lactancia.*
- *Método de ordeño.*
- *Estado de salud.*
- *Alimentación.*
- *Clima.*

Los principales componentes de la leche son los siguientes:

- *Agua.*
- *Sales minerales.*

- *Lactosa.*
- *Grasa.*
- *Vitaminas.*

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

La leche y sus derivados tienen una participación fundamental en la alimentación humana. La producción de la leche se enfoca en ofrecer leche para consumo, así como también a la transformación de varios productos comestibles de larga duración. El consumo de estos productos contribuye con nutrientes al organismo de las personas.

2.2.1. Métodos de conservación

(MEYER, 2012, pág. 19) Menciona que: “La leche es un excelente medio de cultivo, por lo cual está sujeta a alteraciones microbiológicas. Los métodos de conservación tienden a eliminar los gérmenes o detener su desarrollo. Además, éstos deben limitar las alteraciones en el estado químico y fisicoquímico de la leche”.

Los métodos de conservación de la leche se pueden dividir en métodos físicos y métodos químicos. Los primeros incluyen los siguientes:

- *Detención de la actividad de microorganismos por enfriamiento.*
- *Destrucción parcial o total de los gérmenes mediante calentamiento.*
- *Deshidratación parcial o extrema.*
- *Eliminación de microorganismos por fuerza centrífuga.*

2.2.2. Recepción e higienización

(MEYER, 2012, pág. 25) Manifiesta: la recepción es la entrada de la leche a la fábrica para su elaboración, mientras que la higienización es la primera fase de la elaboración e incluye una o más de las siguientes operaciones:

- *Estandarización del contenido de grasa de la leche.*
- *Calentamiento de la leche para eliminar gérmenes.*
- *Enfriamiento de la leche.*
- *Homogenización.*
- *Desodorización y desgasificación.*

La leche puede llegar a la fábrica en diferentes formas; normalmente, se transporta en jarras o en tanques-cisterna. También, existen centros de recolección (de acopio), donde se recibe la leche de los productores de la región y en donde se refrigera y se almacena hasta que la leche se transporte a la fábrica.

2.3. Productos lácteos

(Ramirez, 2013, pág. 9) Menciona: Varios son los productos obtenidos a partir de la leche de las distintas especies animales. Desde los tiempos más remotos los humanos han intentado conservar y adaptar la leche a sus variadas necesidades y gustos. La presentación que se hace a continuación se refiere a los productos que se consumen principalmente, en la actualidad, en nuestro país.

Según la consistencia, los productos pueden ser gelatinosos, batidos, cremosos y líquidos. La elaboración y el envasado en condiciones asépticas o normales seguida de tratamiento térmico, prolonga la vida útil de estos productos.

Entre los más importantes tenemos:

- *Yogurt.*
- *El Kefir y Kumis.*
- *Nata.*
- *Mantequilla.*
- *Queso*

El queso, la mantequilla y el yogurt son los que mayor demanda poseen en el mercado, pues el consumo de 3 lácteos al día ha incrementado estadísticamente. Varias campañas de salud promueven ingerir productos lácteos en todas sus comidas, pues ello aporta un valor nutricional importante al organismo de los seres humanos.

2.4. Quesos

(MEYER, 2012, pág. 37) *Define: El queso es una mezcla de proteínas, grasa y otros componentes lácteos. Esta mezcla se separa de la fase acuosa de la leche después de la coagulación de la caseína.*

Existen muchos tipos de quesos. Normalmente se identifican las siguientes clases:

- *Quesos frescos no madurados, como el queso blanco.*
- *Quesos de pasta blanda, como el Camembert.*
- *Quesos de pasta firme, como el queso Holandés.*
- *Quesos de pasta dura, como el Parmesano.*
- *Quesos procesados o fundidos.*

La elaboración de queso incluye las siguientes operaciones generales:

- 1) *Estandarización de la leche.*
- 2) *Siembra de la leche.*
- 3) *Coagulación de la caseína.*
- 4) *Corte de la masa cuajada.*
- 5) *Desuerado.*
- 6) *Moldeado.*
- 7) *Salado.*
- 8) *Maduración*

El queso obtenido se puede consumir en estado fresco o en diversas etapas de maduración o añejamiento.

El queso es uno de los principales productos agrícolas del mundo. Según la Organización para Alimentación y la Agricultura (FAO) de las Naciones Unidas, en 2004 se produjeron en el mundo más de 18 millones de toneladas.

2.5. Quesos maduros

(Ramirez, 2013, pág. 23) Define: Son quesos que llevan un proceso de maduración después de su fabricación, con el que adquiere un sabor, olor y textura especiales. Tiene una pasta firme, un sabor, color más intenso y menor contenido de agua que los quesos frescos, por ello este tipo de quesos no sueltan suero. Estos son: Gruyere, Holandés y Blue.

Los elaboran a base de pura leche de vaca, entera y pasteurizada. Se utilizan en platillos elegantes en los que es importante el sabor más definido del queso, o para acompañarse con pan, vino y algunas frutas.

2.5.1. Quesos semi-maduros

(Ramirez, 2013) Define: “Un semi-maduro es resultado de un largo proceso técnico, los semi-maduros tienen su cava a 10 grados, antes de entrar allí se cuaja la leche y el queso pasa a

una prensa especial donde permanecen entre seis y ocho horas, va al secado por ocho días, se lo raspa, chequea y lava, para luego ser empacado en una funda termo incogible; se sella al vacío y antes de reposar por 45 días entra a un baño de agua hirviendo”. Un claro ejemplo es el queso Danbo.

2.5.2. Maduración

(MEYER, 2012, pág. 41) Manifiesta: Durante la maduración se desarrollan varios procesos químicos, físicos, microbiológicos y enzimáticos que resultan en el aspecto y sabor característicos del queso.

El curso de la maduración depende del tamaño de los quesos, contenido acuoso y de la acidez que varía de una clase de queso a otra. Las bacterias proteolíticas se desarrollan mejor en un ambiente menos ácido. El desuerado de los quesos de pasta blanda es más intenso en las capas exteriores que en el interior del queso. Esto significa que la acidez en estas capas es menor. De manera que los quesos blandos maduran de afuera hacia adentro. El desuerado de los quesos de pasta dura y firme es más uniforme, resultando en una maduración también uniforme en la masa.

Los quesos maduros y semi-maduros en la actualidad se han convertido en un ingrediente indispensable para la preparación de bocadillos y pizzas, ya que presenta características como sabor, aroma, textura y son de buena aceptación en el mercado interno y externo.

2.6. Economía popular y solidaria

Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Ecuador 2011, se define:

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio,

comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

El Ecuador le apuesta a las organizaciones de economía popular y solidaria, puesto que estas empresas generan la mayor parte de fuentes de empleo e ingresos a los habitantes de los sectores rurales.

2.7. Formas de organización de la producción en la economía.

La Constitución de la República del Ecuador, 2008, reconoce:

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

En la constitución del Ecuador se promueve la creación de empresas de producción en la economía popular y solidaria.

2.8. Formas de organización de la economía popular y solidaria

Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), establece:

Art. 8.- Formas de Organización.- Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativas, así como también las Unidades Económicas Populares.

2.9. Organizaciones del sector cooperativo

2.9.1. Sector Cooperativo

Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), se define:

Art. 21.- Sector Cooperativo.- Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

Art. 22.- Objeto.- El objeto social principal de las cooperativas, será concreto y constará en su estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica, pudiendo incluir el ejercicio de actividades complementarias ya sea de un grupo, sector o clase distinto, mientras sean directamente relacionadas con dicho objeto social.

2.9.2. Cooperativismo

(Salvat, 2013) Menciona como cooperativismo: “la sociedad cooperativa es una de las formas jurídicas (la principal pero no la única) del fenómeno económico de la cooperación o mutualidad. No la única, puesto que existen entidades mutualistas. La cooperativa tiene una finalidad mutualista, y como tal, se contrapone a las sociedades lucrativas. Mutualidad, implica que la sociedad debe limitarse a la distribución de las utilidades de los socios”.

El cooperativismo surge como una necesidad de solidaridad para con terceros, dejando de menos el beneficio propio y procurando el bienestar de todos quienes conforman una cooperativa.

2.9.3. Cooperativas de producción

Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), se conocen como:

Art. 23.- Grupos.- Las cooperativas, según la actividad principal que vayan a desarrollar, pertenecerán a uno solo de los siguientes grupos: producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito y servicios.

En cada uno de estos grupos se pondrán organizar diferentes clases de cooperativas, de conformidad con la clasificación y disposiciones que se establezcan en el Reglamento de esta ley.

Art.-24.- Cooperativas de producción.- Son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales y textiles.

(Salvat, 2013, pág. 54) Define a una cooperativa de producción como: “La que desarrolla una actividad productora o transformadora de artículos producidos, que han de ser destinados al consumo o utilizados en otras industrias. Se propone fabricar o elaborar determinados artículos, mediante la utilización de las primeras materias que son necesarias y aquellas otras que se consideran complementarias, y con el empleo de maquinaria adecuada y los útiles y herramientas correspondientes”.

Se puede mencionar que es un grupo de personas con un mismo fin, el fin común de producir un bien o servicio, para satisfacer las necesidades de todos los socios.

2.10. Constitución de una organización EPS.

Según la Ley EPS, determina:

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

La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.

En el caso de las cooperativas, el procedimiento de constitución, los mínimos de socios y capital social, serán fijados en el Reglamento de esta Ley, tomando en cuenta la clase de cooperativa, el vínculo común de sus socios y el ámbito geográfico de sus operaciones.

2.10.1. Documento que se debe presentar para la aprobación de una organización EPS.

Se debe presentar un acta de la asamblea constitutiva realizada, el Reglamento a la Ley EPS, determina que contendrá lo siguiente:

Art. 3.- Acta Constitutiva.- El acta de la asamblea constitutiva contendrá lo siguiente:

- 1.- Lugar y fecha de constitución;*
- 2.- Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;*
- 3.- Denominación, domicilio y duración;*
- 4.- Objeto social;*
- 5.- Monto del fondo o capital social inicial;*
- 6.- Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;*
- 7.- Nómina de la Directiva provisional; y,*
- 8.- Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.*

2.10.2. Constitución de cooperativas de producción

Según el Reglamento a la Ley de Economía Popular y Solidaria (RLEPS), las cooperativas de producción se constituyen así:

Art.- 5.- Requisitos organizaciones comunitarias.- las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentaran ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cedula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fon social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

2.10.3. Requisitos para obtener la aprobación de una asociación EPS

Art.-6.- requisitos asociaciones EPS.- Las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

1. *Solicitud de constitución;*
2. *Reserva de denominación;*
3. *Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores;*
4. *Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, numero de cedula, aporte inicial y firma;*
5. *Estatuto social, en dos ejemplares; y,*
6. *Certificado de depósito del aporte capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.*

Art.- 7.- Requisito cooperativas.- Las cooperativas a través de su Presidente provisional, además de los requisitos exigidos a las asociaciones presentaran los siguientes documentos:

1. *Estudio técnico, económico y financiero que demuestre la viabilidad de constitución de la cooperativa y plan de trabajo;*

2. *Declaración simple efectuada y firmada por los socios de no encontrarse incurso en impedimento para pertenecer a la cooperativa; y,*
3. *Informe favorable de autoridad competente, cuando de acuerdo con el objeto social, sea necesario.*

Además deberán cumplir con los siguientes mínimos de socios y capital:

5.- Las cooperativas de producción, se constituirán con un mínimo de veinte socios y un monto mínimo equivalente a cuatro salarios básicos unificados de capital social inicial.

2.10.4. Personalidad jurídica de las organizaciones de EPS

Estas Organizaciones, se constituirán como personas jurídicas, cumpliendo con los requisitos que contempla el Reglamento de la Ley Orgánica de economía Popular y Solidaria, se menciona:

Art. 11.- Personalidad jurídica.- La personalidad jurídica otorgada a las organizaciones amparadas por la ley, les confiere la capacidad legal para adquirir derechos, contraer obligaciones y acceder a los beneficios que la ley les concede, en el ejercicio de las actividades de su objeto social.

2.11. Aprobación, registro y control de las organizaciones de economía popular y solidaria

2.11.1. Órgano regulador del Sector Económico Popular y Solidario

Según la Ley EPS, el órgano regulador será:

Art. 12.- Información.- Para ejercer el control y con fines estadísticos las personas y organizaciones registradas presentarán a la SUPERINTENDENCIA, información periódica relacionada con la situación económica y de gestión.

2.11.2. Tiempo que tarda el trámite de aprobación de la personería jurídica de las Asociaciones y Cooperativas de economía popular y solidaria.

El Reglamento de la Ley EPS, determina:

Art. 8.- Trámite de aprobación.- La Superintendencia si la documentación cumple con los requisitos exigidos en el presente reglamento admitirá a trámite la solicitud de constitución. En el término de 30 días, la Superintendencia efectuará el análisis de la documentación y, en caso de ser necesario, realizará una verificación in situ, luego de lo cual elaborará la resolución que niegue o concede la personalidad jurídica a la organización y, en este último caso, notificará al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social para su inscripción en el Registro Público.

Si la documentación no cumpliera con los requisitos, se concederá un término de 30 días adicionales para completarla; y, en caso de no hacerlo, dispondrá su devolución.

La Superintendencia mediante resolución, negará el otorgamiento de personalidad jurídica a una cooperativa, cuando determine que su constitución no es viable, por las causas establecidas en el informe técnico respectivo.

2.11.3. Registro de las organizaciones de EPS.

El Reglamento a la Ley EPS, determina:

Art. 10.- Registro Público.- El Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, será el responsable del Registro Público de las personas y organizaciones, sujetas a la ley, que se llevará en forma numérica y secuencial.

2.11.4. Entidad que emite la autorización de funcionamiento de las organizaciones EPS

El Reglamento a la Ley EPS, menciona:

Art. 12.- Autorización de funcionamiento.- La Superintendencia, simultáneamente con el registro de directivos y representante legal, emitirá la autorización de funcionamiento que será exhibida en la oficina principal de la organización. En la misma forma se procederá con la autorización de funcionamiento de oficinas operativas.

A partir de la entrada en vigencia la LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA y su Reglamento, todas las cooperativas y asociaciones del país pasan hacer reguladas por la SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, por lo que todo trámite se lo debe realizar en esta institución.

2.12. Control tributario a las organizaciones de economía popular y solidaria a cargo del servicio de rentas internas

2.12.1. Deberes formales que deben cumplir las formas de organización de la economía popular y solidaria

El Código Tributario, SRI, determina:

Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1.- Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

a).- Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;

b).- Solicitar los permisos previos que fueren del caso;

c).- Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita;

d).- Presentar las declaraciones que correspondan; y,

e).- Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca.

2.- Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo.

3.- Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas.

4.- Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por la autoridad competente.

2.12.2. Exoneración tributaria a las formas de organización de la economía popular y solidaria.

Según la Ley de Régimen Tributario Interno, se exonera:

Art. 9.- Exenciones.- Para fines de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, están exonerados exclusivamente los siguientes ingresos:

19.- Los ingresos percibidos por las organizaciones previstas en la Ley de Economía Popular y Solidaria siempre y cuando las utilidades obtenidas sean reinvertidas en la propia organización.

Para efecto, se considerará:

a) Utilidades.- Los ingresos obtenidos en operaciones con terceros, luego de deducirlos los correspondientes costos, gastos y deducciones adicionales, conforme lo dispuesto en esta Ley.

b) Excedentes.- Son los ingresos obtenidos en las actividades económicas realizadas con sus miembros, una vez deducidos los correspondientes costos, gastos y deducciones adicionales, conforme lo dispuesto en esta Ley.

Cuando una misma organización genere durante un mismo ejercicio impositivo, utilidades y excedentes, podrá acogerse a esta exoneración, únicamente cuando su contabilidad permita diferenciar inequívocamente los ingresos y los costos y gastos relacionados con las utilidades y con los excedentes.

Se excluye de esta exoneración a las Cooperativas de Ahorro y Crédito, quienes deberán liquidar y pagar el impuesto a la renta conforme la normativa tributaria vigente para sociedades.

Se encuentran exentos del impuesto a la renta, los excedentes percibidos por los miembros de las organizaciones previstas en la Ley de Economía Popular y Solidaria.

2.12.3. Obligación de llevar contabilidad

La Ley de Régimen Tributario Interno, expresa:

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar impuestos en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

2.13. Registro sanitario

Según el Reglamento de Registro y Control Posregistro de Alimentos, Ministerio de Salud Pública, menciona:

Art. 2.- los alimentos procesados y aditivos alimentarios, en adelante “productos alimenticios”, que se expendan directamente al consumidor en envases definidos y bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas, deberán obtener el Registro Sanitario, mismo que será expedido conforme a lo establecido en el presente Reglamento.

2.13.1. Obtención del Registro Sanitario

Según el Reglamento de Registro y Control Posregistro de Alimentos, Ministerio de Salud Pública, determina:

Art. 4.- El Registro Sanitario para productos alimenticios, se obtendrá sobre la base del informe técnico favorable del análisis de la documentación técnica y legal representa a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, mediante uno de los siguientes procedimientos:

- a) Registro Sanitario por producto (productos alimenticios nacionales y extranjeros);*
- b) Registro Sanitario por Homologación para productos alimenticios extranjeros; y,*
- c) Registro Sanitario por línea de producción con Certificado de Operación sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, certificado por la autoridad Sanitaria Nacional (productos alimenticios nacionales).*

Art. 6.- Con fines de registro y control sanitario se establecen los siguientes tipos de alimentos:

15.- Leche y derivados.

2.13.2. Requisitos para obtener el Registro Sanitario por producto.- Productos Alimenticios Nacionales

Según el Reglamento de Registro y Control Posregistro de Alimentos, Ministerio de Salud Pública, los requisitos son:

Art. 10.- Para obtener el Registro Sanitario por producto, para productos alimenticios nacionales, el interesado ingresara el formulario de solicitud a través del sistema automatizado.

- 1. Declaración de la norma técnica nacional o internacional específica que aplica al producto y bajo la cual está sujeto de cumplimiento, con nombre y firma del responsable técnico;*
- 2. Descripción del proceso de elaboración del producto, con nombre y firma del responsable técnico;*
- 3. Diseño de etiqueta o rotulo del producto, ajustado a los requisitos que exige el “Reglamento de Alimentos” y el “Reglamento Técnico ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano” y normativa relacionada (un solo diseño por nombre, marca y contenido);*
- 4. Especificaciones técnicas del material de envase, emitida por el proveedor, a nombre de la empresa fabricante del producto. En el caso de fabricantes que tienen contratos con personas naturales o jurídicas para la elaboración de un determinado producto y/o convenio de uso de marcas, se requiere una copia notariada del documento;*
- 5. Ficha de estabilidad del producto;*
- 6. Descripción del código del lote, suscrito por el técnico responsable; y,*
- 7. Notificación del pago por el valor correspondiente al derecho de servicios por obtención del Registro Sanitario.*

2.13.3. Vigencia del Registro Sanitario

Según el Reglamento de Registro y Control Posregistro de Alimentos, Ministerio de Salud Pública, la vigencia es de:

*Art. 28.- El Registro Sanitario tendrá una vigencia de **cinco años**, contados a partir de la fecha de su concesión.*

2.13. 2.14. Estructura administrativa

2.14.1. 2.14.1. Administración

(AMARU.Antonio, 2011, pág. 6) Define a la administración como “el proceso de trabajar con las personas, tomar decisiones sobre los objetivos y utilización de los recursos para alcanzar las metas de la organización”.

La administración permite a las personas tomar decisiones de manera coherente, con la finalidad de alcanzar todos los objetivos propuestos a través de la utilización eficiente de los recursos e insumos que poseen.

2.14.1.1. Importancia

Según (AMARU.Antonio, 2011, pág. 6) “La administración es importante en cualquier escala de utilización de recursos para realizar objetivos de índole individual, familiar, grupal, organizacional o social”.

La administración es de gran importancia hoy en día tanto para la realización de nuestras actividades profesionales como de nuestras actividades personales, puesto que nos ayuda a alcanzar los objetivos y metas propuestas mediante la optimización de tiempos y recursos.

2.14.2. Elementos de la administración

2.14.2.1. Planeación

(BATEMAN.Thomas & SNELL.Scott, 2011, pág. 15) Consideran que:

Planear es definir las metas que se perseguirán y anticipar que acciones serán las adecuadas para alcanzarlas, las actividades de la planeación incluyen el análisis de la situación actual, la anticipación del futuro, la determinación de objetivo, decir en qué actividades la organización se verá involucrada.

La planeación es el primer elemento del proceso administrativo, ayuda a definir y determinar aquellas actividades o acciones a realizarse en un periodo de tiempo determinado con la finalidad de conocer el tiempo y los recursos a utilizarse para llevar a cabo dichas actividades.

2.14.2.2. Organización

Para (BATEMAN.Thomas & SNELL.Scott, 2011, pág. 15) “La organización es la unión y la coordinación de los recursos humanos, financieros y físicos, de información y otros necesarios para la consecución de las metas”.

La organización consiste en establecer todos aquellos recursos e insumos que vamos a necesitar, así como también define que actividades o tareas va a desempeñar el talento humano de una organización para el logro de las metas y objetivos planteados.

2.14.2.3. Dirección

(BATEMAN.Thomas & SNELL.Scott, 2011, pág. 16) Considera que: “Dirigir es estimular a las personas a desempeñarse mejor incluye la motivación y la comunicación de los empleados, individual o grupalmente, así como el contacto estrecho y cotidiano con las personas y la guía e inspiración hacia las metas del equipo y de la organización”.

La dirección es el hecho de influir en las personas para que contribuyan al logro de los objetivos de la organización y para ello el gerente debe ser un líder y motivar a su personal para que estos lo sigan.

2.14.2.4. Control

(BATEMAN.Thomas & SNELL.Scott, 2011, pág. 16) Aseguran que el control es: El monitoreo del desempeño y la implementación de los cambios necesarios, los directivos pueden asegurarse de que los recursos de la organización son utilizados de acuerdo con los planes y que la organización está cumpliendo con sus metas de calidad y seguridad.

El control consiste en medir y corregir el desempeño individual y grupal en una organizacional para así garantizar que las actividades y objetivos se cumplan a cabalidad.

2.14.3. Estructura organizacional

(GRIFFIN.Ricky, 2011, pág. 335) Define a la estructura organizacional como: “Conjunto de elementos que se pueden usar para configurar una organización aquí se encuentran la distribución de la autoridad entre los puestos, coordinación de las actividades entre los puestos, la diferenciación entre las posiciones”.

Para (DAFT.Richard. & Doroty.MARCIC., 2012, pág. 249) “Estructura organizacional es un conjunto de tareas formales asignadas a individuos y departamentos”.

La estructura organizacional en una empresa nos ayuda a definir las tareas, funciones y responsabilidades asignadas a cada uno de los colaboradores de la empresa.

2.14.3.1. Organigrama

(HERNADEZ.Sergio & RODRIGUEZ, 2011, pág. 54) “Es la expresión gráfica de la estructura de puestos y jerarquías por tanto expresa las áreas de trabajo, muestra la interrelación de las funciones, los niveles jerárquicos de un organización”

Un organigrama nos ayuda a determinar de qué manera se encuentran estructurados los puestos y su jerarquía, con la finalidad de conocer las funciones que desempeña el personal en relación al nivel jerárquico que ocupan en la empresa.

2.15. Estructura legal

Para (CÓRDOVA.Marcial, 2011, pág. 290) la estructura legal es: “El andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y en la ley.

La estructura legal del proyecto es muy importante ya que nos permite conocer con claridad el aspecto legal alrededor del cual operará el proyecto en sus diferentes etapas.

2.16. Mercadotecnia

(KOTLER, 2011, pág. 18) Define el marketing como: “el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.”

El marketing es una herramienta útil para determinar la manera por la cual vamos a satisfacer las necesidades del cliente y también la manera por la cual vamos a llegar al cliente.

2.16.1. Mercado

(ARAUJO.David, 2012, pág. 26) Menciona que un mercado es: “Conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada”.

Es el lugar en el cual interactúan los demandantes y ofertantes para el intercambio de bienes o servicios.

2.16.1.1. Mercado potencial

(ARAUJO.David, 2012, pág. 26) Menciona que: “Mercado Potencial son todos los consumidores que pudiesen estar interesados en el producto.”

El mercado potencial se refiere a la población que probablemente se encuentre interesado por el producto o servicio del proyecto.

2.16.1.2. Mercado meta

(ARAUJO.David, 2012, pág. 26) Define como mercado meta: Conjunto de consumidores pertenecientes al mercado disponible, que pueden formar parte del mercado real y potencial, al cual se dirigen todos los esfuerzos y acciones mercadológicas de la empresa, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en consumidores reales del producto.

El mercado meta es la población a la cual estamos dirigidos, es decir la población a la que está dirigido el proyecto.

2.16.1.3. Segmentación de mercado

Para (ARAUJO.David, 2012, pág. 26) la segmentación de mercado: Permite conocer con mayor detalle y certeza al mercado en su conjunto. Algunas de las variables usuales para establecer la segmentación son: distribución geográfica, potencial económico, niveles culturales y otras interrelaciones observables.

La segmentación de mercados nos ayuda a determinar la manera por la cual se encuentra conformado el mercado, para así definir a que grupo nos vamos a enfocar.

2.16.1.4. Oferta

(ARAUJO.David, 2012, pág. 43) Aclara que: La oferta es el importe de volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la

cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado de estudio.

La oferta es el volumen de empresas oferentes que hoy en día se encuentran en el mercado.

2.16.1.5. Demanda

(ARAUJO.David, 2012, pág. 30) Menciona que la demanda es: “La cuantificación en dinero y en volumen de las necesidades reales y psicosociales de cierto producto o servicio de un mercado o población.”

La demanda es la cantidad de personas que compran o adquieren o bien o un servicio.

- **Factores que afectan a la demanda**

Según (ARAUJO.David, 2012, pág. 35) los factores que afectan la demanda son:

- ✓ *Tamaño y crecimiento poblacional.*
- ✓ *Hábitos de consumo.*
- ✓ *Gustos y preferencias.*
- ✓ *Ingresos y gastos.*
- ✓ *Precios.*

Los factores que inciden en los cambios de la demanda tienen que ser analizados para así establecer la situación actual de la demanda.

2.16.1.6. Comercialización

(ARAUJO.David, 2012, pág. 47) Señala que: “La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos.”

La comercialización es la acción de vender o prestar un bien o un servicio por parte de los oferentes hacia los demandantes.

2.16.1.7. Precio

Según (CÓRDOVA.Marcial, 2011, pág. 173) el precio lo define como: “La manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien”.

El precio es la cantidad de dinero que los demandantes pagan por un bien o servicio vendido o prestado por los oferentes.

- **Factores que influyen en el precio**

(CÓRDOVA.Marcial, 2011, pág. 173) Determina que el precio depende de los siguientes factores:

- ✓ *Elasticidad-precio de la demanda.*
- ✓ *Concepto de mercadotecnia de la empresa.*
- ✓ *Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores.*
- ✓ *Fijación de precios oficiales.*
- ✓ *Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.*
- ✓ *Estructura de los costos de operación.*

✓ *Margen de rentabilidad esperado.*

El precio es una variante muy importante, es por ello que se debe tomar en cuenta aquellos factores que podrían causar una variación desfavorable para el proyecto.

2.16.1.8. Bienes sustitutos

(ZAMBRANO.Pablo, 2013, pág. 74) Menciona que: “Los bienes sustitutos son aquellos que satisfacen las mismas necesidades o deseos del consumidor y pueden reemplazarse entre sí.”

Los bienes sustitutos son aquellos que pueden suplir o sustituir un bien, ya que este satisface las mismas necesidades que el anterior.

2.17. Localización del proyecto

(ARAUJO.David, 2012, pág. 64) Menciona que: La localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

La localización del proyecto nos ayuda a determinar la ubicación más óptima del proyecto, con la finalidad de maximizar los beneficios y minimizar los costos y gastos.

2.17.1. Macro localización

Para (ARAUJO.David, 2012, pág. 65) la macro localización es: “La selección del área, región o ciudad donde se ubicara el proyecto.”

La macro localización ubica el área general en la cual vamos a ubicar el proyecto.

2.17.2. Micro localización

(ARAUJO.David, 2012, pág. 71) Aclara que: “Mediante la micro localización se determina el terreno o predio para la ubicación definitiva del proyecto.”

El micro localización nos ayuda a determinar el área específica en la cual vamos a instalar al proyecto.

2.18. Tamaño del proyecto

(ARAUJO.David, 2012, pág. 73) Define el tamaño del proyecto como: “La capacidad física o real de producción de bienes y servicios durante un periodo de operaciones, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión.”

El tamaño del proyecto se da en función de la capacidad productiva del proyecto y es la capacidad real que tiene el proyecto para satisfacer su demanda actual.

2.19. Ingeniería del proyecto

(ARAUJO.David, 2012, pág. 63) Determina que: La ingeniería del proyecto se podría decir que técnicamente existen diversos procesos productivos opcionales que son básicamente los muy automatizados y los manuales. Los aspectos más relevantes constituyen el producto, los diagramas de operación, el diseño de las instalaciones, el cálculo de los materiales e insumos, entre otros.

La ingeniería del proyecto trata sobre las instalaciones y el funcionamiento de la empresa así como también define las acciones, actividades u operaciones a realizarse.

2.19.1. Flujoograma

Para (ARAUJO.David, 2012, pág. 84) un flujoograma es: Un método para describir gráficamente un proceso, mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras similares. Permite conocer y comprender los procesos a través de los diferentes procesos a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprometidas.

Un flujoograma es un modelo gráfico que muestra de manera sistemática como se realiza un proceso en la organización.

2.19.2. Tecnología

Según (ARAUJO.David, 2012, pág. 80) la tecnología: “Es la herramienta que utilizamos para obtener un fin, así como la producción de esas herramientas, como los objetos productos de ese proceso”.

La tecnología es un factor importante, ya que permite a una organización ser más eficiente, así como también permite ahorrar los insumos y puede lograr un aumento en la producción.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

(ARAUJO.David, 2012, pág. 90) Menciona que: Para desarrollar el proceso productivo es necesario establecer primero cuál será la distribución de planta de la empresa que vamos a constituir, con el fin de optimizar el proceso y adecuarlo para que sea lo más eficiente posible. Por tal motivo se deben conocer los espacios dejados entre máquinas y para desplazamientos, la altura de los equipos, el peso de cada uno de ellos, su forma y diseño, también la cantidad de equipos utilizados durante el proceso productivo de bienes o servicios.

La distribución de la planta es muy importante ya que así podemos optimizar los procesos, mediante un diseño adecuado de la organización.

ELEMENTOS DEL GASTO

Concepto

Gastos son todas aquellas erogaciones en términos monetarios o sus equivalentes, que son parte importante en el proceso de producción, que implican una disminución de las cuentas de activo y un aumento de pasivo, por lo tanto forma se incluyen nada más en la actividad de operación y no de inversión, al no ser incluido dentro de la producción". (Andrea, 2011)

El gasto es un desembolso o egreso que se consume corrientemente, es decir en el mismo período en el cual se causa.

2.19.3. Gastos operacionales

(ARAUJO.David, 2012, pág. 108) Menciona que son: "Todas aquellas erogaciones generadas como consecuencia de la operación normal de la empresa."

Son aquellos gastos en los cuales se incurre por las operaciones normales que realiza la organización.

2.19.4. Gastos administrativos

Para (ARAUJO.David, 2012, pág. 109) los gastos administrativos: Son las erogaciones para el pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoría interna, compras, almacenes, y demás sectores, así como aquellas otras destinadas a la adquisición de papelería, servicios de electricidad de las áreas antes mencionadas, servicio telefónico y mantenimiento del equipo de oficina, entre otros.

Los gastos administrativos son aquellos que representan a los gastos realizados en el área administrativa de la organización como también los gastos en función de los sueldos pagados al personal administrativo.

2.19.5. Gastos financieros

Según (ARAUJO.David, 2012, págs. 109-110): “Los gastos financieros se refieren al pago de interés sobre créditos presupuestados para el proyecto.”

Los gastos financieros son aquellos gastos en los cuales se incurre para el pago de créditos que probablemente vamos a necesitar para el proyecto.

2.20. Estados financieros proforma o proyectados

2.20.1. Balance de situación financiera proforma

Para (ARAUJO.David, 2012, pág. 112): El balance general proforma contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir, los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado, se presentan los pasivos esperados de la empresa, es decir, las obligaciones financieras que adquirirán los socios de proyecto, y finalmente el capital contable que constituye el patrimonio neto de la empresa.

El balance general proforma muestra los activos, pasivos y patrimonio proyecto que probablemente va a tener la empresa.

2.20.2. Estado de resultados proforma

(ARAUJO.David, 2012, pág. 115) Menciona que: El estado de resultados proforma es un documento dinámico que tiene como finalidad mostrar los resultados económicos de la operación prevista del proyecto para los periodos subsecuentes y se elabora efectuando la suma algebraica de los ingresos menos los egresos estimados.

El estado de pérdidas y ganancias muestra los resultados económicos probables que puede el proyecto lograr en un periodo de tiempo estimado.

2.20.3. Estado de origen y aplicación de recursos proforma

Según (ARAUJO.David, 2012, págs. 115-116) el estado de origen y aplicación de recursos: Tiene como objetivo indicar de donde provienen y en que serán aplicados los flujos de efectivo obtenidos y generados por la empresa. Es un estado dinámico que informa, como su nombre lo dice, acerca de la fuente y el destino de los recursos de la empresa para un periodo determinado.

El estado de origen y aplicación de recursos tiene como objetivo determinar los recursos que se van a emplear en un periodo de tiempo determinado y la manera por la cual dichos recursos van a hacer utilizados.

2.21. Evaluadores financieros

2.21.1. Flujo de caja

(CÓRDOVA.Marcial, 2011, pág. 335) Menciona que: El flujo de caja analiza la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto, desde el punto de vista de la generación suficiente de dinero para cumplir sus obligaciones financieras y generar efectivo para distribuir entre los socios; además, como condición sine qua non para medir la bondad de la inversión.

El flujo de caja es de gran importancia en la evaluación de proyectos, ya que es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo que va a generar el proyecto.

2.21.2. Valor actual neto (VAN)

Según (ARAUJO.David, 2012) “Valor presente neto es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente.”

(MORA.Zambrano, 2011, pág. 268) Menciona que: “El valor actual neto de una inversión es igual a la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos netos de caja asociados a esa inversión.”

El valor actual neto de un proyecto nos indica si el proyecto es factible o no o si por lo menos cubre el costo mínimo del mismo.

2.21.2.1. Determinantes del VAN

De acuerdo con (MORA.Zambrano, 2011, pág. 268) los determinantes del VAN son:

- *Si el valor actual neto de una inversión es positivo, se considera que el proyecto es favorable.*
- *Si el valor actual neto es igual o cercano a cero, el proyecto apenas cubre el costo mínimo.*
- *Si el valor actual neto es negativo, la rentabilidad está por debajo de la tasa de aceptación; por lo tanto, el proyecto debe descartarse.*

2.21.3. Tasa interna de retorno (TIR)

(ARAUJO.David, 2012, pág. 136) Define a la TIR como: “Tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio.”

(MORA.Zambrano, 2011, pág. 269) Expresa que: Tasa interna de rendimiento, es aquella por la cual se expresa el lucro o beneficio neto que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y, en consecuencia, el resultado del Van actual es igual a cero. Si la tasa interna de rendimiento es igual o sobrepasa el costo estimado de oportunidad o de sustitución del capital, la inversión permitirá, por lo menos, recuperar todos los gastos de explotación y de capital.

La tasa interna de rendimiento es aquella que nos permita evaluar si un proyecto es rentable o no.

2.21.4. Punto de equilibrio

(ARAUJO.David, 2012) Define al punto de equilibrio como: “La intersección de la curva de costos totales con la curva de ingresos a su máxima capacidad de operación.”

Para (CÓRDOVA.Marcial, 2011) El punto de equilibrio es: Un elemento más para el análisis y la planeación empresarial y sirve para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permita captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocio; sin embargo, el sistema en si es bastante esquemático y sus aplicaciones necesitan adaptación a las circunstancias específicas.

El punto de equilibrio realiza una estimación de equilibrio entre los ingresos y los egresos totales del proyecto.

2.21.5. Relación costo-beneficio (CB)

(ARAUJO.David, 2012, pág. 137) Determina que: “La relación costo-beneficio también llamado índice de reidualidad, es el coeficiente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto.”

2.21.5.1. Determinantes de la relación costo-beneficio (CB)

Según (ARAUJO.David, 2012, pág. 137) la relación costo-beneficio se puede medir a razón de:

- *Si la relación costo-beneficio es mayor que 1, el proyecto será favorable.*
- *Si la relación costo-beneficio es igual a 1, los beneficios y los costos se igualarán, cubriendo apenas el costo mínimo, atribuible a la tasa de actualización.*
- *Si la relación costo-beneficio es menor que 1, el proyecto será desfavorable, pues reporta que la tasa aplicada no cubre sus costos.*

La relación costo-beneficio nos permite conocer la rentabilidad del proyecto en función de sus ingresos y egresos totales.

2.21.6. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

(ARAUJO.David, 2012) Lo define como: “La magnitud del tiempo en años durante el cual los beneficios o utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión.”

Mediante el periodo de recuperación de la inversión permite conocer el tiempo a recuperar la inversión del proyecto.

2.22. Impactos

(Epstein, 2011) Determina: Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos.

2.22.1. Impactos Social

(Epstein, 2011) Define: Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas que puede dar al desarrollo social dentro de una región del país con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son; la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento económico, y, específicamente, en los terrenos educacional, profesional, social, cultural, entre otros.

2.22.2. Impacto Económico

(Epstein, 2011) Define: El impacto económico es el más importante debido a que en este se basa el interés de la población, lo que se espera incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona.

2.22.3. Impacto Educativo y Empresarial

Epstein, M. J. & Mantilla, S. traductor, (2011). Determinan: Administración y Medición de los Impactos Sociales, Ambientales y Económicos (1) 144 El impacto educativo se reflejaría principalmente en el interés por mejorar la calidad de los suelos y por la búsqueda de nuevas tecnologías de mayor eficiencia para producciones comerciales dentro de una zona determinada, y así crear en la población un impacto de visión empresarial por crear ideas de emprendedores.

2.22.4. Impacto Ambiental

(Epstein, 2011) Determina que: Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.

La determinación de posibles impactos a generarse con la realización del proyecto es de vital importancia. Si se encuentran aspectos positivos será necesario ponderar la magnitud del impacto, de igual forma para las expresiones negativas. Los proyectos de la actualidad deben priorizar las alternativas de bienestar del ser humano con la naturaleza (Sumak Kawsay), por encima de lo económico.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El tema central de este trabajo versa sobre como un producto puede convertirse en un instrumento de desarrollo. Resulta interesante partir del hecho de una materia prima común en el campo, como es la leche, puede ser una de las alternativas de progreso para una parroquia. Con la creación de una cooperativa para la producción y comercialización de quesos maduros elaborados con leche de pequeños productores campesinos de la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro, se busca obtener ese logro. El respectivo estudio de mercado pretende encontrar las mejores alternativas de comercialización para el producto final como es el queso maduro, elaborado de forma artesanal.

El queso es considerado como un producto que aporta con altos niveles nutricionales para el organismo, favoreciendo a quien lo consume. En la actualidad el Estado ha incentivado al consumo de tres lácteos al día a través de anuncios publicitarios y a su vez la sociedad está más interesada en consumir alimentos que representen un beneficio, esto se lo realiza con el fin de combatir los niveles de desnutrición en los niños y adultos.

La razón de considerarlo altamente nutritivo es su elemento de composición prima, la leche, que acompañado de otros insumos facilitan la producción del mismo. Actualmente en el mercado nacional encontramos cualquier variedad de producción de quesos, de diferente tipo, consistencia, color, sabor, textura, precio, tamaño y presentación.

3.2. Identificación del producto

El queso maduro es producido en diferentes circunstancias productivas que los quesos comunes, una de estas condiciones es el período de reposo, ya que en este tipo de quesos para lograr la maduración toma un determinado tiempo, por lo que favorece en su textura y distingue su sabor único y especial.

En la maduración y su periodo de conservación, las cualidades iniciales de la pasta van cambiando de acuerdo con el tipo de queso, el cual al principio es casi blanco; poco a poco se vuelve más amarillo, mientras que la consistencia va cambiando. En unos va siendo cada vez más blanda, mientras que en otros cada vez más dura. El color se desarrolla progresivamente. El sabor es ligeramente ácido, se va acentuando y queda más o menos fuerte. Estos cambios evidentes conllevan a obtener los diferentes tipos de quesos. Entre los más conocidos en el mercado ecuatoriano tenemos:

Cuadro 15

Tipos de quesos maduros

TIPOS DE QUESOS MADUROS	CARACTERÍSTICAS	TIEMPO DE MADURACIÓN
GRUYERE	<ul style="list-style-type: none"> • Corteza dura, color amarillo a pardo. • La pasta se puede cortar fácilmente y presenta un color marfil a amarillo claro. • Es más o menos picante. • Las ruedas tienen un diámetro de 50 cm x 10 - 15 cm de altura. 	De 90 a 120 días.
EDAM	<ul style="list-style-type: none"> • Corteza blanda, pasta fina suave. • Ligeramente amarillento. • Ligeramente ácido. • Bloques de 3 kg. 	6 semanas.
HOLANÉS	<ul style="list-style-type: none"> • Corteza suave, pasta elástica y lista, permite rebanar. • Color amarillo crema. • Ligeramente ácido. • Bloques enteros de 3 kg, rebanadas en 2,5 kg, 1 kg, 300 g y 200 g. 	De 3 a 4 semanas.
PARMESANO	<ul style="list-style-type: none"> • Pasta granulosa y seca. • Color blanco crema. • Sabor fuerte típico. • Rueda entera de 5 kg y cuñas de 300 g aproximadamente. 	De 8 a 10 meses.

CHEDDAR	<ul style="list-style-type: none"> • Corteza blanda, pasta fina suave. • Color ligeramente amarillento. • Sabor ligeramente ácido. 	6 semanas.
TILSITER	<ul style="list-style-type: none"> • La pasta se puede cortar fácilmente. • Color marfil a amarillo claro. • Tiene un sabor más o menos picante. • Las ruedas tienen un diámetro de 24 cm x 7 cm de altura aproximadamente. 	De 2 a 3 meses.
RACLETTE	<ul style="list-style-type: none"> • La pasta se puede cortar fácilmente. • Su color es marfil a amarillo claro. • El sabor es más o menos picante. • Las ruedas tienen un diámetro de 24 cm x 7 cm de altura aproximadamente. 	De 2 a 3 meses.
GOUDA	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene sabor típico y un olor suave. • Es de color blanco. • La presentación es en ruedas de 5 kg aproximadamente 500 g cubiertos de parafina roja. 	Mínimo 3 semanas.
EMMENTALER	<ul style="list-style-type: none"> • Queso elástico, picante, dulzón con corteza dura, con ojos. • Color blanco. • Sabor típico picante y fuerte. 	3 meses.
MEZCLA DE QUESO PARA FONDUE	<ul style="list-style-type: none"> • Contiene: 50% queso gruyere, 25% queso raclette, 25% queso tilsiter. • Mantiene un aspecto granulado, cubos de máximo 2 mm de espesor. • Es de color amarillento. • El sabor es ligeramente ácido. 	

Fuente: www.floralp-sa.com

Elaborado por: Ipiates J.

Año: 2016

Este tipo de quesos es de consumo y uso exclusivo, ya que es común en las personas con paladar exigente y sobre todo personas conocedoras de sabores especiales y culturas distintas a la nuestra, quienes en su momento lo degustaron y desde entonces se inclinaron por consumir este tipo de queso, el cual en otros países su consumo es popular y habitual. Su utilización recae en la elaboración de sándwiches especiales, pizzas, pastas, platillos gourmet, bocadillos, postres o a su vez se los puede consumir acompañados de algún tipo de bebida como el café o vino.

3.2.1. Características Químicas

El siguiente cuadro expresa la información nutricional general de quesos maduros.

Al ser un tipo de queso libre de suero se puede observar que tiene alto contenido en grasa, por lo que no es recomendable para personas que sufran enfermedades con relación al colesterol.

Cuadro 16

Tipos de quesos maduros

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de la porción 1 oz (28 g)	
Por porción	% Valor Diario*
Calorías 110	
Calorías de grasa 81	
Total grasa 9 g	14%
Grasa Saturada 6 g	30%
Colesterol 30 mg	10%
Sodio 260 mg	11%
Carbohidratos 0 g	0%
Fibra Dietética 0	0%
Azúcares 0 g	
Proteínas 7 g	
Vitamina A 6%	Vitamina C 0%
Calcio 20%	Hierro 0%

**Basado en una dieta de 2000 Calorías*

Fuente: MUÑOZ, "Tablas de valor nutritivo de los alimentos", 2011.

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

3.3. Objetivos del estudio de mercado

3.3.1. Objetivo general

Identificar la oferta, demanda y posibles canales de distribución para la comercialización de quesos maduros en la ciudad de Ibarra.

3.3.2. Objetivos específicos.

- ✓ Conocer la demanda potencial que este dispuesta a adquirir quesos maduros en la ciudad de Ibarra.
- ✓ Analizar la oferta de posibles competidores directos e indirectos.
- ✓ Identificar los mejores canales de distribución para la comercialización del producto terminado.
- ✓ Diseñar estrategias de mercado que permitan conseguir el posicionamiento y la aceptación deseada del producto final.

3.4. Matriz de variables de mercado

Cuadro 17

Matriz de variables de mercado.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Conocer la demanda, y la proporción equivalente a clientes objetivos y clientes potenciales dispuestos a adquirir quesos maduros en la ciudad de Ibarra.	DEMANDA	Gustos y preferencias	Primaria	Encuesta	Posibles consumidores potenciales
		Producto Nuevo	Primaria	Encuesta	
		Preferencias de marcas	Primaria	Encuesta	
		Nivel de demanda	Primaria	Encuesta	
		Frecuencias de Consumo	Primaria	Encuesta	
Analizar la oferta de posibles competidores directos e indirectos.	OFERTA	Nivel de oferta	Secundaria	Documental	Empresas ofertantes de quesos maduros
		Volúmenes	Secundaria	Documental	
		Variedad de productos	Secundaria	Documental	
Analizar e identificar el precio de la competencia en el mercado actual.	PRECIO	Competencia Mercado actual Tipo de producto	Primaria	Encuesta Observación directa (Cliente fantasma)	Consumidores potenciales Productores, Vendedor final
Identificar los mejores canales de distribución para la comercialización del producto terminado.	DISTRIBUCIÓN	Plaza y Promoción	Primaria	Encuesta	Posibles consumidores potenciales

3.5. Mecánica Operativa

3.5.1. Identificación de la Población

Según el último Censo de población y vivienda, 2010, realizado por el INEC. La población de la ciudad de Ibarra es de 181.175 habitantes; los cuales 87.786 son hombres y 93.389 son mujeres. El número de hogares del sector urbano es de **37.981** familias, con un promedio de 3,7 personas por hogar.

Cuadro 18

Población de la ciudad de Ibarra, 2010.

POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA, 2010.	
Hombres	87.786
Mujeres	93.389
TOTAL	181.175
Nro. De Hogares	37.981
(-) Hogares dentro del índice de pobreza 39,80%	-15.117
TOTAL HOGARES - MUESTRA	22.864

Fuente: INEC, 2010.

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

De acuerdo al producto final a producirse por la cooperativa, quesos maduros, el segmento de mercado está dirigido a la clase media alta. Por lo que se excluye el índice de pobreza de la ciudad de Ibarra, que según el SIISE es del 39.80%, representando así 15.117 hogares. Los cuales no se encuentran en capacidad económica de poder adquirir quesos maduros. Son hogares que carecen de la satisfacción de necesidades básicas, por lo que no serán considerados para la muestra.

Cuadro 19**Proyección de las familias**

AÑO	FAMILIAS
2010	22864
2011	25002
2012	27339
2013	29896
2014	32691
2015	35748
2016	39090

Por lo tanto los hogares para la muestra será de **39.090** familias comprendidas dentro de la urbe urbana de la ciudad de Ibarra y que no pertenecen al índice de pobreza.

3.5.2. Identificación de la Muestra.

La población considerada como motivo de investigación serán los hogares instaurados en la urbe urbana de la ciudad de Ibarra, la cual comprende de **22.864** hogares.

Para la determinación de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n =Tamaño de la Muestra.

δ = Varianza = 0.5

ε = Error 0,05

N= Tamaño de la población

Z = Valor tipificado corresponde 1.96

$N_c = 95\%$

$Z = 1.96$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (22.864)}{(0.05)^2 * (39.090 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{39.090}{58,1179} = 378$$

El número de encuestas que se deben aplicar es de **378**.

3.6. Técnicas e instrumentos

Para la realización del presente estudio de mercado, ha sido necesario la aplicación de técnicas e instrumentos, las cuales permitieron recabar información veraz y oportuna.

3.6.1. Información Primaria

Para la presente investigación se procedió a la aplicación de encuestas en la ciudad de Ibarra, siendo esta:

- ✓ Encuesta dirigida a los potenciales consumidores de quesos maduros en la ciudad de Ibarra.
(Anexo Nro. 1)

3.6.2. Información Secundaria

- ✓ Estadísticas INEC, censo poblacional y vivienda del 28 de noviembre del 2010.
- ✓ Estadísticas INEC, crecimiento de la industria manufacturera al 2013.
- ✓ Estadísticas MAGAP, III Censo Nacional Agropecuario al 2002.

3.7. Tabulación y análisis de información

3.7.1. Resultados encuesta aplicada a la población del sector urbano de la ciudad de Ibarra:

1.- ¿Consume quesos maduros, como parte de su alimentación?

Cuadro 20

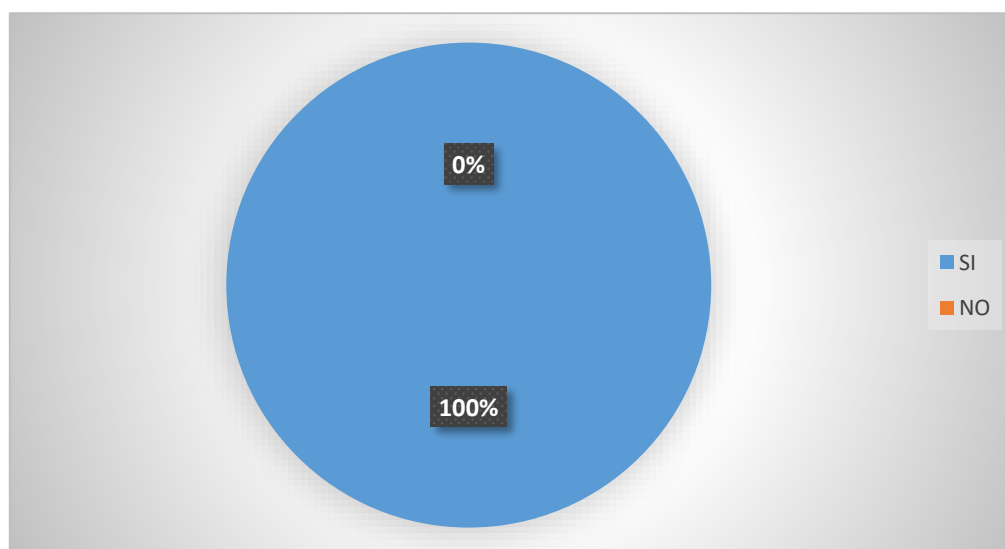
Consumo de quesos maduros.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	378	100%
No	0	0%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

Gráfico 4 Consumo de quesos maduros.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

El mayor porcentaje de encuestados manifiestan que consumen quesos maduros como parte de su alimentación.

2.- ¿Qué tipo de queso maduro es el de su preferencia?

Cuadro 21

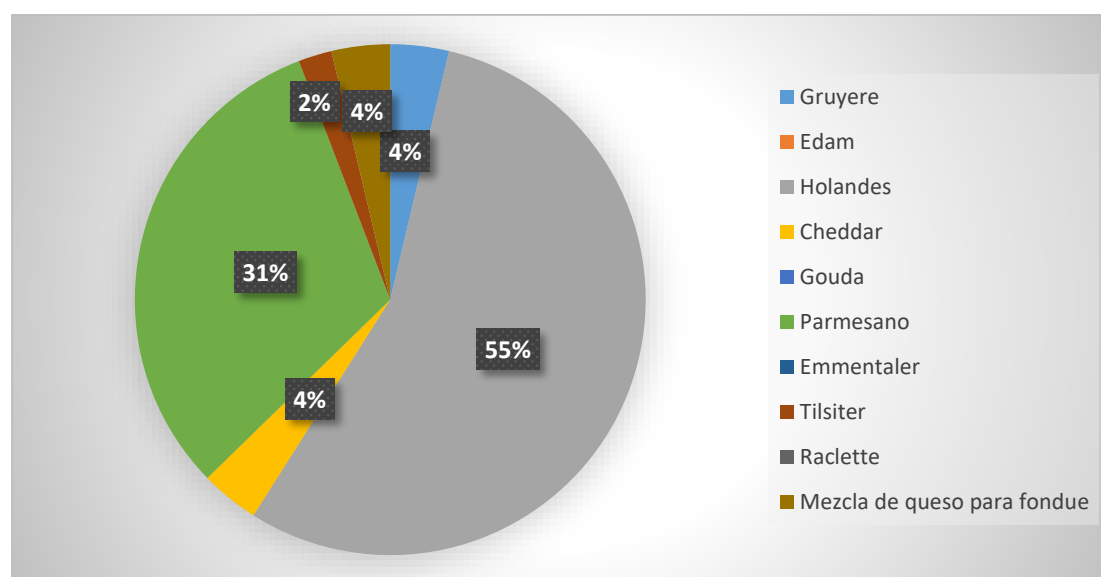
Preferencia de quesos maduros.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gruyere	14	4%
Edam	0	0%
Holandes	209	55%
Cheddar	14	4%
Gouda	0	0%
Parmesano	119	31%
Emmentaler	0	0%
Tilsiter	8	2%
Raclette	0	0%
Mezcla de queso para Fondue	14	4%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Gráfico 5 Preferencia de quesos maduros.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

Se evidencia que la preferencia de quesos maduros en su mayoría es de tipo holandés, seguido por el parmesano y en menor cantidad gruyere.

3.- ¿Qué marca de quesos consume con mayor frecuencia?

Cuadro 22

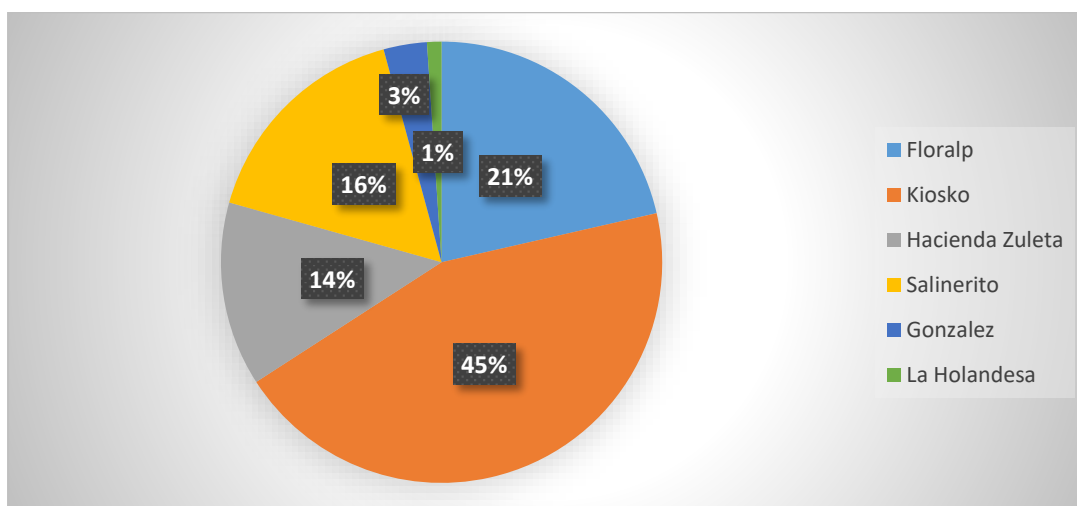
Preferencia de marca en quesos maduros.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Kiosko	168	45%
Floralp	81	21%
Salinerito	62	16%
Hacienda Zuleta	51	14%
González	12	3%
La Holandesa	4	1%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

Gráfico 6 Preferencia de marca en quesos maduros.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

La marca kiosko representa un gran porcentaje del mercado en la ciudad de Ibarra, como preferencia en quesos maduros. Floralp con sus productos también tiene un buen posicionamiento, seguido de la marca Hacienda Zuleta, Salinerito, González y La Holandesa, que llegan al mercado de Ibarra a través de los supermercados (Supermaxi, Gran Aki, Akí, Tía y Santa María)

4.- ¿Por qué prefiere la marca antes señalada?

Cuadro 23

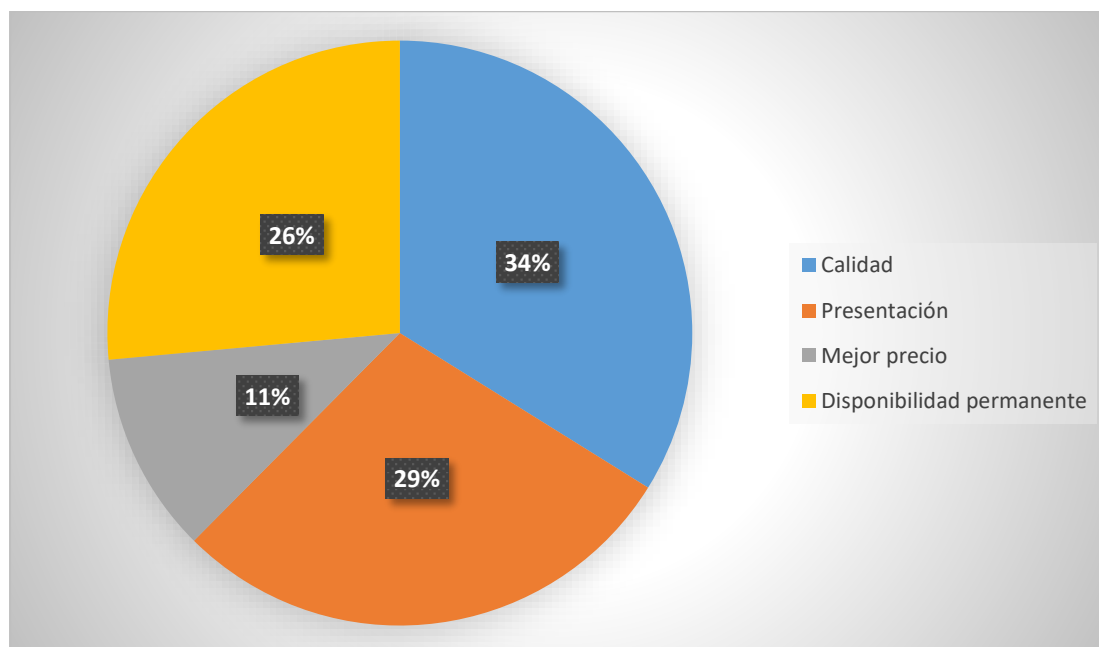
Características de Preferencia.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	128	34%
Presentación	108	29%
Mejor precio	42	11%
Disponibilidad Permanente	100	26%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Gráfico 7 Características de Preferencia.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

Los hogares de la ciudad de Ibarra al momento de elegir una marca de quesos maduros priorizan la calidad y seguido la presentación. Mientras que en un porcentaje promedio determinan la disponibilidad permanente del producto, además un reducido número señala adquirir en función del mejor precio.

5.- ¿Cuál es su cantidad mensual de consumo en quesos maduros?

Cuadro 24

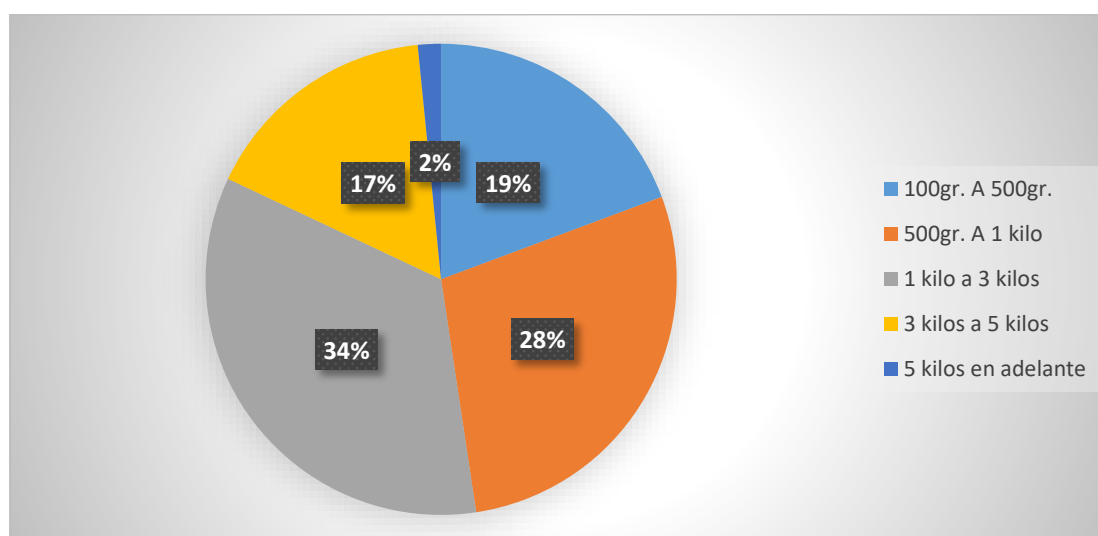
Volumen de consumo mensual.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100gr. a 500gr.	73	19%
500gr. a 1 Kilo	107	28%
1 Kilo a 3 Kilos	130	34%
3 Kilos a 5 kilos	62	17%
5 Kilos en adelante	6	2%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Gráfico 8 Volumen de consumo mensual.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

El promedio de mayor consumo mensual de quesos maduros en la ciudad de Ibarra se encuentra entre 1 kilo a 3 kilos, seguido de un consumo de entre 500gr. a 1 kilo mensual. Por otro lado en menor consumo es de 100gr. a 500gr. y un reducido porcentaje denotan consumir de entre 3 kilos a 5 kilos y de 5 kilos en adelante. Pues esto se denota por el alto precio de este tipo de producto.

6.- ¿Qué presentación es de su preferencia?

Cuadro 25

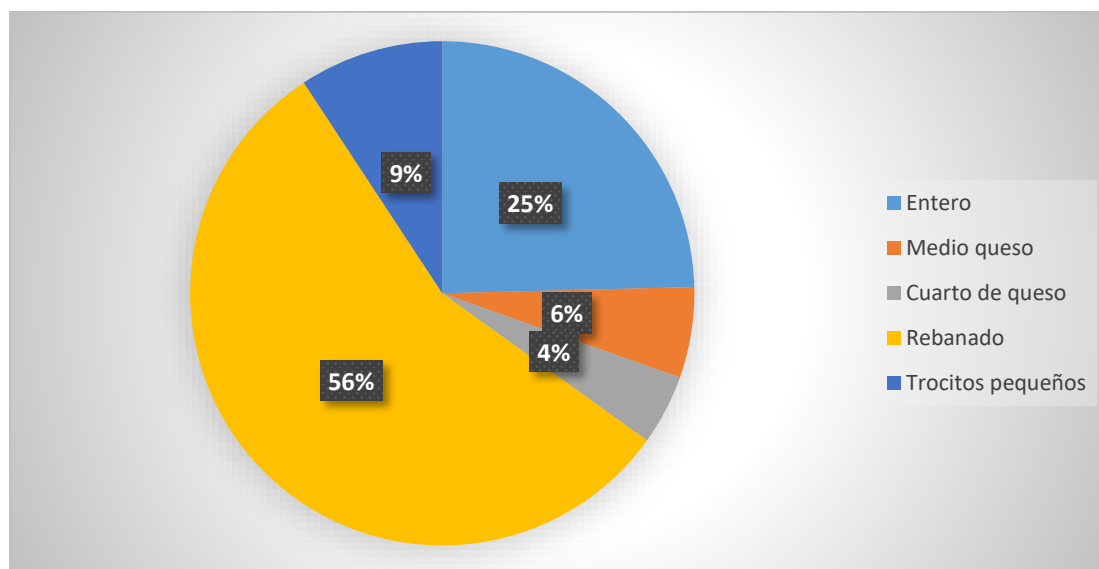
Presentación de Preferencia.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entero	93	25%
Medio Queso	22	6%
Cuarto de queso	17	4%
Rebanado	211	56%
Trocitos pequeños	35	9%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

Gráfico 9 Presentación de Preferencia.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

ANÁLISIS:

La mayoría de encuestados tiene preferencia por la presentación de quesos maduros en rebanadas, pues esto depende del uso dado. También la presentación en queso entero tiene un gran porcentaje de aceptación. Los trocitos pequeños se encuentran con una aceptación minoritaria, seguido de las presentaciones en medio y cuartos de queso.

7.- ¿Qué uso le da al queso maduro que compra?

Cuadro 26

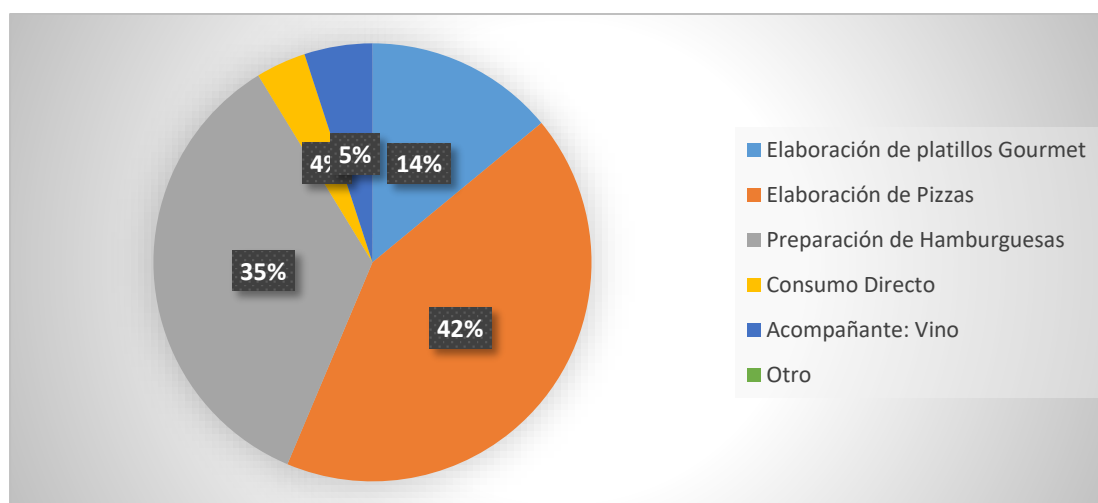
Utilidad del queso maduro.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Elaboración de platillos Gourmet	53	14%
Elaboración de Pizzas	160	42%
Preparación de Hamburguesas	132	35%
Consumo Directo	14	4%
Acompañante: Vino	19	5%
Otro ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Gráfico 10 Utilidad del queso maduro.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

De los resultados totales se puede evidenciar que el uso que se le da al queso maduro en su mayoría se concentra en la elaboración de pizzas y preparación de hamburguesas. Por supuesto que también un porcentaje significativo lo usa para la elaboración de platillos Gourmet, esto se debe a la presencia de hoteles y restaurantes con clase "A" en la ciudad de Ibarra.

8.- ¿Al mes, con qué frecuencia consume quesos maduros?

Cuadro 27

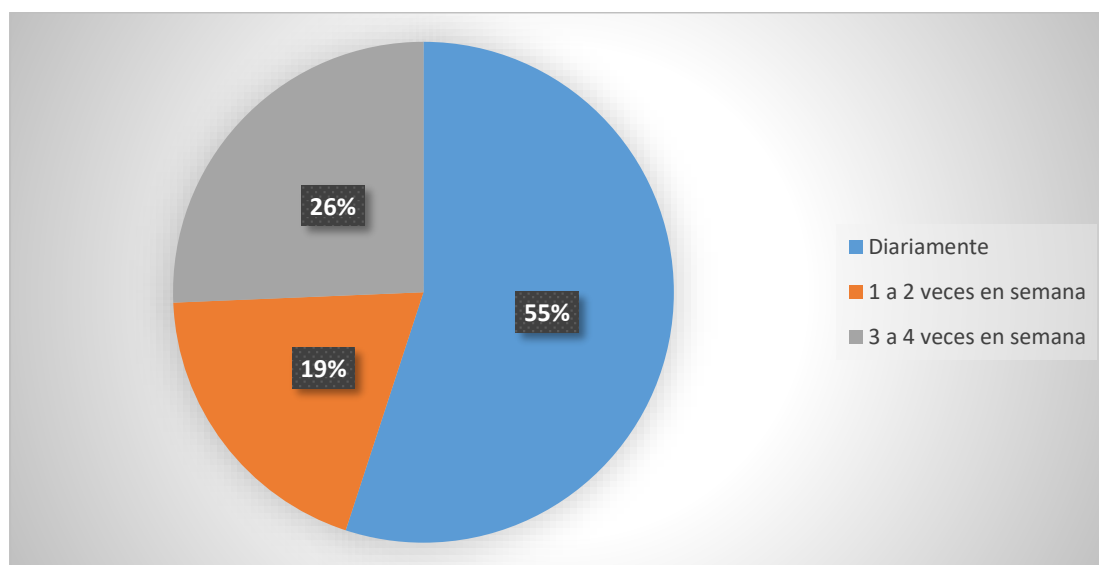
Frecuencia de consumo mensual.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	208	55%
1 a 2 Veces en semana	73	19%
3 a 4 Veces en semana	97	26%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Gráfico 11 Frecuencia de consumo mensual.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

De la totalidad de encuestados un mayor porcentaje muestra que su consumo de quesos maduros es diario, seguido de un consumo que va de 3 a 4 veces en semana y un reducido porcentaje manifiesta consumirlo de 1 a 2 veces en semana. Se denota un gran crecimiento en la costumbre de consumo de quesos maduros en la ciudad de Ibarra.

9.- ¿Estaría dispuesto a adquirir una nueva marca de queso maduro, producido de forma artesanal por pequeños productores de la provincia de Imbabura?

Cuadro 28

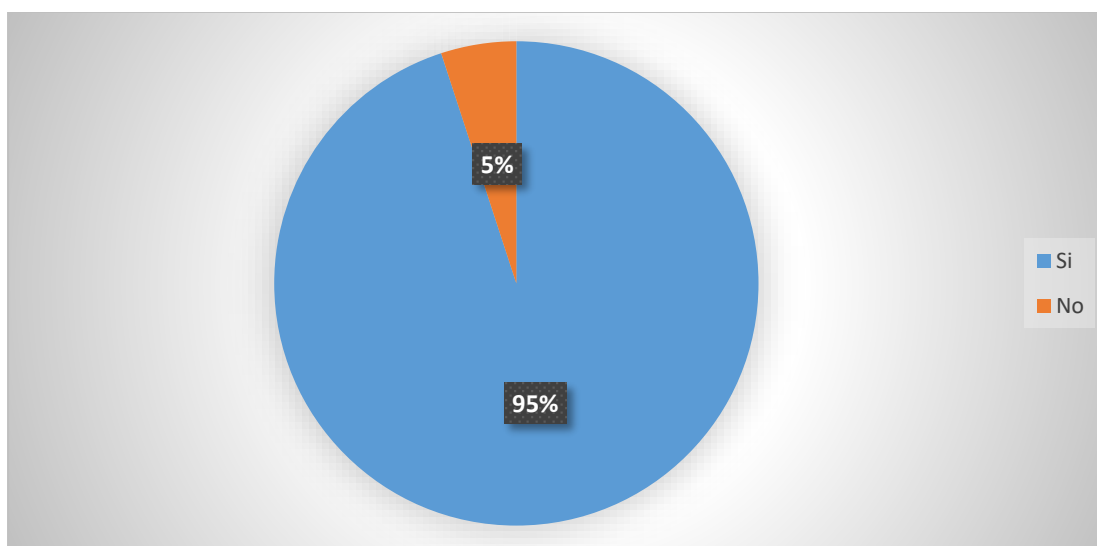
Producto nuevo.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	359	95%
No	19	5%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

Gráfico 12 Producto nuevo.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

Casi la totalidad de los encuestados manifiestan que estarían de acuerdo en adquirir una nueva marca de quesos maduros, pues el impulso que se ha venido dando a preferir productos ecuatorianos, muestra una gran ventaja para el presente proyecto. Tan solo un reducido porcentaje expreso que no adquiriría el nuevo producto.

10.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por este producto?

Cuadro 29

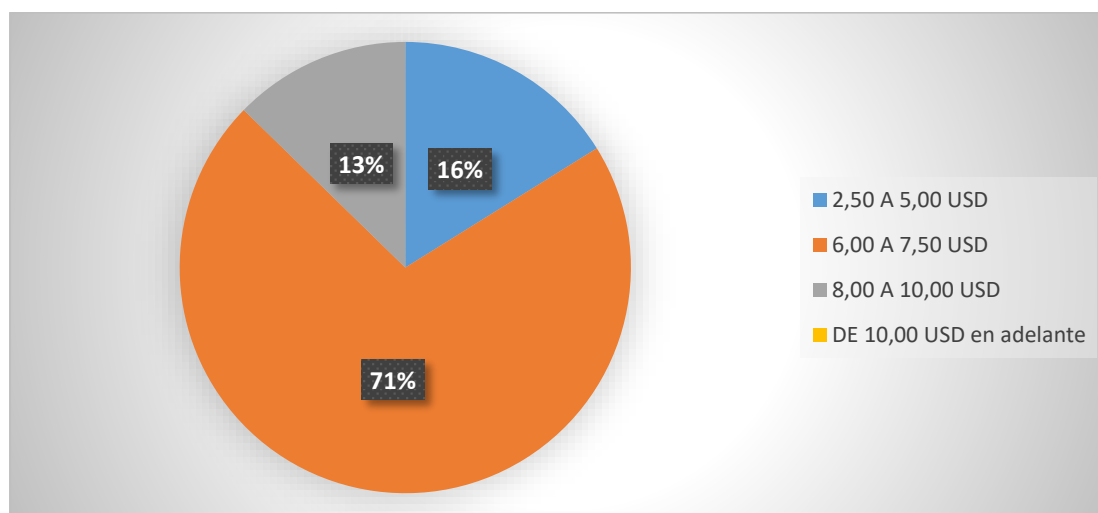
Precio.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2,50 A 5,00 USD	61	16%
6,00 A 7,50 USD	269	71%
8,00 A 0,00 USD	48	13%
DE 10,00 USD en adelante	0	0%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Gráfico 13 Precio.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

Analizando los resultados obtenidos se aprecia que el mayor porcentaje de los encuestados están dispuestos a pagar de 6,00 a 7,50 USD por cada queso de 500gr. siendo un aspecto de gran relevancia dado que el producto se considera de gran calidad, por otra parte un porcentaje de encuestados señala que estarían dispuestos a pagar de 2,50 a 5,00 USD y solo pocos determinan poder pagar entre 8,00 a 10,00 USD.

11.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

Cuadro 30

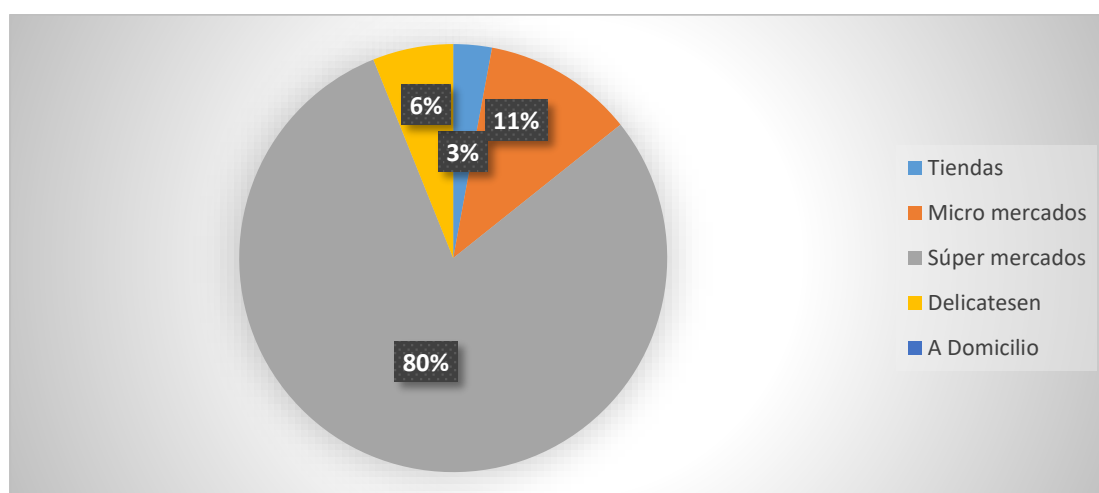
Canales de distribución.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	11	3%
Micro mercados	43	11%
Supermercados	301	80%
Delicatesen	23	6%
A Domicilio	0	0%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

Gráfico 14 Canales de distribución.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

El mayor porcentaje de los encuestados manifiesta que le gustaría adquirir este nuevo queso maduro en los Supermercados, puesto que el target de quesos maduros comprende niveles de ingresos medios altos. Un menor número muestra estar interesado en poder comprar en micro mercados, mientras que un reducido porcentaje adquiriría en delicatessen y tiendas.

12.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Cuadro 31

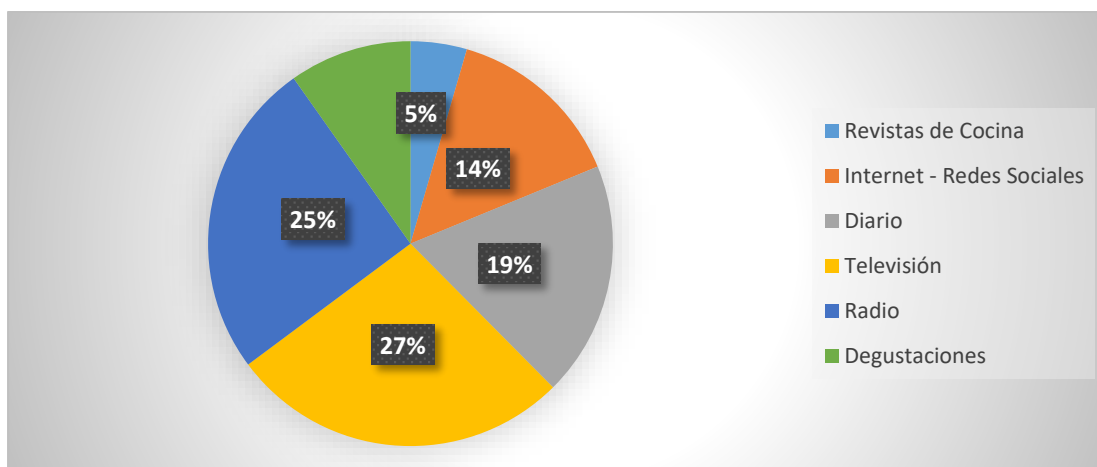
Publicidad de queso maduro.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revistas de Cocina	17	5%
Internet – Redes Sociales	54	14%
Diario	71	19%
Televisión	103	27%
Radio	96	25%
Degustaciones	37	10%
TOTAL	378	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Gráfico 15 Publicidad de queso maduro.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados expresan que les gustaría conocer acerca del queso maduro a través de la televisión y la radio, seguido de publicaciones en el diario y la creación de un FANPAGE en el internet, y en menor cantidad manifestaron las degustaciones y en revistas de cocina.

3.8. Análisis de la demanda

3.8.1. Comportamiento histórico

Según la publicación de la revista (Quesos en el Ecuador, 21/Mayo/2007): “En el Ecuador urbano, mensualmente se consumen 1,36 millones de kilos de queso de todas las variedades, lo cual representa un mercado de \$7,03 millones por mes. El consumo promedio por hogar alcanza las 2,5 unidades de 500 gramos; para ello una familia destina en promedio \$6,5 por mes. El 81,5% del mercado de quesos corresponde a la variedad del fresco, contempla el queso de mesa, de comida, el amasado, el criollo, entre otros.

El 10,3% del gasto mensual corresponde al queso mozzarella, el 4,3% a las variedades de maduros, y el restante 3,8% a otras variedades. Y de acuerdo al histórico de datos procesados por el Banco Central existe una demanda interna en toneladas métricas”.

3.8.2. Segmentación del Mercado Meta

Los quesos maduros son materias primas indispensables para la elaboración de pizzas, bocadillos, hamburguesas, platillos gourmet, pastas entre otros con costos significativos, el consumo de estos alimentos depende básicamente del nivel de ingresos por persona. Por lo que se consideró como consumidores potenciales de quesos maduros a las personas de ingresos medios, medios altos y altos, del sector urbano de la ciudad de Ibarra, cuyos hábitos alimenticios incluyen este tipo de productos.

3.8.3. Cantidad total demandada

Habiendo realizado un previo análisis mediante la aplicación de encuestas se ha determinado la aceptación del producto, determinando en base a los datos y resultados obtenidos que una nueva marca de quesos maduros presenta una gran posibilidad de introducción en el mercado dado el alto porcentaje de aceptación, de acuerdo a la pregunta Nro.

9 de la encuesta (Véase Anexo Nro. 1), donde un 95% de los consumidores manifiestan que estarían dispuestos a adquirir una nueva marca de quesos maduros realizado artesanalmente por pequeños agricultores de la provincia.

También se logró conceptualizar el tipo de queso de mayor preferencia el cual según la aplicación de las encuestas de acuerdo a la pregunta Nro. 2 de la encuesta (véase Anexo Nro.1), donde se evidencia que la preferencia de quesos maduros en su mayoría es de tipo holandés.

Por consiguiente la demanda se obtiene mediante el análisis basado en el nivel de aceptación de la población objeto de estudio a la cual fue dirigida la encuesta, siendo 21.721 hogares que corresponden al 95% que muestra un claro interés en adquirir el producto y se constituyen la demanda potencial a la cual la empresa enfocará sus esfuerzos para cubrir la necesidad insatisfecha presente en el cantón.

Para el cálculo de la demanda se tomó aquella población a la cual fue dirigida la encuesta, siendo los hogares urbanos de la ciudad de Ibarra, multiplicando tal cantidad por el porcentaje de aceptación obtenido del análisis de las encuestas aplicadas. (Véase en el anexo Nro. 1)

De la siguiente manera:

Cálculo:

Demanda Actual = Población (Muestra) * % de aceptación.

Demanda Actual = 22.864 * 95%

Demanda Actual = 21.721 Hogares

Cuadro 32**Nivel de aceptación.**

POBLACIÓN - MUESTRA	% DE ACEPTACIÓN	DEMANDA ACTUAL DE HOGARES
22.864	95%	21.721

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

De acuerdo a la información obtenida referente a los datos arrojados de la encuesta aplicada se determina que del total del número de hogares 22.864 el 95% registra aceptación hacia el producto teniendo por tanto una demanda actual de 21.721 hogares.

3.8.4. Volumen de quesos maduros demandados en kilogramos.

Mediante la información obtenida a través de la encuesta aplicada, en cuanto a cantidad mensual de consumo en quesos maduros, referente a la pregunta Nro. 5 (Véase en el Anexo Nro. 1), se procedió a tomar todas las opciones establecidas en la encuesta con el objetivo de determinar el volumen de quesos maduros demandados en kilogramos, siendo el cálculo el siguiente:

Demanda actual, año 2016 (año base) = 21.721 hogares

Cuadro 33**Volumen de consumo mensual.**

OPCIONES	PORCENTAJE
100gr. a 500gr.	19%
500gr. a 1 Kilo	28%
1 Kilo a 3 Kilos	34%
3 Kilos a 5 kilos	17%
5 Kilos en adelante	2%
TOTAL	100%

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

Cuadro 34**Volumen de quesos maduros, anual.**

DEMANDA Nro. HOGARES	CANTIDAD Kg.	PORCENTAJE	Nro. HOGARES	VOLUMEN MENSUAL Kg.	VOLUMEN ANUAL Kg.
21.721	100gr. a 500gr.	19%	4.127	1.238,10	14.857,2
21.721	500gr. a 1 Kilo	28%	6.082	4.561,5	54.738
21.721	1 Kilo a 3 Kilos	34%	7.385	14.770	177.240
21.721	3 Kilos a 5 kilos	17%	3.693	14.772	177.264
21.721	5 Kilos en adelante	2%	434	2.170	26.040
TOTAL		100%	21.721		450.139,2

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

De acuerdo a la información obtenida a través de la encuesta aplicada, referente a la pregunta Nro. 5 (Véase en el Anexo Nro. 1); se procede a prorratear los valores para cada concepto, luego determinamos la media de los parámetros en cantidades, para posteriormente multiplicar por 12 (meses) y obtener el volumen anual en kilogramos de demanda en quesos maduros, para la ciudad de Ibarra.

De esta manera se determina una demanda de **450.139,2** Kilogramos de quesos maduros en consumo.

3.8.5. Proyección de la demanda en kilogramos de quesos maduros

Para la proyección de la demanda se tomó en consideración el volumen anual en kilogramos y la tasa de crecimiento poblacional, dato obtenido del INEC, aplicando para tal efecto la siguiente fórmula:

Pp= Población Proporcional**Pb**= Población básica**i**= Tasa de crecimiento poblacional (2,02% dato INEC 2015)**n**= Número de años

Cálculos:

- **Año 2016 (año base)** = 450.139,2 Kilogramos

- **Año 1**

$$Pp = 450.139,2 (1+0,0202)^1$$

$$Pp = 459.232,01 \text{ Kg.}$$

- **Año 2**

$$Pp = 459.232,01 (1+0,0202)^2$$

$$Pp = 477.972,37 \text{ Kg.}$$

- **Año 3**

$$Pp = 477.972,37 (1+0,0202)^3$$

$$Pp = 507.526,53 \text{ Kg.}$$

- **Año 4**

$$Pp = 507.526,53 (1+0,0202)^4$$

$$Pp = 549.794,04 \text{ Kg.}$$

- **Año 5**

$$Pp = 549.794,04 (1+0,0202)^5$$

$$Pp = 607.612,39 \text{ Kg.}$$

Después de haber realizado los cálculos pertinentes se pudo obtener los respectivos datos de la demanda proyectados para 5 años, en función al año base, en el cual se obtuvo la

información a través de la aplicación de la encuesta, a continuación se presenta la tabla resumen de las proyecciones:

Cuadro 35

Proyección de la demanda.

AÑOS	PROYECCIÓN DEMANDA (Kg)
Año base	450.139,2
1	459.232,01
2	477.972,37
3	507.526,53
4	549.794,04
5	607.612,39

Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. **Año:** 2016

3.9. Análisis de la oferta

3.9.1. Comportamiento histórico

La producción láctea en el Ecuador registra alzas en los últimos 4 años, de modo que en el 2012 se recogieron 5'460.000 litros diarios de leche. La producción lechera ecuatoriana se ha concentrado en la Sierra con el 75,9%, mientras que en la Costa tiene el 15,4% y el Oriente el 8,7%. El Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) registra que el sector lácteo ecuatoriano tiende a mejorar su oferta exportable desde el 2.008, cuando alcanzó un total de 2'700.869 dólares, en el 2009 3'382.219 dólares y finalmente en el 2010 alcanzó los 5'051.875 dólares. Los lugares de comercialización son: EE. UU., Europa, Japón, Rusia y América Latina (Chile, Colombia, México, Venezuela y Comunidad Andina) (Centro de la Industria Láctea, 2012)

Con respecto a tipo de oferta para quesos maduros y semimaduros el país cuenta con industria de alto reconocimiento a nivel nacional e internacional. Según datos de Madura la Industria del queso, "La empresa El Kiosko con una producción de 2'957.000 Kilos de queso, Floralp que produce entre 36 y 40 toneladas/ mes de queso maduro y semimaduros, Rey queso

es una empresa que orienta su producción al queso fresco”. (Madura la Industria del Queso, 2011)

3.9.2. Comportamiento histórico de la oferta

El comportamiento histórico de la producción de quesos maduros y semimaduros comprende a producción nacional más las importaciones y menos las exportaciones que se han realizado desde el año 2008.

Cuadro 36

Oferta Histórica.

AÑOS	OFERTA (Kg)
2008	5.891,65
2009	9.630,72
2010	9.152,08
2011	9.905,03
2012	10.657,98
2013	11.671,24
2014	12.177,87
(2015)	(12.684,50)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

3.9.3. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomó en consideración la proyección de la oferta del año 2015 (BCE) como año base y multiplicando por la tasa de crecimiento de la industria manufacturera, dato obtenido del INEC.

Aplicando para tal efecto la siguiente fórmula:

Cálculo:

- **Año 2015 (año base) = 12.684,50 Kilogramos**

- **Año 1**

$$Pp = 12.684,50 (1+0,0397)^1$$

$$Pp = 13.188,08 \text{ Kg.}$$

- **Año 2**

$$Pp = 13.188,08 (1+0,0397)^2$$

$$Pp = 14.255,99 \text{ Kg.}$$

- **Año 3**

$$Pp = 14.255,99 (1+0,0397)^3$$

$$Pp = 16.022,18 \text{ Kg.}$$

- **Año 4**

$$Pp = 16.022,18 (1+0,0397)^4$$

$$Pp = 18.722,07 \text{ Kg.}$$

- **Año 5**

$$Pp = 18.722,07 (1+0,0397)^5$$

$$Pp = 22.745,43 \text{ Kg.}$$

Después de haber realizado los cálculos pertinentes se proyectó la oferta para 5 años, a continuación se presenta el resumen de las proyecciones de oferta realizadas:

Cuadro 37**Proyección de la oferta.**

AÑOS	PROYECCIÓN OFERTA (Kg)
Año base	12.684,50
1	13.188,08
2	14.255,99
3	16.022,18
4	18.722,07
5	22.745,43

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Ipiiales J. Año: 2016

Se proyecta de esta manera la oferta para los próximos 5 años, para efectos de cálculo se ha tomado el crecimiento de la industria de manufactura relacionado a alimentos siendo de 3,97% según el INEC en su página oficial.

3.10. Estimación de la demanda insatisfecha

Realizando una comparación de las proyecciones identificadas para oferta y demanda de quesos maduros en el Ecuador, se obtuvieron datos positivos en cuanto a la demanda insatisfecha proyectada para los años subsiguientes. Es importante para el proyecto haber identificado valores de demanda insatisfecha ya que se puede determinar la necesidad o factibilidad de desarrollar el proyecto.

Cuadro 38**Demanda Insatisfecha.**

AÑO	DEMANDA (Kg)	OFERTA (Kg)	DEMANDA INSATISFECHA (Kg)
1	459.232,01	13.188,08	446.043,93
2	477.972,37	14.255,99	463.716,38
3	507.526,53	16.022,18	491.504,35
4	549.794,04	18.722,07	531.071,97
5	607.612,39	22.745,43	584.866,96

Elaborado por: Ipiiales J.

Año: 2016

3.11. Participación del proyecto

De acuerdo a la capacidad instalada que tendrá la cooperativa se pretende cubrir un 10 % de la demanda insatisfecha con un crecimiento progresivo conforme a la inflación presente.

Para determinar la cobertura que el proyecto tendrá en el mercado de consumo potencial, se ha tomado en consideración el respectivo procedimiento que se debe cumplir para la obtención del queso holandés, se debe mantener en maduración durante 30 y 45 días; y que se encuentre listo para su comercialización.

Cuadro 39

Participación del proyecto en el mercado.

AÑO	DEMANDA POTENCIAL (Kg)	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER(Kg)	QUESO HOLANDES 500gr (Unidades)
1	446.043,93	44.604	89.208
2	463.716,38	46.372	92.742
3	491.504,35	49.150	98.298
4	531.071,97	53.107	106.212
5	584.866,96	58.487	116.970

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

3.12. Análisis de precios

3.12.1. Precios Históricos

El histórico de precios que se presenta a continuación son valores asignados a quesos maduros, en función de los costos de producción y el mercado.

De acuerdo a los datos obtenidos en SINAGAP, la variación porcentual del incremento de precios en los productos está relacionada con la tasa de inflación anual y mensual, y para los quesos en especial tiene una variación del 0,05%. Según el Banco Central del Ecuador, la inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores

de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales.

Es importante mencionar que la inflación de Ecuador se encuentra entre 3% y 5% mensual. (Banco Central del Ecuador)

3.12.2. Determinación de márgenes de precios

El precio se fijó en base a la cuantificación de costos directos e indirectos que intervienen en la elaboración de quesos maduros, adicionalmente se analizó el precio del mercado para no fijar un precio superior a la competencia y poder ingresar en el mercado con precios competitivos.

El precio final de los quesos maduros de tipo Holandés en presentación de 500gr. es de \$ 5,20. Cabe indicar que el precio ayuda a determinar el volumen de sus ventas. Por lo tanto la fijación del margen de precios está basada en el punto de equilibrio que considera costos de producción, y los precios del mercado, para lograr establecer un precio competitivo para el producto.

3.13. Canales de distribución

La distribución de quesos maduros se la realizará a través de los principales supermercados de la ciudad de Ibarra como: Supermaxi, Despensas Akí y Gran Akí, Santa María y Súper Tía, que son los lugares más frecuentados por las personas para realizar sus adquisiciones, que según el análisis realizado a la encuesta la pregunta Nro. 11 (Ver Anexo Nro. 1) manifiesta que le gustaría adquirir este nuevo queso maduro en los principales supermercados de la ciudad.

Además se pretende ser proveedor de los principales restaurantes y pizzerías clase “A” de la provincia de Imbabura.

A continuación se representa el sistema de comercialización de la Cooperativa de Producción Agrícola (COOPRODAG) de la parroquia Mariano Acosta.

Gráfico 16 Sistema de Comercialización.



Fuente: Encuesta (Anexo 1)

Elaborado por: Ipiales J. **Año:** 2016

3.14. Estrategias de mercado

Las estrategias que se proponen a continuación tienen como objeto posicionar al producto en el mercado, y en la mente del consumidor, el cliente es un elemento esencial con el que se debe mantener siempre buenas relaciones a fin de que se mantenga fiel a la empresa.

A continuación se procede al análisis de las cuatro 4P's del Marketing: producto, precio, plaza, promoción y publicidad que fusionados adecuadamente inciden en la óptima comercialización del queso Holandés.

Estrategias de producto

El producto que la cooperativa desarrollara es un queso de tipo maduro, el cual es de un consumo especial ya que su ocupación es en recetas de comida, o que se lo puede degustar acompañado de un vino.

Para la presentación del producto se propone el siguiente logotipo que representa la elaboración del producto y el lugar de donde proviene.

Logotipo: El logotipo permite resaltar la identidad de la Cooperativa.



Estrategia de precio

Precio de introducción.- el precio con el que pretende ingresar el queso maduro al mercado es relativamente un precio cómodo y que está al alcance de los consumidores, y en relación a la competencia el precio se encuentra con una diferencia a favor del cliente.

Estrategia de plaza

Esta estrategia permitirá acercar de manera más efectiva el producto a los consumidores para que se empiece el cliente ingrese en una etapa de familiarización e identificación del producto.

Stand: Se va a diseñar un espacio en los supermercados para realizar la degustación del queso maduro con preparaciones durante el tiempo de impulsión.

Estrategias de promoción y publicidad

Estrategia de promoción

Como estrategias para captación de clientes se han tomado en cuenta medios publicitarios que lleguen directamente al consumidor a través de piezas gráficas en puntos de venta (Supermercados) a los que asisten nuestros potenciales clientes.

Tiempo: Las siguientes herramientas publicitarias se aplicarán durante un año para generar posicionamiento e identidad de la empresa.

Degustaciones: Se contratará 2 chefs para un fin de semana en supermercados de la ciudad de Ibarra, para realizar degustaciones de platillos gourmet preparados con queso maduro.

Banner: Es una herramienta publicitaria que permite al consumidor reconocer la marca aun cuando se encuentre fuera del supermercado al que frecuenta para realizar sus compras.

Serán colocados durante las impulsiones en los supermercados para que los consumidores empiecen a identificar la marca y se genere posicionamiento.

Estrategia de publicidad

Publicidad radio: Se pautará en radios de la localidad que mantengan programas con un público adulto de criterio formado que se constituye en el segmento de mercado que el proyecto quiere captar a través de supermercados.

Identidad corporativa: El diseño de la imagen corporativa se constituye en el eje fundamental para comunicar la marca a los consumidores ya que estará plasmada en empaques, banners y demás, que fortalecerán el posicionamiento de la marca.

Estrategias competitivas

La estrategia competitiva consiste en lo que se va hacer una empresa para tratar de desarmar las empresas rivales y obtener una ventaja competitiva en el mercado.

- ✓ Luchar por ser los productores de bajo costo.
- ✓ Buscar la diferenciación del producto que se ofrece respecto al de los rivales.
- ✓ Centrarse en una porción más limitada del mercado en lugar de un mercado completo.

De las estrategias anteriormente mencionadas tomamos como referencia la tercera.

Estrategia de enfoque y segmentación de mercado

Consiste en la selección de un nicho donde los compradores tienen preferencias o necesidades específicas. Para el presente proyecto se toma como orientación el nicho muy reducido de mercado en relación a gustos y preferencias de tipos de quesos, pues no es común el consumo de quesos maduros.

El enfoque será:

- ✓ Nicho de mercado limitado: El grupo objetivo se encuentra conformado por consumidores exclusivos.
- ✓ Costo bajo al atender el nicho: No es necesario mayor inversión monetaria en publicidad, puesto el nicho objetivo es reducido.
- ✓ Dedicarse totalmente a la satisfacción del nicho: Enfocar todos los recursos necesarios para satisfacer la necesidad de los consumidores.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

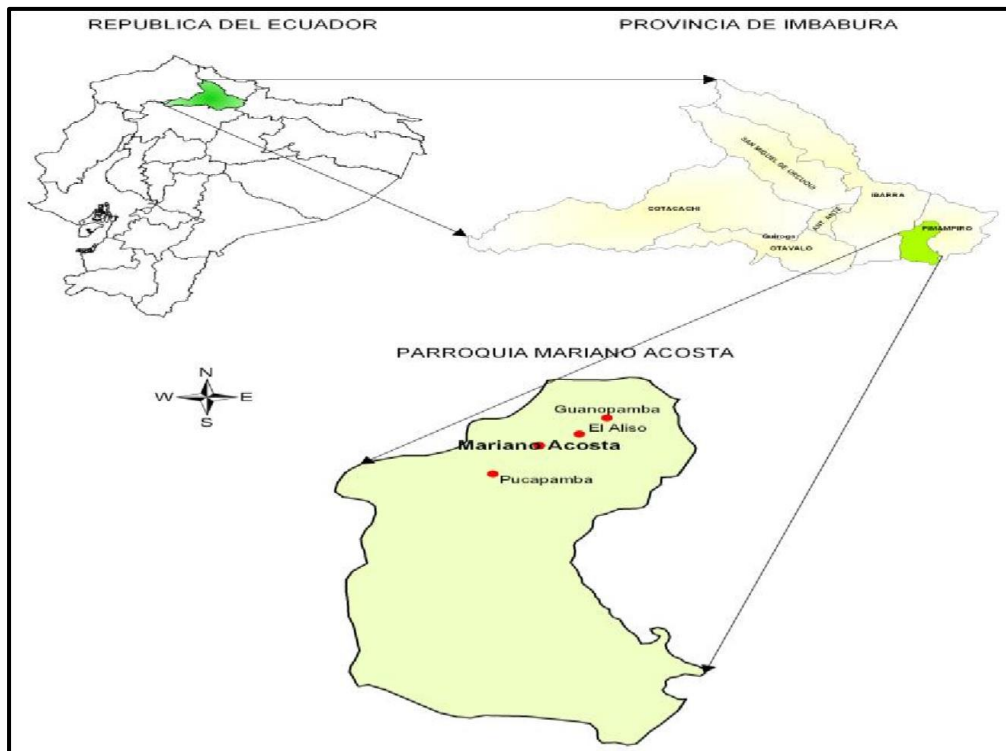
El presente estudio persigue establecer aspectos esenciales a tomar en consideración para la implantación de la cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros en la parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro, provincia de Imbabura. Por lo que para tal efecto se consideró necesario el análisis de aspectos tales como: Ubicación y tamaño apropiado de la cooperativa, almacenaje de la materia prima e insumos, maquinaria requerida, equipos de oficina, talento humano necesario, infraestructura y distribución de espacios. Los aspectos analizados están considerados en relación a las características propias de la cooperativa de producción, estableciendo la inversión a la que estarán sujetas para su ejecución.

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macro localización

La Cooperativa de Producción y Comercialización de quesos maduros estará localizada en Pimampiro. Pimampiro es un cantón de la Provincia de Imbabura en Ecuador. Su nombre oficial es San Pedro de Pimampiro. Presenta niveles latitudinales por los 2.165 metros sobre el nivel del mar, con una superficie de 442,50 kilómetros cuadrados. Mantiene una población aproximada de 12.970 habitantes, subdividido en cuatro parroquias: Chuga, Mariano Acosta, Pimampiro-Matriz y San Francisco de Sigsipamba.

Gráfico 17 Mapa de Macro Localización.



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

4.2.2. Micro Localización

La micro localización hace referencia a aquellas condiciones particulares que permiten establecer el lugar exacto donde se va a tener efecto el desarrollo del proyecto.

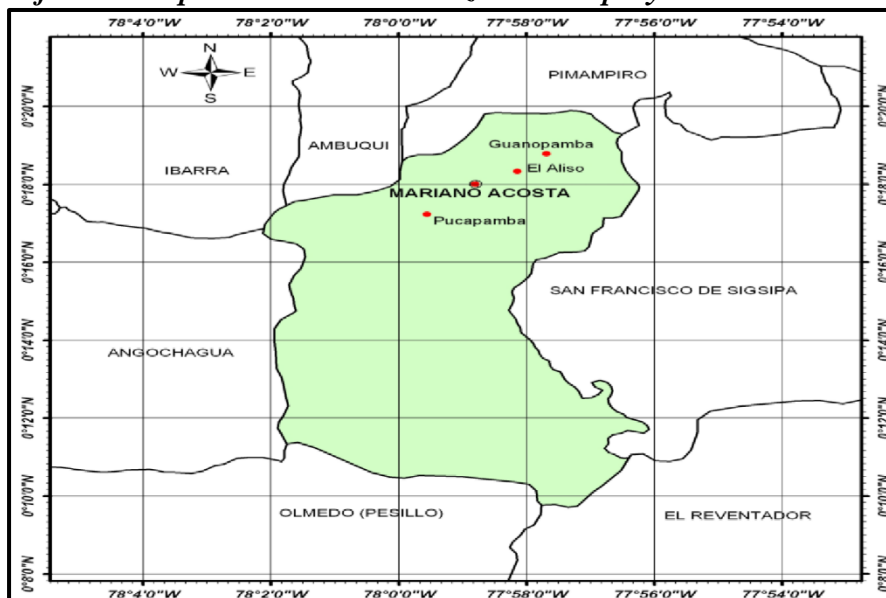
La cooperativa de producción estará ubicada al ingreso del parque central de la Parroquia Mariano Acosta. Se pretende edificar en un terreno de 15m de frente por 32 de fondo, propiedad de la Junta Parroquial de Mariano Acosta.

Los principales factores que se analizaron para determinar la ubicación de la cooperativa de producción, son:

- Disponibilidad de materia prima (Leche)
- Vías de comunicación.
- Servicios básicos.
- Servicios de apoyo.

- Transporte.
- Ubicación estratégica.
- Terreno propio (Junta Parroquial de Mariano Acosta)

Gráfico 18 Mapa de la Micro Localización del proyecto.



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.

4.3. Diseño de instalaciones

El diseño de las instalaciones para el proyecto estará distribuido y organizado por departamentos de acuerdo a las necesidades de cada uno de estos, asegurando de esta manera la adecuada y oportuna dinámica diaria de trabajo, que permita alcanzar la efectividad en los procesos, además del bienestar y confort del personal. La infraestructura permitirá una capacidad productiva de 3000 litros de leche diarios, para la producción de 300 Kg de quesos maduros.

- PLANO DE LA MINI PLANTA PARA LA ELABORACIÓN DE QUESOS MADUROS / CAPACIDAD 3.000 LTS/DÍA. (Ver anexo Nro. 5)

4.4. Distribución de la planta

Para la distribución de la planta se tomó en cuenta las condiciones necesarias que permitan realizar todas las operaciones productivas y administrativas de la manera más eficiente, también se consideró todas las medidas necesarias que ofrezcan seguridad y bienestar a los trabajadores de la planta.

La maquinaria y equipo a utilizarse en los diferentes procesos productivos requiere de un área de 300 m², que se distribuye de la siguiente manera:

Cuadro 40

Distribución de la planta.

CONCEPTO	SUPERFICIE m ²
Recepción de Leche	40
Producción	120
Laboratorio	12
Bodega	50
Cámara de Maduración	8
Administración	30
Vestidores y Baños	24
Acabados	16
TOTAL	300 m²

Fuente: Arq. Humberto Angamarca

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Cuadro 41

Instalaciones de la empresa

ZONA	ÁREA (m ²)
Total Edificación	300
Total Terreno	480
62,50% de capacidad utilizada.	

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Del total de terreno, el área de construcción o edificación de la empresa comprende el 62,50%; siendo, el 37,50% corresponde a áreas verdes mismas que permitirán a la empresa ampliar sus instalaciones en años posteriores de ser necesarios de acuerdo a la necesidad misma del proyecto así como del mercado demandante de acuerdo al crecimiento del mismo.

4.4.1. Área – Recepción de Leche

Esta área permite la recepción de leche en pequeñas cantidades de los habitantes de la parroquia, llevando el respectivo registro para su posterior cancelación.

4.4.2. Área de producción

El área de producción estará implementada por toda la maquinaria y equipo que intervienen en el proceso productivo, distribuida de tal manera que haya continuidad en las operaciones, optimizando al máximo los recursos.

Es una sala central donde se realiza el proceso de elaboración de los quesos, rodeada del laboratorio, cuartos de refrigeración, maduración, bodega de materiales, máquinas, cisternas y vestidores.

4.4.3. Laboratorio

En el laboratorio se analizarán las muestras de leche y/o productos terminados, con la aplicación de las diferentes pruebas establecidas.

El laboratorio es un área aislada y adecuada con mesones, lavabos, además de una ventana panorámica hacia el área de proceso.

4.4.4. Bodega

En la bodega se almacenarán los insumos requeridos para la elaboración y empaquetado del queso.

4.4.5. Cámara de maduración

Los cuartos de maduración deben estar adaptados para tener temperaturas que puede variar de 0°C a 22°C y la humedad de 80 a 90%, ya que el control de temperatura, la ventilación

y la humedad relativa, proporcionan el ambiente adecuado para estimular las modificaciones bioquímicas de los componentes del queso tales como proteínas, los carbohidratos y las grasas.

4.4.6. Administración

Esta área es independiente del área de proceso y está junto a las áreas de comercialización y personal y consta de tres sub áreas utilizadas por el administrador, contador y técnico respectivamente.

4.4.7. Vestidores y Baños

Permite a los trabajadores ocupar la vestimenta apropiada para realización del producto y de ésta forma evitar la contaminación de espacios de trabajo.

4.7.8. Área de Empaque

En ésta área se realizará el empaquetado y sellado del queso maduro (HOLANDES). De igual manera el rebanando y empaquetando.

Es una instalación provista de paneles de refrigeración panorámicos, más mostradores para exhibir y comercializar los productos elaborados en COOPRODAG.

4.5. Especificaciones técnicas de la planta

4.5.1. Acceso a la planta

Los caminos de acceso a la planta deben ser transitables durante todo el año y en cualquier condición meteorológica, y la zona de estacionamiento vehicular debe situarse por lo menos a 10 m de distancia de COOPRODAG.

4.5.2. Entrada Sanitaria

Ubicar un filtro sanitario para calzados y manos en la entrada para evitar contaminación.

4.5.3. Paredes externas

Las paredes externas deben ser lisas, contener el menor número posible de salientes para facilitar la limpieza y evitar el anidamiento de aves y la acumulación de polvo y suciedad.

4.5.4. Paredes internas

Deben ser revestidas de material lavable que soporte la acción de los detergentes y desinfectantes o cubrirlas con cerámicas blancas, los ángulos entre las paredes y el cielorraso deben ser redondeados y de fácil limpieza.

4.5.5. Techos

Por ningún motivo se debe emplear techos falsos, para evitar la acumulación de polvo.

4.5.6. Pisos y drenajes

Los pisos deben estar contruidos con materiales impermeables y resistentes a los ácidos. No deben ser resbalosos. Deben tener un declive de 1% para llevar la suciedad, los desperdicios y el agua de limpieza hacia los drenajes.

La descarga debe localizarse siempre afuera del taller. Es necesario proteger los drenajes con rejillas, para evitar su obstrucción. Además, los drenajes exteriores deben estar cubiertos, para evitar el acceso de los insectos y en general, de todo tipo de animales.

4.5.7. Iluminación

Debe existir una buena iluminación, sea natural o artificial. Las lámparas ubicadas sobre las zonas de elaboración deben estar protegidas con vidrios de seguridad o material irrompible.

4.5.8. Instalaciones eléctricas

Deberán ser empotradas o exteriores recubiertas por caños aislantes y adosados paredes y techos, no aceptándose cables colgantes.

4.5.9. Ventilación

La planta de procesamiento de la cooperativa debe poseer una ventilación natural o mecánica que impida la acumulación y condensación de vapores.

Debe mantenerse un sistema contra incendios y los exteriores contra fuego deben estar individualizados, correctamente conservados, dentro del plazo de vigencia y con fácil acceso.

4.6. Ingeniería del proyecto.

La ingeniería del proyecto tiene como finalidad explicar detalladamente las fases que intervienen en el proceso productivo para la obtención del producto terminado, yendo desde la fase inicial que constituye la selección de la materia prima e insumos, fase intermedia que resulta ser la transformación haciendo uso de maquinaria, instrumentos y mano de obra requerida obteniendo como fase final el producto terminado.

4.6.1. Proceso de producción.

4.6.1.1. Elaboración queso Holandés

➤ Control de calidad

A cada socio antes de ser recibida la leche se evaluará de forma inmediata la calidad de la misma, de este parámetro dependerá el pago por litro acorde a su calidad.

La leche que utiliza debe ser de muy alta calidad, porque se trabaja la cuajada con un pH relativamente elevado de 5,4. En caso contrario, los microorganismos contaminantes como las colibacterias empiezan a desarrollarse, ya que su acción no está controlada a este pH.

➤ **Recepción y filtración:**

La leche se recibirá en bidones para ser filtrada a través de lienzo en la tina de recepción. El filtrado es necesario para retirar la mayor cantidad de sustancias extrañas a la leche que puedan dañar la calidad del producto final.

➤ **Estandarización de grasa:**

Se sustraerá o agregará grasa en la leche con leche descremada y nata con 40% de grasa, de acuerdo a la necesidad; para este tipo de queso se estandariza a la leche hasta el 2,8% de grasa.

➤ **Pasteurización:**

Calentar la leche a temperatura de 65°C por 30 minutos, con constante agitación.

➤ **Aplicación de sales de calcio:**

Se adiciona en forma soluble 130ml de la solución 35% de cloruro cálcico para lograr una acción efectiva del cuajo y para la producción de una cuajada de buena consistencia; además, mejora el rendimiento y acelera de cierto modo la salida del suero y determina una mejor retención de la grasa y de otros sólidos.

➤ **Enfriamiento:**

Bajar la temperatura de la leche hasta 30°C.

➤ **Adición de cultivos lácticos:**

Adicionar por cada 1.000 kg de leche entre 90 y 175 ml de colorante, 0,5% de cultivo láctico, 150g de nitrato potásico o sódico como máximo y 425 ml de cuajo 10.000 diluido en agua, y agitar durante tres minutos.

➤ **Coagulación de la leche:**

Consiste en esperar que la leche pase del estado líquido (suspensión) al estado sólido (gel) por la precipitación de la caseína, formándose un gel blanco y uniforme.

El tiempo promedio para que se realicen estas operaciones es de 15 minutos y depende de la temperatura de cuajado, de la acidez y de la concentración del cuajo.

➤ **Corte y fraccionamiento de la cuajada:**

Después de 15 minutos cortar la cuajada con una lira con hilos a una distancia de 1,5 cm, dejar en reposo por 5 minutos.

➤ **Calentamiento:**

La masa cortada agitar lentamente durante unos minutos, eliminar 50% del suero. Bajo agitación, agregar agua a 60°C. Y manteniendo esta temperatura remover la masa de 20 a 30 minutos para que la cuajada sea firme.

➤ **Desuerado:**

Dejar depositar la cuajada y mover al centro de la cuba. Introducir dos tabiques perforados de manera que se pueda eliminar el suero y que la cuajada quede en el centro y dejar escurrir el suero.

Sobre la cuajada escurrida poner placas perforadas para efectuar el prensado, a una presión de 4g por cm² durante 15 minutos.

➤ **Moldeado y prensado:**

La cuajada pre prensada cortar en bloques que se ajustan para llenar exactamente los moldes rectangulares de capacidad 3kg, revestidos de tela de quesería, moldear a la forma del molde y envolver la cuajada en la tela. Evitar que los bloques se desintegren durante el moldeo.

Prensar durante tres a cuatro horas aumentando la presión paulatinamente hasta 1kg/cm², para el queso de 1 kg, y hasta 1,4 kg/cm², en el caso del queso de 3 kg.

➤ **Salazón:**

Sumergir los quesos en una salmuera al 18 % y a una temperatura de 12°C, durante cinco días volteándolos diariamente.

➤ **Maduración:**

Después del salado, secar los quesos por cinco días a 12°C y luego se maduran a esta temperatura y a una humedad de 90%. Durante la maduración, los quesos recubiertos de mohos se someten a una operación de cepillado.

Después de cinco semanas de maduración, limpiar y secar los quesos y si es necesario parafinar.

➤ **Empacado:**

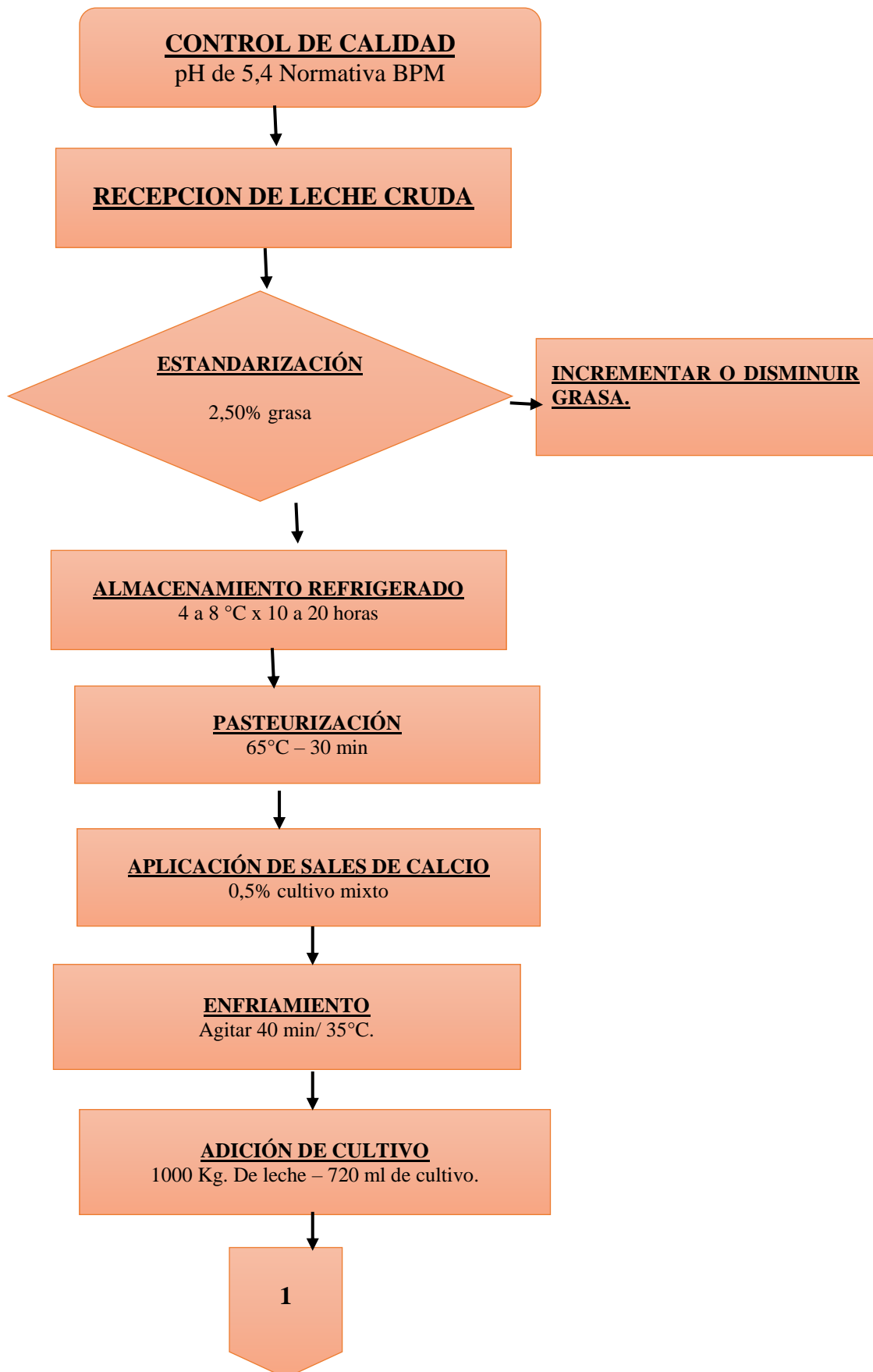
Cubrir la superficie del queso con una capa plástica, luego de la salmuera. Esto formará una capa o cubierta protectora contra el ataque de hongos y evitará pérdidas significativas de peso.

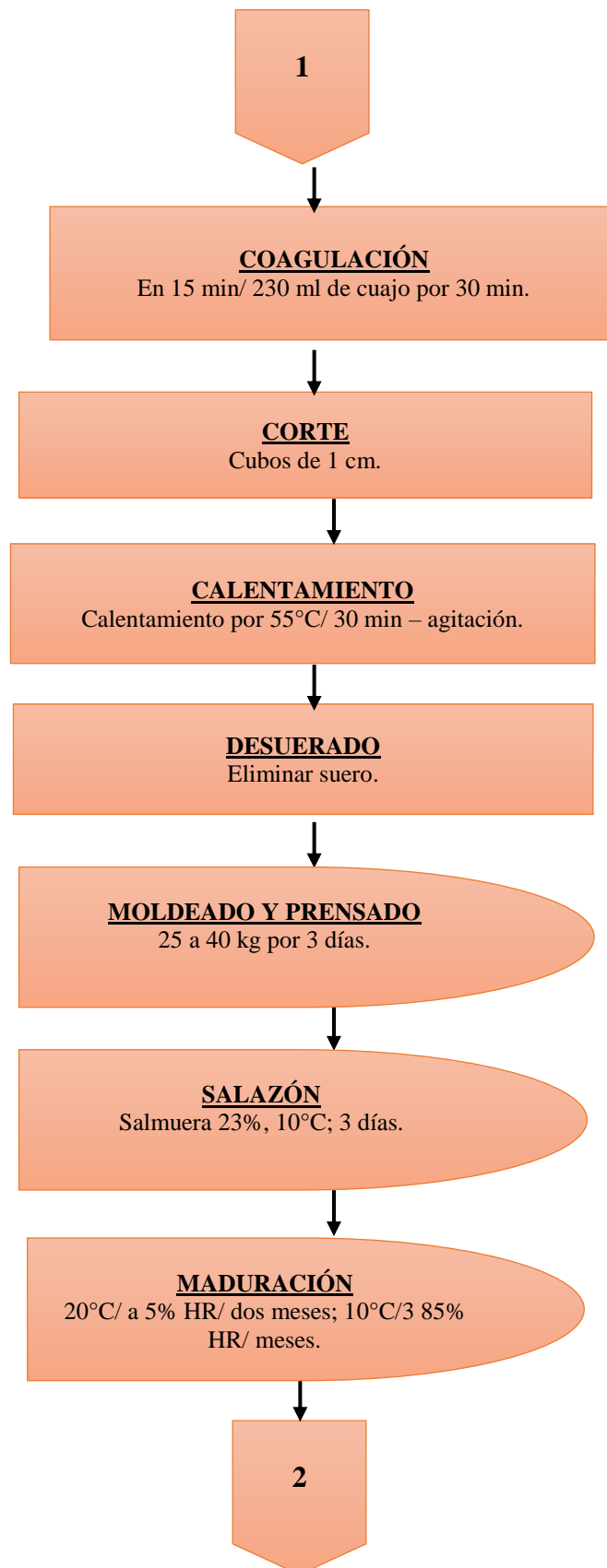
➤ **Almacenamiento:**

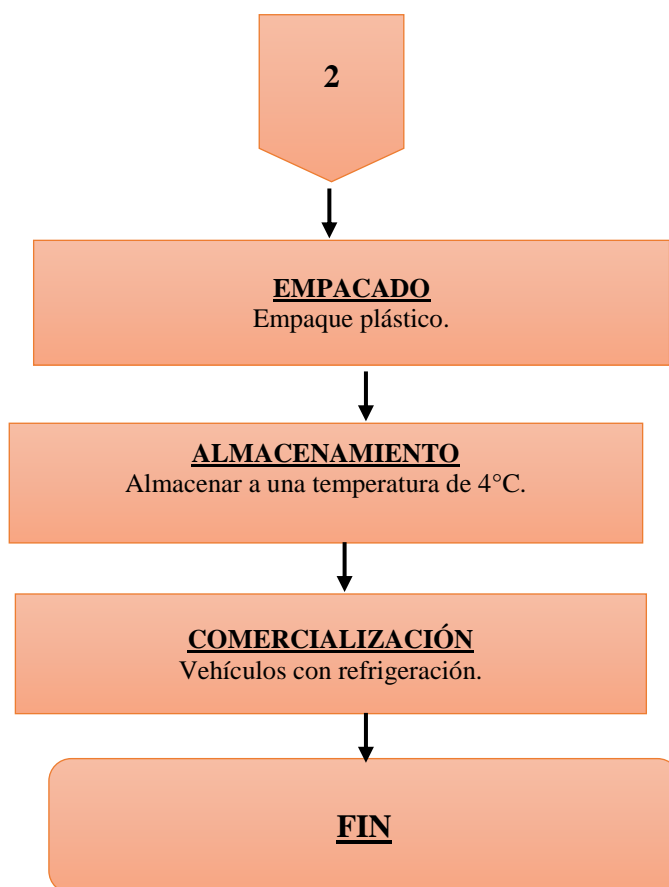
Se debe almacenar el queso en cuartos fríos a una temperatura de 4 °C.

➤ **Comercialización:**

Para la respectiva comercialización es necesario de camiones con refrigeración, la cual no permita alteraciones del queso al perder la cadena de frío y así llegar a cada uno de los clientes.

DIAGRAMA: ELABORACIÓN DE QUESO HOLANDES.





4.6.1.2. Fórmula para la elaboración de queso maduro

FORMULA PARA OBTENER 10 Kg DE QUESO HOLANDES		
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD
Leche	100	Litros
Cloruro de calcio	10	Gramos
Cultivo Láctico	20	Gramos
Cuajo	10	Mililitros
Sal	1000	Gramos
Nitrato de Potásio	10	Gramos
Colorante	10	Mililitros

4.7. Presupuesto técnico

Dentro del presupuesto de inversión se definen los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo que van a ser utilizados por COOPRODAG:

4.7.1. Inversión en propiedad, planta y equipo

El presente proyecto cuenta con el respaldo de la Junta Parroquial de Mariano Acosta – Cantón Pimampiro, la cual aportará una propiedad, misma que será adecuada conforme a las áreas necesarias para el desarrollo del proyecto, por tanto se presenta el valor del terreno y la edificación de acuerdo al avalúo municipal.

4.7.1.1. Terreno

Para llevar a cabo el presente proyecto productivo se hará uso del terreno de la Junta Parroquial de Mariano Acosta de 480 m² (32m de largo y 15 m de frente), valorado en \$ 12.844,80 con un valor de \$ 26,76 el metro cuadrado, conforme al avalúo municipal, información proporcionada por el Ing. Víctor Arteaga funcionario del departamento de planificación avalúos y catastros del municipio de Pimampiro.

Cuadro 42

Requerimiento terreno

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Terreno	\$ 12844,80
Total	\$12.844,80

Elaborado por: IpiALES J.

Año: 2016

4.7.1.2. Edificio

Cuadro 43

Requerimiento edificio

EDIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Infraestructura Civil	Construcción	\$ 44.403,00
Total		\$ 44.403,00

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

La construcción debe ser apta para la ejecución de las actividades propias de la empresa y sus procesos productivos. Cabe recalcar que se mantiene un espacio verde libre de construcción y disponible en caso de que la cooperativa pretenda ampliar sus instalaciones y acaparar mayor mercado.

Cuadro 44

Adecuación de instalaciones

EDIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Adecuación de instalaciones	Área de recepción	560,00
	Área operativa	4.900,00
	Área administrativa	1.300,00
Total		\$ 6.760,00

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

Para el correcto desarrollo de la empresa se realizará las respectivas instalaciones conforme a la necesidad de cada área, el valor de tales adecuaciones es de \$ 6.760,00, valorado por el Arquitecto Humberto Angamarca.

Para tal efecto se necesitará la financiación de una entidad financiera.

4.7.1.3. Vehículo

Para el funcionamiento de la empresa se adquirirá un furgón Chevrolet 2tm modelo 2015 con termo King (frigorífico), valorada en \$ 23.000,30; misma, que será adquirida en el

concesionario Chevrolet Imbauto, el cual servirá para la distribución de los quesos a los diferentes clientes.

Cuadro 45

Necesidad de vehículo

CONCEPTO	COSTO
Furgón Chevrolet 2tm modelo 2015 con termo King	\$ 23.000,30
TOTAL	\$ 23.000,30

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

4.7.1.4. Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo necesario para la cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros se describe en el siguiente cuadro.

Cuadro 46

Maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CAPACIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
<u>ÁREA DE PROCESOS</u>				
Tanque de recepción y enfriamiento	1	3.000 litros	4.500,00	9.000,00
Pre-filtro leche en tela	1	320 mm.	200	200,00
Cuba de cuajar	2	500 lts.	1.800,00	3.600,00
Plataforma soporte en base a la cuba de cuajar	3	(Lxaxh) 4x3 x 1,4 m	980	2.940,00
Mesa para proceso y desuerado	3	3x1x1 m	1.860,00	5.580,00
Prensa mecánica en acero inoxidable	2	Capacidad 200 unid.	600	1.200,00
Tina de salado 23%	1	(Lxaxh) 1,2x1x0,65 m	200	200,00
Moldes queso holandés con tacos	100	Rectangulares capacidad 3 kg.	30	3.000,00
Máquina para sellado al vacío	1	H-1500	4.830,00	4.830,00
Tanque almacenamiento para suero	1	300 lts.	300	300,00

Polea para proceso	1	300kg	1.200	1.200,00
<u>LABORATORIO</u>				
Kit para aseguramiento de la calidad	1	esterilizado	980	\$ 980,00
<u>AUXILIARES</u>				
Balanza	1	0,5 kg a 70 kg	1.000	1.000,00
Carro transportador	1	200kg	450	450,00
Mesa de proceso	1	2x1x1 m.	650	650,00
<u>INSTRUMENTOS</u>				
Lira	3		100	\$ 300,00
Pala	3		60	\$ 180,00
Cepillos de fregado	3		5	\$ 15,00
<u>SISTEMAS DE MADURACIÓN</u>				
Cuarto de maduración 10 y 12°C	1	(Lxaxh) 4x3x2,2 m.	9.500,00	9.500,00
<u>SISTEMAS DE REFRIGERACIÓN</u>				
Equipo de producción de agua helada	1		1.300,00	1.300,00
Cuartos fríos	2	(Lxaxh) 3x2,5 x 2,2 m.	7.600,00	7.600,00
<u>CUARTO DE MAQUINAS</u>				
Caldero piro tubular	1	20 BHP	5.000,00	5.000,00
Ablandador de agua	1		540	540,00
1 cisterna, 2 bombas y equipo de presión	1	10 M3	2.000,00	2.000,00
TOTAL				61.565,00

Elaborado por: IpiALES J.

Año: 2016

4.7.1.5. Muebles y enseres

Para la correcta organización y funcionamiento de la cooperativa, es necesaria la compra de muebles y enseres, mismos que contribuirán con el correcto desenvolvimiento del personal en el desarrollo de sus actividades, los cuales se describen a continuación:

Cuadro 47**Muebles y enseres**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Sillón gerente	1	107,14	107,14
Archivador metálico	3	102,68	308,04
Estación de trabajo	3	218,75	656,25
Sillón de espera tripersonal	1	156,25	156,25
Mesa de reunión ovalada	1	160,71	160,71
Sillas para oficina	6	31,25	187,50
TOTAL			1.575,89

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

4.7.1.6. Equipo de oficina

Es importante el adecuado equipamiento de las áreas de trabajo puesto que contribuyen con el rendimiento del personal en sus funciones, en este sentido la adquisición de equipo de oficina resulta imprescindible.

A continuación se describen los equipos de oficina más indispensables para el desarrollo normal de las actividades:

Cuadro 48**Equipo de oficina**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Teléfono Panasonic	3	12,50	37,50
Fax	1	30,00	30,00
Calculador Casio	1	15,00	15,00
TOTAL			83,00

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

4.7.1.7. Equipo de computación

El equipo de cómputo en la actualidad es una herramienta indispensable de suma importancia puesto que facilita el trabajo y permite optimizar tiempo, por tanto para el presente proyecto se realizará la adquisición de dos computadores de escritorio con sus accesorios respectivos que lo complementan, así como una impresora – copiadora hp.

A continuación se detalla el requerimiento de equipo de cómputo:

Cuadro 49

Equipo de computación

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Computador escritorio	2	676,00	1.352,00
Impresora – copiadora hp	1	680,00	680,00
TOTAL			2.032,00

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

4.7.1.8. Materiales de seguridad industrial

Se detallan dos rubros importantes para el proyecto necesarios en caso de emergencias.

Cuadro 50

Equipo de seguridad

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Extintores	2	45,00	90,00
Luces de emergencia	2	33,00	66,00
TOTAL			156,00

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

4.7.1.9. Resumen de la inversión fija

Se presenta el resumen de la inversión fija detallada en el cuadro mostrado a continuación:

Cuadro 51

Resumen de la inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Terreno	12.844,80
Edificio	44.403,00
Adecuación de instalaciones	6.760,00
Vehículo	23.000,30
Maquinaria	61.565,00
Muebles y enseres	1.575,89
Equipo de oficina	83,00
Equipo de Computación	2.032,00
Equipo de seguridad	156,00
TOTAL	152.419,99

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

4.8. Inversión variable o capital de trabajo

Está representado por el capital adicional, distinto de la inversión en activos fijos y diferidos, con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa; es decir hay que financiar el primer mes de producción antes de recibir ingresos.

4.8.1. Gastos de constitución

Los gastos de constitución constituyen aquellos rubros necesarios en los que se incurre para poner en marcha la empresa cumpliendo, con los requerimientos relacionados a normas y permisos que exigen las entidades de control dentro del contexto legal.

Cuadro 52**Activos diferidos**

CONCEPTO	VALOR (\$)
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	147,20
Patente Municipal	12,20
Permiso de Funcionamiento	110,00
Cuerpo de Bomberos	25,00
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	710,00
Elaboración del Proyecto	710,00
TOTAL	857,20

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

4.8.2. Sueldos y salarios

Las remuneraciones o pago de sueldos y salarios al personal de la COOPRODAG son vitales puesto que cumplen con la normativa legal y principalmente contribuyen al desarrollo y realización de los miembros que componen la cooperativa permitiendo desarrollar las actividades de manera más efectiva.

Cuadro 53**Sueldos y salarios**

DESCRIPCIÓN	Nro. De personas	Sueldo mensual	A. PT.	13 SUELDO	14 SUELDO	TOTAL
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO						
Gerente general	1	\$ 650,00	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 30,50	\$ 813,64
Contadora	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 512,43
Secretaria	1	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 471,47
TOTAL		\$ 1.416,00	\$ 172,04	\$ 118,00	\$ 91,50	\$ 1.797,54
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN						
Mano de obra directa						
Operarios	3	\$ 1.098,00	\$ 133,41	\$ 91,50	\$ 91,50	\$ 1.414,41
TOTAL		\$ 1.098,00	\$ 133,41	\$ 91,50	\$ 91,50	\$ 1.414,41
Mano de obra indirecta						
Jefe de Producción	1	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 512,43
TOTAL		\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 512,43

DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN						
Vendedor	1	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 471,47
TOTAL		\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 471,47
TOTAL MANO DE OBRA		\$ 3.280,00	\$ 398,52	\$ 273,33	\$ 244,00	\$ 4.195,85

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

El valor por concepto de remuneración del personal es de \$ 3.313,54 lo perteneciente a un mes de labores, en el cual no se especifica vacaciones ni fondos de reserva puesto que estos se perciben a partir del segundo año de labores.

4.8.2.1. Proyección personal administrativo

Cuadro 54

Proyección personal administrativo

AÑOS	VALOR
1	\$ 21.570,53
2	\$ 23.667,18
3	\$ 25.967,63
4	\$ 28.491,69
5	\$ 31.261,08
TOTAL	\$ 130.958,11

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

4.8.2.2. Proyección mano de obra directa

Cuadro 55

Proyección M. O. D.

AÑOS	VALOR
1	\$ 16.972,88
2	\$ 18.622,65
3	\$ 20.432,77
4	\$ 22.418,83
5	\$ 24.597,95
TOTAL	\$ 103.045,08

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

4.8.2.3. Proyección mano de obra indirecta

Cuadro 56

Proyección M. O. I.

AÑOS	VALOR
1	\$ 6.149,20
2	\$ 6.746,90
3	\$ 7.402,70
4	\$ 8.122,24
5	\$ 8.911,73
TOTAL	\$ 37.332,77

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

4.8.2.4. Proyección personal de ventas

Cuadro 57

Proyección personal de ventas

AÑOS	VALOR
1	\$ 5.657,63
2	\$ 6.207,55
3	\$ 6.810,92
4	\$ 7.472,94
5	\$ 8.199,32
TOTAL	\$ 34.348,36

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Para el cálculo de la proyección del personal se aplicó la tasa promedio de crecimiento de sueldos y salarios obteniendo un 9,72 %.

4.8.3. Suministros

Se detalla los suministros tanto de oficina como de limpieza, que constituyen materiales necesarios en el desarrollo de las actividades de la empresa.

4.8.3.1. Suministros de oficina

En el cuadro mostrado a continuación se especifican los suministros de oficina requeridos para el normal desarrollo de las actividades.

Cuadro 58**Suministros de oficina**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Esferos	1	2,5	2,5
Borrador	8	0,2	1,6
Cartuchos de tinta	9	9,82	88,38
Perforadora Bester	3	2,23	6,69
Papel bond Resma	8	3,7	29,6
Grapadora Bester	3	3,12	9,36
Carpetas Archivadores	12	2,23	26,76
Basureros	3	11,5	34,5
Fundas de basura paquetes 100 un.	48	2,5	120
TOTAL			319,39

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Proyección suministros de oficina**Cuadro 59****Proyección suministros de oficina**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Esferos	2,5	2,60	2,69	2,80	2,90
Borrador	1,6	1,66	1,72	1,79	1,86
Cartuchos de tinta	88,38	91,76	95,26	98,90	102,68
Perforadora Bester	6,69	6,95	7,21	7,49	7,77
Papel bond Resma	29,6	30,73	31,90	33,12	34,39
Grapadora Bester	9,36	9,72	10,09	10,47	10,87
Carpetas Archivadores	26,76	27,78	28,84	29,95	31,09
Basureros	34,5	35,82	37,19	38,61	40,08
Fundas de basura paquetes 100 un.	120	124,58	129,34	134,28	139,41
TOTAL	319,39	331,59	344,26	357,41	371,06

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

4.8.3.2. Suministros de aseo y limpieza

Cuadro 60

Suministros de aseo y limpieza

DETALLE	CANT. ANUAL	PRECIO	COSTO ANUAL
Desinfectante	12	3,72	44,64
Jabón líquido	12	4,1	49,2
Trapeador	4	4,25	17
Escoba	4	3,56	14,24
Ambientador	6	2,8	16,8
TOTAL			141,88

Elaborado por: IpiALES J.

Año: 2016

4.8.3.3. Proyección suministros aseo y limpieza

Cuadro 61

Proyección suministros aseo y limpieza

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Desinfectante	44,64	46,35	48,12	49,95	51,86
Jabón líquido	49,2	51,08	53,03	55,06	57,16
Trapeador	17	17,65	18,32	19,02	19,75
Escoba	14,24	14,78	15,35	15,94	16,54
Ambientador	16,8	17,44	18,11	18,80	19,52
TOTAL	141,88	147,30	152,93	158,77	164,83

Elaborado por: IpiALES J.

Año: 2016

Para la proyección de suministros de oficina así como los demás rubros presentados más adelante, se aplicó la tasa del 3,82 % por concepto de inflación proyectada 2015 de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

4.8.4. Servicios básicos

Los servicios básicos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa se detallan en el cuadro mostrado a continuación, mismos que son imprescindibles para el correcto funcionamiento de la COPRODAG.

Cuadro 62**Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Energía Eléctrica	159,8	1917,6
Agua Potable	60,33	723,96
Internet	21	252
Teléfono	25	300
TOTAL	266,13	3193,56

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

4.8.4.1. Proyección servicios básicos administrativos**Cuadro 63****Proyección servicios básicos administrativos**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua m3	166,00	172,34	178,92	185,76	192,86
Energía Eléctrica	420,00	436,04	452,70	469,99	487,95
Teléfono	300,00	311,46	323,36	335,71	348,53
Internet	252,00	261,63	271,62	282,00	292,77
SUBTOTAL	1138,00	1181,47	1226,60	1273,46	1322,11
Imprevistos 5%	56,90	59,07	61,33	63,67	66,11
TOTAL	1194,90	1240,55	1287,93	1337,13	1388,21

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

4.8.4.2. Proyección servicios básicos producción**Cuadro 64****Proyección servicios básicos producción**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua m3	558,00	579,32	601,45	624,42	648,27
Energía Eléctrica	1497,60	1554,81	1614,20	1675,86	1739,88
TOTAL	2055,60	2134,12	2215,65	2300,29	2388,16

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Se detalla la proyección de servicios básicos de la empresa lo que concierne a área administrativa y ventas así como a producción.

4.8.5. Gastos de mantenimiento del equipo de cómputo

A continuación, se presenta los rubros correspondientes a mantenimiento del equipo de cómputo esencial para la ejecución de tareas del personal, lo cual se estima realizarlo 2 veces en el año.

Cuadro 65

Mantenimiento equipo de cómputo

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Gasto mantenimiento de equipos de cómputo y accesorios.	60,00	120,00
TOTAL		120,00

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

4.8.5.1. Proyección mantenimiento equipo cómputo

Cuadro 66

Proyección mantenimiento equipo de cómputo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Eq. Comp.	120,00	124,58	129,34	134,28	139,41
TOTAL	120,00	124,58	129,34	134,28	139,41

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

4.8.6. Gasto mantenimiento maquinaria

La maquinaria necesita de un mantenimiento previo y continuo para un correcto funcionamiento y conservación, realizándolo así de forma trimestral.

Cuadro 67**Gasto Mantenimiento maquinaria**

DESCRIPCIÓN	COSTO TRIMESTRAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Gasto de mantenimiento de maquinaria.	300,00	1200,00
TOTAL		1200,00

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

4.8.6.1. Proyección mantenimiento maquinaria**Cuadro 68****Proyección mantenimiento maquinaria**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de la maquinaria.	1200,00	1245,84	1293,43	1342,84	1394,14
TOTAL	1200,00	1245,84	1293,43	1342,84	1394,14

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

4.8.7. Gastos de publicidad

El proyecto necesitará incurrir en gastos por concepto de publicidad, dado que “MACQUESOS” al ser una nueva marca en el mercado necesita ser posicionado en la mente de nuestros futuros consumidores.

Cuadro 69**Gasto publicidad**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Cuñas radiales	84,00	1008,00
Vallas publicitarias	118,33	1419,96
TOTAL		2427,96

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

4.8.7.1. Proyección publicidad y marketing

Cuadro 70

Proyección publicidad y marketing

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuñas radiales	1008,00	1046,51	1086,48	1127,99	1171,07
Vallas	1419,96	1474,20	1530,52	1588,98	1649,68
SUB TOTAL	2427,96	2520,71	2617,00	2716,97	2820,76
Imprevistos 5%	121,40	126,04	130,85	135,85	141,04
TOTAL	2549,36	2646,74	2747,85	2852,82	2961,79

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

4.8.8. Gasto implementos de trabajo

Estos rubros comprenden aquellos implementos de seguridad industrial con que debe contar el personal operativo para el correcto desarrollo de sus actividades de forma segura e higiénica.

Cuadro 71

Gasto implementos de trabajo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNIT	COSTO TOTAL	COSTO ANUAL
Mascarillas	8,00	0,80	6,40	6,40
Cofias	8,00	1,10	8,80	8,80
Guantes industriales	12,00	1,20	14,40	14,40
Overoles	6,00	5,30	31,80	31,80
Botas industriales	8,00	8,50	68,00	68,00
TOTAL	42,00	16,90	129,40	129,40

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

4.8.8.1. Proyección implementos de trabajo

Cuadro 72

Proyección implementos de trabajo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mascarillas	6,40	6,64	6,90	7,16	7,44
Cofias	8,80	9,14	9,49	9,85	10,22
Guantes industriales	14,40	14,95	15,52	16,11	16,73
Overoles	31,80	33,01	34,28	35,59	36,94
Botas industriales	68,00	70,60	73,29	76,09	79,00
TOTAL	129,40	134,34	139,47	144,80	150,33

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

4.8.9. Mantenimiento equipo seguridad

Cuadro 73

Mantenimiento equipo de seguridad

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO AÑO
Mantenimiento Eq. Seguridad	63,00	252,00

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

4.8.9.1. Proyección mantenimiento equipo de seguridad

Cuadro 74

Proyección mantenimiento equipo de seguridad

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Eq. Seguridad	252,00	261,63	271,62	282,00	292,77
TOTAL	252,00	261,63	271,62	282,00	292,77

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

4.8.10. Gasto combustible y mantenimiento de vehículo

Cuadro 75

Gastos vehículo

DETALLE	COSTO MES	COSTO ANUAL
Combustible	128,00	1536,00
Mantenimiento Vehículo	75,00	900,00
SUBTOTAL		2436,00
Imprevistos 5%		121,80
TOTAL		2557,80

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

4.8.10.1. Proyección gastos para vehículo

Cuadro 76

Proyección gastos vehículo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible	1536,00	1594,68	1655,59	1718,84	1784,49
Mantenimiento Vehículo	900,00	934,38	970,07	1007,13	1045,60
SUBTOTAL	2436,00	2529,06	2625,67	2725,97	2830,10
Imprevistos 5%	121,80	126,45	131,28	136,30	141,50
TOTAL	2557,80	2655,51	2756,95	2862,26	2971,60

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016.

4.8.11. Requerimiento de materia prima

Para el correcto desarrollo del proceso productivo en la elaboración de quesos maduros es necesario contar con materia prima de calidad (leche), tanto de forma directa como indirecta, la cual permitirá obtener un producto final de calidad.

4.8.11.1. Materia prima directa

Dentro del rubro de materia prima directa se encuentran todos aquellos bienes que intervienen directamente o forman parte del producto y es de vital importancia para la ejecución del proyecto.

Cuadro 77**Formula de elaboración de queso Holandes**

FORMULA PARA OBTENER 10 Kg DE QUESO HOLANDES		
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD
Leche	100	Litros
Cloruro de calcio	10	Gramos
Cultivo Láctico	20	Gramos
Cuajo	10	Mililitros
Sal	1000	Gramos
Nitrato de Potásio	10	Gramos
Colorante	10	Mililitros

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016.

Cuadro 78**Precio de materia prima**

DETALLE	PRESENTACIONES DE VENTA	PRECIO \$	PRECIO DE UNIDAD
Leche	1 Litro	\$ 0,42	\$ 0,42
Cloruro de calcio	500 Gramos	\$ 6,50	\$ 0,01
Cultivo Láctico	200 Gramos	\$ 19,25	\$ 0,10
Cuajo	500 Mililitros	\$ 25,00	\$ 0,05
Sal	1000 Gramos	\$ 0,45	\$ 0,0005
Nitrato de Potásio	1000 Gramos	\$ 20,00	\$ 0,02
Colorante	500 Mililitros	\$ 10,00	\$ 0,02

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016.

Cuadro 79**Producción de leche**

DIARIA/ LITROS	MENSUAL/LITROS	ANUAL/LITROS	
3020,5	90615	1087380	
1268,61	38058,3	456699,6	42 % CAP. INSTALADA

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016.

Cuadro 80**Unidades de queso a producir**

DETALLE	KILOS	UNIDADES DE 500GR.
QUESO HOLANDES	45669,96	91339,92 ANUAL

Cuadro 81**Costo de materia prima directa**

DETALLE	CANTIDAD	TOTAL
Leche	456700	\$ 191.813,83
Cloruro de calcio	45670	\$ 593,71
Cultivo Láctico	91340	\$ 8.791,47
Cuajo	45670	\$ 2.283,50
Sal	4566996	\$ 2.055,15
Nitrato de Potásio	45670	\$ 913,40
Colorante	45670	\$ 913,40
TOTAL		\$ 207.364,45

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016.

Cuadro 82**Proyección materia prima directa**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leche	191813,83	199141,12	206748,31	214646,10	222845,58
Sales de Calcio	593,71	616,39	639,94	664,38	689,76
Cultivo láctico	8791,47	9127,30	9475,96	9837,95	10213,76
Cuajo	2283,50	2370,73	2461,29	2555,31	2652,92
Sal	2055,15	2133,65	2215,16	2299,78	2387,63
Nitrato potásico	913,40	948,29	984,52	1022,12	1061,17
Colorante	913,40	948,29	984,52	1022,12	1061,17
TOTAL	207364,45	215285,78	223509,69	232047,76	240911,99

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016.

4.8.11.2. Materia prima indirecta

Para el desarrollo del proyecto es importante identificar los materiales que intervienen de forma indirecta en la elaboración de quesos maduros.

Cuadro 83**Proyección materia prima indirecta**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Envoltura plástica paquetes de 1.000 m.	3285,00	3410,49	3540,77	3676,02	3816,45
Envoltura aluminio paquetes de 1.000 m.	600,00	622,92	646,72	671,42	697,07
Etiquetas (unidad)	170,00	176,49	183,24	190,24	197,50
TOTAL	4055,00	4209,90	4370,72	4537,68	4711,02

Elaborado por: Ipiates J.

Año: 2016

4.9. Resumen del capital de trabajo**Cuadro 84****Resumen del capital de trabajo**

DETALLE	VALOR
Mano de Obra	4195,85
Suministros de Oficina	26,62
Servicios Básicos	266,13
Gasto mantenimiento Equipo de Computo	60,00
Gasto mantenimiento maquinarias	100,00
Gasto Publicidad	202,33
Mantenimiento equipo seguridad	63,00
MPD	17280,37
Materiales de limpieza	11,82
Implementos de trabajo	10,78
MPI	337,92
Mantenimiento y combustible Vehículo	203,00
Gastos de constitución	857,20
SUBTOTAL	23615,02
5% de imprevistos	1180,75
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 24.795,77

Elaborado por: Ipiates J.

Año: 2016

La inversión variable del proyecto es de \$ 13.548,88; que se constituye el capital de trabajo correspondiente a un mes.

4.10. Inversión total del proyecto

La inversión total del proyecto será de \$165.968,87. A continuación se muestra el resumen de la inversión total requerida:

Cuadro 85

Inversión total proyecto

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	152.419,99
Inversión Variable	\$ 24.795,77
TOTAL	177.215,76

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

La inversión total se pretende sea financiada el 49,85% por los socios y el GAD parroquial de Mariano Acosta y el 50,15 % restante por la CFN, puesto como se mencionó en un principio, el objetivo primordial del proyecto es contribuir con el crecimiento de la parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro.

Cuadro 86

Inversión total proyecto

DETALLE	PORCENTAJE	VALOR
Inversión Socios	49,85%	\$ 88.342,06
Inversión Financiada	50,15%	\$ 88.873,71

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

CAPÍTULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

5.1. Conformación interna y externa de la empresa

5.1.1. Nombre o Razón Social

La Cooperativa de Producción y Comercialización de Quesos Maduros (COOPRODAG) es una cooperativa de economía solidaria, la cual se constituirá como una compañía de carácter anónima, tomando por referente la denominación de Sociedad Anónima (COOPRODAG S.A.).

El capital estará dividido en acciones por cada socio, siendo estas totalmente negociables, la función principal es que se dedica especialmente a actividades productivas lícitas tales como la transformación de la materia prima a un producto final terminado; en este caso se toma a la leche como materia prima y como producto final el queso maduro. Los socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa la cual cuenta con su logotipo ya identificado evitando así la confusión o relación de esta cooperativa con otra.

El capital de la cooperativa será variable e ilimitado y estará conformado según lo dispone la LOEPS, es decir de cuatro veces el salario básico unificado actual (\$366 – 2016) por lo tanto ($366 \times 4 = \$ 1.464$) aportes que se recaudarán de sus socios.

Con lo mencionado anteriormente y con el respaldo de un estudio de mercado se conforma una cooperativa de producción y comercialización de quesos maduros a base de leche

en la parroquia Mariano Acosta, de Imbabura, mismo que adoptará el nombre de COOPRODAG.

5.1.2. Marco Legal.

Para constituir una cooperativa de producción, en la provincia de Imbabura, parroquia Mariano Acosta perteneciente al cantón Pimampiro, se requiere cumplir con los siguientes requisitos:

5.1.2.1. Constitución de cooperativas de producción

Según el Reglamento a la Ley de Economía Popular y Solidaria (RLEPS), las cooperativas de producción se constituyen así:

Art.- 5.- Requisitos organizaciones comunitarias.- las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentaran ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cedula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fon social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

5.1.2.2. Requisitos para obtener la aprobación de una asociación EPS

Art.-6.- requisitos asociaciones EPS.- Las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

7. *Solicitud de constitución;*
8. *Reserva de denominación;*
9. *Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores;*
10. *Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, numero de cedula, aporte inicial y firma;*
11. *Estatuto social, en dos ejemplares; y,*

12. *Certificado de depósito del aporte capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.*

Art.- 7.- Requisito cooperativas.- *Las cooperativas a través de su Presidente provisional, además de los requisitos exigidos a las asociaciones presentaran los siguientes documentos:*

4. *Estudio técnico, económico y financiero que demuestre la viabilidad de constitución de la cooperativa y plan de trabajo;*
5. *Declaración simple efectuada y firmada por los socios de no encontrarse incurso en impedimento para pertenecer a la cooperativa; y,*
6. *Informe favorable de autoridad competente, cuando de acuerdo con el objeto social, sea necesario.*

Además deberán cumplir con los siguientes mínimos de socios y capital:

5.- *Las cooperativas de producción, se constituirán con un mínimo de veinte socios y un monto mínimo equivalente a cuatro salarios básicos unificados de capital social inicial.*

Personalidad jurídica de las organizaciones de EPS

Estas Organizaciones, se constituirán como personas jurídicas, cumpliendo con los requisitos que contempla el Reglamento de la Ley Orgánica de economía Popular y Solidaria, se menciona:

Art. 11.- Personalidad jurídica.- *La personalidad jurídica otorgada a las organizaciones amparadas por la ley, les confiere la capacidad legal para adquirir derechos, contraer obligaciones y acceder a los beneficios que la ley les concede, en el ejercicio de las actividades de su objeto social.*

5.1.2.3. Registro Único de Contribuyente (RUC)

- Original y copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Original y copia del certificado de votación del representante legal.
- Informe logístico de en donde se encuentra ubicada la empresa, con direcciones actualizadas y referencias.
- Planilla del servicio básico (agua, luz o teléfono) no mayor a los últimos 3 meses.
- Nombre de la empresa y tipo de empresa.

5.1.2.4. Patente Municipal

- Recibo del último pago de impuesto predial del lugar de ubicación de la planta.
- Copia del RUC
- Documentos del representante legal
- Llenar el formulario de solicitud del patente.

5.1.2.5. Permisos de funcionamiento

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento.
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Copia de certificados de salud conferidos por el centro de salud del Ministerio de Salud Pública.

5.1.2.6. Permiso sanitario de funcionamiento

- Realizar una solicitud dirigida a la Directora de la dependencia que otorgara el permiso.
- Realizar exámenes médicos de los socios.

- El inspector de salud del control sanitario realiza un informe sobre el cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Retirar la orden de pago de la Dirección Provincial de Salud.
- Copia del RUC
- Copia de cedula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Pago patente municipal.

5.1.2.7. Permiso de funcionamiento de cuerpo de bomberos

- Permiso de funcionamiento de la empresa.
- Conducir a los inspectores al lugar, para verificar medidas de seguridad.
- Copia de cedula del representante legal de COOPRODAG.
- Llenar formulario (dirección correcta)
- Cancelar cuotas mensuales.

5.2. Misión

“COOPRODAG, es una empresa de producción y comercialización de quesos maduros de excelente calidad y exquisito sabor, elaborados bajo estrictos procesos de producción que aseguran la calidad del producto final con el fin de satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de nuestros consumidores, asegurando el bienestar de una comunidad y del medio ambiente”.

5.2.1. Visión

“COOPRODAG, en el año 2021, será una empresa reconocida en la producción y comercialización de quesos maduros, en la región de Imbabura y a lo largo del país; enfocada en la innovación y distinción del buen producto de calidad y satisfacción del cliente,

aprovechando la abundancia del elemento principal la leche e impulsando al desarrollo de un sector productivo.

6.1.1. 5.2.3. Políticas

Las políticas organizaciones tienen como objetivo el establecimiento de lineamientos que permitan a la empresa desarrollar sus actividades en un ambiente adecuado y a través de ello monitorear el avance y el mejoramiento continuo.

5.2.3.1. Política de Calidad

- Los socios y trabajadores de la cooperativa se comprometerán a mejorar continuamente la calidad del producto (queso maduro).
- Todos dirigirán los esfuerzos necesarios hacia la satisfacción del cliente, impulsando así la competitividad con miras hacia la excelencia conjunta de la empresa y sus componentes.

5.2.3.2. Política social y ambiental

- Los responsables del área de producción sus componentes y la maquinaria para la elaboración de quesos maduros serán sometidos a un proceso de limpieza conforme las especificaciones técnicas para esta actividad.
- El suero obtenido de la elaboración será destinado para el engorde de cerdos de la parroquia Mariano Acosta.

5.2.3.3. Política de producción

- Ningún trabajador podrá fumar o ingerir bebidas alcohólicas o similares dentro de las instalaciones de la empresa.
- El personal deberá cuidar el aseo personal como: recogerse el cabello, tener uñas cortas y libres de esmaltes, debidamente lavadas y desinfectadas.

- El personal durante su jornada laboral no usará pulseras anillos o cualquier material que pueda contaminar la materia prima a manipular.
- El personal de producción que presente heridas abiertas o enfermedades contagiosas no podrá participar en el proceso productivo hasta que sus condiciones de salud haya mejorado.
- Durante el proceso de producción se utilizará implementos de higiene como: guantes, mandiles, cobertor para cabeza y mascarilla.

5.2.3.4. Política Administrativa

- El gerente impulsará el crecimiento de la cooperativa, asegurando así el cumplimiento de los objetivos establecidos con la reinversión continua.
- El gerente planteará estrategias de innovación, gestión de calidad y desarrollo empresarial.
- Los pagos de las aportaciones deberán realizarse en el tiempo estimado y deberán ser canceladas en su totalidad de acuerdo a como se estipule.
- Las remuneraciones y beneficios serán justos conforme a las disposiciones legales vigentes.

5.2.3.5. Política de comercialización

- Se mantendrá un control actualizado de existencias, verificando diariamente la integridad de las mismas en su área de almacenaje.
- El departamento de comercialización establecerá estrategias de fidelización a clientes y proveedores.
- El personal que labora en la cooperativa para cualquier actividad de trabajo deberá adoptar la presentación adecuada al momento.

5.2.3.6. Políticas generales de control del talento Humano

- Se motivará al personal mediante incentivos en reconocimiento a la labor a estos encomendada.
- El Horario de trabajo establecido será respetado sin excepción alguna de jerarquía.
- Dentro del horario de trabajo se prohíbe la visita al personal, con excepción de casos especiales debidamente justificados.
- El personal que la labora en la empresa deberá en todo momento mantener el respeto con sus superiores y entre equipo de apoyo y en ningún caso se permitirá el uso de vocabulario ofensivo dentro de la cooperativa.
- La impuntualidad al horario establecido o la inasistencia no justificada y probada será motivo de sanción y en caso de persistencia se desistirá de los servicios del empleado en cuestión.

5.2.4. Valores

- **Responsabilidad:** En el cumplimiento de todas las actividades administrativas, productivas y se destina a todos sin excepción alguna con el propósito de ir encaminados hacia el objetivo principal.
- **Respeto:** Debe estar contemplado en todas las áreas de la planta de producción y debe ser mutuo.
- **Compromiso:** Para con la empresa y sus fines comerciales para aportar al desarrollo empresarial, personal de los socios y crear conciencia de progreso y superación.
- **Fidelidad:** mantener lealtad de los trabajadores para con la empresa y así transmitir fidelidad y amor a la empresa de producción a los consumidores y clientes finales.
- **Confianza:** Mantener un ambiente de trabajo acogedor, con el fin de que los trabajadores se sientan motivados a contribuir con el desempeño con eficacia.
- **Solidaridad:** Fomentar la unión de los socios para un bien en conjunto.

5.2.5. Logotipo y slogan

El logotipo es una representación gráfica, simbólica de las principales actividades que desempeña la empresa, la elaboración del logotipo es importante porque permite que una empresa se identifique diferente de las demás.



El presente logotipo representa al producto final, el queso maduro, que es elaborado en un sector altamente productivo por lo que se ve representado en el gráfico de las montañas.

Slogan: el slogan es “Excelencia en maduración” por lo que para la elaboración de este producto se mantiene un tiempo de conservación de la producción hasta que llegue a su punto.

5.3. Estructura organizacional

5.3.1. Funciones básicas de la organización

➤ Departamento de producción

Se encarga de la planificación, organización y control de la materia prima antes de ser utilizada con el fin de evitar inconvenientes en el momento de la transformación. Es un proceso

sistemático ya que se realiza un control antes de la producción, durante la producción y al final de la producción en donde intervienen aspectos de empaçado y almacenamiento aplicando normas para asegurar la conservación del producto.

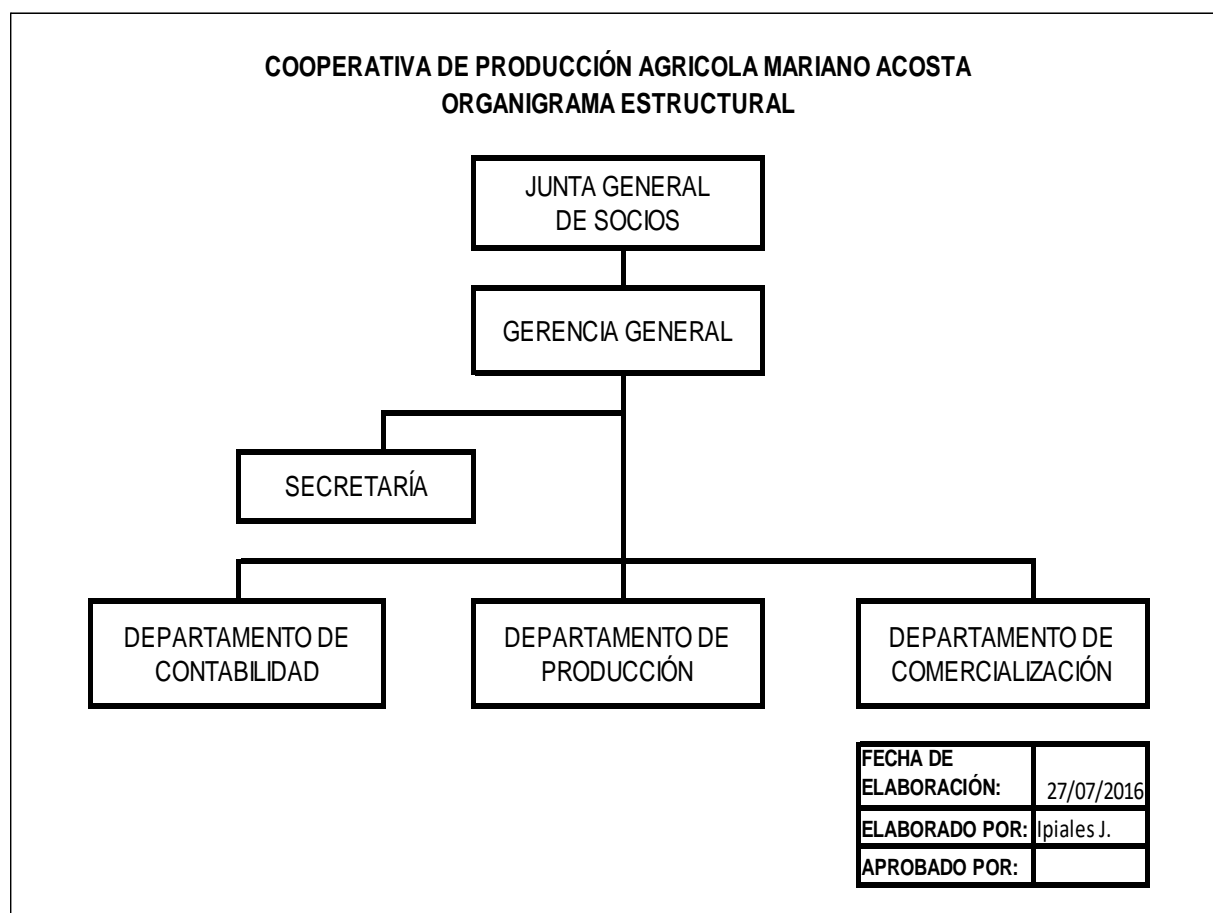
➤ **Departamento financiero**

El departamento financiero es el encargado de elaborar el flujo de efectivo asegurando la optimización del recurso monetario y evitar gastos innecesarios en todos los aspectos administrativos, productivos y de comercialización.

➤ **Departamento de comercialización**

La comercialización del producto final (queso) no se distribuirá de forma directa al consumidor, pues, necesitaremos de aliados estratégicos (intermediarios) para cubrir mayor nichos de mercado. Dicho departamento contribuirá en buscar todas las oportunidades de venta.

5.4. Organigrama estructural



5.5. Descripción de funciones

Se describen las funciones de cada uno de los puestos, según el organigrama.

5.5.1. Descripción orgánica funcional

5.5.1.1. Junta general de socios

Está conformada por los socios quienes apoyaron la creación de la cooperativa de producción de quesos maduros.

Funciones y responsabilidades

- Participar en la asambleas que se convoque de forma obligatoria
- Preparar los estatutos de la empresa a los cuales se registrarán todos los miembros que la componen.
- Colaboración en la toma de decisiones acordes al principal objetivo de la cooperativa
- Participar en la creación de la filosofía empresarial, misión, visión, objetivos, principios y valores.
- Participar en el nombramiento del gerente y demás autoridades.

5.5.1.2. Gerencia

El perfil del aspirante a gerencia es que se debe contar con título de tercer final en Ing. Comercial, Economía, Contabilidad, o Ing. Industrial o carreras afines, con experiencia mínima de un año en desarrollo de la profesión, conocimiento de la gestión de calidad paquetes informáticos, y manejo de idioma inglés.

Funciones y responsabilidades

- Representar a la empresa.
- Dirigir, coordinar, supervisar el desarrollo de las actividades de la empresa y el cumplimiento de la normativa legal establecida en la empresa.
- Velar por el cumplimiento de la política de la empresa
- Atender los requerimientos e inquietudes de los socios y demás integrantes de la empresa.
- Encabezar y dirigir reuniones del equipo de colaboradores
- Mantenerse al tanto de movimientos financieros y garantizar su buen uso.

5.5.1.3. Secretaría

El perfil debe contar con título de secretaria general, ejecutivo, uso correcto del lenguaje, fluidez de expresión, con conocimientos de atención al cliente, buenas relaciones interpersonales. Con conocimientos en paquetes informáticos y experiencia en puestos similares mínimo un año.

Funciones y responsabilidades

- Call center
- Atención al cliente
- Recepción de citas
- Manejo de archivo
- Manejo de directorios, agendas
- Otorgar la información necesaria al que lo solicite.

5.5.1.4. Contabilidad

El perfil de la persona encargada debe poseer título en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, con experiencia mínima de un año, conocimiento de normativa bancaria, tributación.

Funciones y responsabilidades

- Retenciones tributarias de acuerdo a lo estipulado por el SRI.
- Llevar el registro contable del flujo de caja diario de forma organizada.
- Presentación de balances financieros a los socios y demás funcionarios que laboren en la planta de producción.
- Velar por la seguridad financiera y del desarrollo contable eficaz.

5.5.1.5. Departamento de producción

El perfil requerido para desempeñar este puesto debe contener un título en Ing. Industrial, Ing. Agroindustrial, o carreras afines, con experiencia mínima de 2 años, con pleno conocimiento de sus actividades profesionales.

Funciones y responsabilidades

- Supervisar las líneas de producción en el proceso productivo.
- Revisar el desempeño del personal con el que cuenta y está bajo su dependencia.
- Enseñar el manejo adecuado de la maquinaria que fue asignada para sus subordinados.
- Supervisar las normas de higiene y seguridad industrial establecidas.

5.5.1.6. Operarios

El perfil requerido deberá ser mínimo bachiller con experiencia no menor a 6 meses en actividades similares de manipulación y elaboración de productos alimenticios.

Funciones y responsabilidades

- Realizar de forma inmediata todas las actividades encomendadas por sus superiores.
- Ejecutar de manera adecuada la maquinaria asignada para la elaboración de sus actividades.
- Desinfectar diariamente los implementos utilizados antes y después de la elaboración.
- Mantener siempre limpio las áreas de trabajo.

5.5.1.7. Departamento de Comercialización

El perfil requerido, título profesional en Marketing, Ing. Comercial o carreras afines, con experiencia mínima de un año, con conocimiento en canales de distribución, normativa comercial, conocimiento en ventas y atención al cliente.

Funciones y responsabilidades

- Atención y distribución oportuna de pedidos realizados por el cliente.
- Atención al cliente y mantener contacto directo y buenas relaciones resaltando el nombre empresarial.
- Fidelizar clientes, atraer nuevos clientes y consumidores potenciales.
- Mantener actualizado el mercado objetivo para la creación de nuevos puntos de venta.

5.6. Matriz de competencias laborales

Cuadro 87

Matriz de competencias laborales

N°	PUESTO	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS	EVALUACION
1	Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo bajo presión ➤ Liderazgo ➤ Responsabilidad ➤ Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Habilidad para negociar ➤ Capacidad analítica. ➤ Toma de decisiones ➤ Buenas relaciones ➤ Creativo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título tercer nivel ➤ Experiencias en cargos similares ➤ Manejo de idiomas ➤ Manejo de paquetes informáticos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ De acuerdo a los resultados que la empresa obtenga
2	Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo bajo presión ➤ Empatía ➤ Puntualidad ➤ Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tributación ➤ Buenas relaciones interpersonales ➤ Habilidad de negociar ➤ Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Titulo tercer nivel CPA. ➤ Experiencia en el campo contable tributario. ➤ Manejo de idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Resultados presentación de estados financieros y análisis

			➤ Capacidad analítica	➤ Manejo de paquetes informáticos	
3	Secretaría	➤ Trabajo bajo presión ➤ Empatía ➤ Puntualidad Responsabilidad	➤ Habilidad para solución a inconvenientes. ➤ Disciplina laboral ➤ Persuasivo ➤ Amabilidad con los clientes ➤ Agilidad	➤ Título secretario ejecutivo ➤ Experiencia cargos similares. ➤ Manejo de idiomas ➤ Manejo de paquetes informáticos	➤ Buen desempeño y atención al cliente
4	Jefe de área de producción	➤ Creatividad ➤ Ética y transparencia ➤ Trabajo bajo presión. ➤ Estabilidad emocional	➤ Habilidad para la manipulación de MP ➤ Conocimientos en procesar MP ➤ Disciplina laboral	➤ Título de tercer nivel de acuerdo al cargo ➤ Estudios agroindustriales ➤ Experiencia en áreas similares	➤ Eficiencia y eficacia en el desempeño de sus labores
5	Operarios	➤ Trabajo en equipo. ➤ Responsabilidad	➤ Manejo de maquinaria industrial ➤ Disciplina labora	➤ Bachiller ➤ Experiencia en áreas similares	➤ Responsabilidad en la ejecución de su trabajo.
6	Jefe de área de comercialización	➤ Creatividad ➤ Ética y transparencia ➤ Trabajo bajo presión. ➤ Estabilidad emocional	➤ Perspicacia ➤ Actualización de bases de datos constantemente ➤ Hábil para los negocios ➤ Honestidad ➤ Responsabilidad	➤ Título de tercer nivel de acuerdo al cargo ➤ Experiencia en ventas y comercialización. ➤ Excelente atención al cliente ➤ Buena presencia	➤ Cumplimiento de los objetivos en ventas propuestos

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Estado de situación financiera inicial

Se presenta a continuación el balance de arranque de la empresa.

Cuadro 88

Estado de situación inicial del proyecto

<u>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL DEL PROYECTO</u>			
<u>INVERSIÓN:</u>		<u>INVERSIÓN FINANCIADA</u>	
<u>INVERSIÓN VARIABLE</u>		<u>LARGO PLAZO</u>	
Bancos	\$ 19.611,66	Préstamo por pagar LP	86.273,87
TOTAL	\$ 19.611,66	TOTAL	86.273,87
<u>INVERSIÓN P.P Y E</u>		<u>INVERSIÓN PROPIA</u>	
Terreno	12.844,80	Inversión propia	85757,7793
Edificio	51.163,00		
Vehículo	23.000,30	TOTAL	85757,7793
Maquinaria y Equipo	61.565,00		
Muebles y Enseres	1.575,89		
Equipo de Computación	2.032,00		
Equipo de Oficina	83,00		
Equipo de Seguridad	156,00		
TOTAL	152.419,99		
		TOTAL	
TOTAL ACTIVOS	\$ 172.031,65	PAS+PATRIMONIO	\$ 172.031,65

6.2. Determinación de ingresos proyectados

Habiendo realizado el análisis y los cálculos correspondientes se logró determinar un costo unitario de \$ 2,89.

Cuadro 89

Determinación costo

MPD	2,27
MPI	0,06
MOD	0,26
MOI	0,09
CIF	0,21
COSTO UNITARIO	2,89

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

El precio de venta en el primer año es de \$ 5,20, se determinó una utilidad adecuada que permite cubrir costos, así como analizando el precio de la competencia.

Cuadro 90

Proyección precio de venta

AÑO	COSTO PROYECTADO	UTILIDAD 25,60%	PRECIO PROYECTADO
1	2,89	2,31	5,20
2	3,00	2,40	5,40
3	3,12	2,49	5,61
4	3,24	2,58	5,82
5	3,36	2,68	6,04

Elaborado por: IpiALES J. Año: 2016

Los precios se proyectan con la tasa de inflación del 3,82% proyectado al 2015, correspondiente al Banco central del Ecuador. Los precios han sido fijados sobre el costo, fijando una utilidad que permite cubrir costos y gastos, permitiendo al proyecto obtener ganancias además de convertir a MACQUESOS en un queso maduro competitivo en el mercado.

Cuadro 91
Ingresos proyectados

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL (UNIDADES)	PRECIO UNITARIO	INGRESOS TOTAL
1	65243	5,20	339465,22
2	67722	5,40	365825,24
3	70295	5,61	394232,15
4	72967	5,82	424844,91
5	75739	6,04	457834,80

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

6.3. Determinación de egresos proyectados

6.3.1. Costos de producción

Cuadro 92
Costos de producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MPI	4055,00	4209,90	4370,72	4537,68	4711,02
MOI	6149,20	6384,10	6627,97	6881,16	7144,02
CIF	3255,60	3379,96	3509,08	3643,13	3782,29
TOTAL	13459,80	13973,96	14507,77	15061,97	15637,33

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

Cuadro 93
Costos de producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MPD	148117,47	153775,55	159649,78	165748,40	172079,99
MOD	16972,88	17621,25	18294,38	18993,23	19718,77
CIF	13459,80	13973,96	14507,77	15061,97	15637,33
TOTAL	178550,15	185370,77	192451,93	199803,59	207436,09

Elaborado por: Ipiates J. Año: 2016

6.3.2. Gastos administrativos

Cuadro 94

Gastos administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Beneficios	21570,53	22394,52	23249,99	24138,14	25060,22
Servicios Básicos	1194,90	1240,55	1287,93	1337,13	1388,21
Mantenimiento Equipo Cómputo	120,00	124,58	129,34	134,28	139,41
TOTAL	22885,43	23759,65	24667,27	25609,56	26587,84

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Cuadro 95

Gastos ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Beneficios	5657,63	5873,75	6098,13	6331,08	6572,92
Publicidad y MKT	2549,36	2646,74	2747,85	2852,82	2961,79
Combustible y Mantenimiento vehiculo	2557,80	2655,51	2756,95	2862,26	2971,60
TOTAL	10764,79	11176,00	11602,92	12046,16	12506,32

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

6.4. Tabla de amortización

Cuadro 96

Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN						
BANCO	CFN					
MONTO		\$ 86.273,87				
Tasa Interés Anual		11,00%				
Tasa Interés (Semestral)		5,50%				
Número de Años		5				
Cuotas (Semestrales)		10				
Periodo	Pago	Int. Semestral	Amortización	Deuda Pendiente	Interés Anual	Amort. Anual
0				86273,87		
1	11445,76	4745,06	6700,70	79573,17		
2	11445,76	4376,52	7069,24	72503,94	9121,59	13769,94
3	11445,76	3987,72	7458,05	65045,89		
4	11445,76	3577,52	7868,24	57177,65	7565,24	15326,28
5	11445,76	3144,77	8300,99	48876,66		
6	11445,76	2688,22	8757,55	40119,12	5832,99	17058,54
7	11445,76	2206,55	9239,21	30879,90		
8	11445,76	1698,39	9747,37	21132,54	3904,95	18986,58
9	11445,76	1162,29	10283,47	10849,06		
10	11445,76	596,70	10849,06	0,00	1758,99	21132,54
	\$ 114.457,62	\$ 28.183,75	\$ 86.273,87			

Elaborado por: IpiALES J.

Año: 2016

6.5. Tabla de depreciaciones

Cuadro 97

Depreciaciones activas fijos

DETALLE	COSTO ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL AMORTIZACIÓN	VALOR RESIDUAL
Terreno	12844,80							
Edificación	51163,00	2558,15	2558,15	2558,15	2558,15	2558,15	12790,75	38372,25
Vehículo	23000,30	4600,06	4600,06	4600,06	4600,06	4600,06	23000,30	0,00
Maquinaria y Equipo	61565,00	6156,50	6156,50	6156,50	6156,50	6156,50	30782,50	30782,50
Muebles y Enseres	1575,89	157,59	157,59	157,59	157,59	157,59	787,95	787,95
Equipo Cómputo	2032,00	670,56	670,56	670,56	1,00	1,00	2013,68	18,32
Equipo de Oficina	83,00	8,30	8,30	8,30	8,30	8,30	41,50	41,50
Equipo de Seguridad	156,00	15,60	15,60	15,60	15,60	15,60	78,00	78,00
TOTAL	152419,99	14166,76	14166,76	14166,76	13497,20	13497,20	69494,68	70080,52

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Las depreciaciones se las realizó conforme a las disposiciones legales establecidas en el artículo 28 de la ley de régimen tributario interno que señala que la depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5 % anual, instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10 % anual, vehículos equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual, equipos de cómputo y software 33% anual.

El equipo de cómputo no requerirá una reinversión puesto que al finalizar sus tres años de vida útil, se considera que es adecuado para ser usado en la cooperativa, en el año cuarto y quinto se registra el valor de un dólar por concepto de depreciación, con el objetivo que la cuenta se mantenga dentro de los activos.

6.6. Estado de resultados proyectado

Se presenta a continuación el estado de pérdidas y ganancias proyectado del proyectado, que muestra resultados favorables para la empresa, los gastos han sido ajustados con la tasa del 3,82 % de inflación proyectada al 2015 según el Banco central del Ecuador. Para considerar el pago de impuesto a la renta se aplicó el 22 %.

Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS PROYECTADOS					
Ventas	339465,22	365825,24	394232,15	424844,91	457834,80
Otros Ingresos					
Total Ingresos proyectados	339465,22	365825,24	394232,15	424844,91	457834,80
(-) COSTOS DE OPERACIÓN					
MPD	148117,47	153775,554	159649,78	165748,402	172079,991
MPI	4055,00	4209,901	4370,71922	4537,68069	4711,02009
MOD	16972,88	17621,2482	18294,3798	18993,2252	19718,7664
MOI	6149,20	6384,09944	6627,97204	6881,16057	7144,0209
CIF	3255,60	3379,96392	3509,07854	3643,12534	3782,29273
Total Costos operativos	178550,15	185370,766	192451,93	199803,593	207436,091
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	160915,07	180454,47	201780,22	225041,31	250398,70
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gastos administrativos	22885,43	23759,6513	24667,27	25609,5597	26587,8449
Gastos de Venta	10764,79	11176,0008	11602,9241	12046,1558	12506,3189
Depreciación	14166,76	14166,76	14166,76	13497,20	13497,20
Gastos constitución	857,2	0	0	0	0
Otros Gastos	842,37	874,548534	907,956288	942,640218	978,649075
Total gastos administrativos	49516,54	49976,96	51344,91	52095,55	53570,01
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	111398,53	130477,51	150435,31	172945,76	196828,69
(-) GASTOS FINANCIEROS	9121,59	7565,24	5832,99	3904,95	1758,99
UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES	102276,94	122912,27	144602,32	169040,81	195069,70
(-) 15% PTU	15341,5406	18436,8404	21690,3487	25356,1221	29260,4557
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	86935,40	104475,43	122911,98	143684,69	165809,25
(-) 22 % I.R.	19125,7873	22984,5944	27040,6347	31610,6322	36478,0347
UTILIDAD NETA PROYECTADA	67809,61	81490,83	95871,34	112074,06	129331,21

6.7. Flujo de efectivo financiero

Cuadro 98

Flujo de efectivo financiero

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS:						
UTILIDAD VENTA PROYECTADA	-172031,65	67809,61	81490,83	95871,34	112074,06	129331,21
DEPRECIACIÓN		14166,76	14166,76	14166,76	13497,20	13497,20
TOTAL INGRESOS		81976,37	95657,59	110038,10	125571,26	142828,41
EGRESOS:						
PAGO DE LA DEUDA		13769,94	15326,28	17058,54	18986,58	21132,54
TOTAL EGRESOS		13769,94	15326,28	17058,54	18986,58	21132,54
FLUJO NETO	-172031,65	68206,43	80331,31	92979,56	106584,68	121695,88

Elaborado por: Ipiates J.

Año: 2016

6.8. Evaluación financiera

6.8.1. Costo de oportunidad

DETALLE	VALOR	%	TASA PONDERADA	% PONDERADO
Inv. Propia	85757,7793	49,85%	4,53%	2,26%
Inv. Financiamiento	86273,8742	50,15%	11%	5,52%
TOTAL	172031,653	1	15,53%	7,77%
COSTO CAPITAL				7,77%

La tasa del 11% corresponde al financiamiento del préstamo, siendo la entidad financiera el Banco Nacional de Fomento, y el 4,53% que corresponde a la tasa de interés pasiva del Banco Central del Ecuador.

$$TRM = (1 + CK) (1 + i) - 1$$

$$\text{TRM} = (1+0,0776) (1+ 0,0382) - 1$$

TRM= 12%

6.8.2. Cálculo del VAN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO	-172031,65	68206,43	80331,31	92979,56	106584,68	121695,88

VAN \$ 139.176,42

La suma de los flujos de efectivo descontados es de \$139.176,42 que es inferior a la inversión inicial del proyecto de \$172.031,65. En este sentido se puede mencionar que la cooperativa no logrará cubrir la inversión inicial.

6.8.2. Cálculo de la TIR

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO	-172031,65	68206,43	80331,31	92979,56	106584,68	121695,88
FLUJO NETO ACUMULADO	-172031,65	68206,43	148537,74	241517,30	348101,98	469797,86

TIR: 18%

De acuerdo a la tasa resultante del cálculo de la TIR del 18%, muestra que es superior a la tasa mínima aceptable del proyecto que es del 12%, reflejando así que el proyecto es atractivo o factible de ser ejecutado.

6.8.3. Recuperación del dinero en el tiempo

Cuadro 99

Recuperación del dinero en el tiempo

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO	172031,65	68206,43	80331,31	92979,56	106584,68	121695,88
FLUJO NETO ACUMULADO	172031,65	68206,43	148537,74	241517,30	348101,98	469797,86
INVERSIÓN	172031,65	103825,22	23493,91	-69485,65	-176070,33	-297766,21

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión es de 3 años y 3 meses.

R. Inversión = 3,3 años

R. Inversión = 3 años , 3 meses.

Cuadro 100

Resumen de la inversión financiera

EVALUADOR	VALOR	CRITERIO
VAN	\$ 139.176,42	NO ACEPTABLE
TIR	18%	ACEPTABLE
C/B	1,35	ACEPTABLE
RECUPERACIÓN EN EL TIEMPO	3,3	ACEPTABLE

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Con la finalidad de realizar un análisis de impactos que conlleva la ejecución, evaluando cuantitativa y cualitativa en relación con indicadores esperados en cada área se detalla a continuación el esquema de la matriz de valoración.

Cuadro 101

Valoración de impactos

NIVEL DE	IMPACTOS						
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
TOTAL							

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

En este sentido se detalla los índices de valoración que van desde -3 a 3 mismos que indican los siguientes criterios mostrados a continuación:

Cuadro 102

Índices de valoración de impactos

Impacto puntaje	Impacto puntaje	Impacto puntaje	Impacto puntaje	Impacto puntaje	Impacto puntaje	Impacto puntaje
-3	-2	-1	0	1	2	3
Alto	Medio	Bajo		Bajo	Medio	Alto
NEGATIVO			INDIFERENTE	POSITIVO		

Elaborado por: Ipiales J. Año: 2016

Para determinar el grado de impacto se utilizara la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Nro. indicador}}$$

7.1 Impacto económico

El proyecto contribuirá al desarrollo económico a través de la producción y comercialización, dinamizando así la actividad económica dentro del mercado para la provincia de Imbabura.

Cuadro 103

Impacto económico

NIVEL DE IMPACTOS							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Alternativa de inversión						X	
Nivel de ingresos						X	
Estabilidad económica							X
Competitividad						X	
TOTAL						6	3
Nivel de impacto económico							
	N	9/4 =	2,25				
	N	2					

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Análisis:

El presente proyecto generara la incrementación de plazas de empleo, aportando al mejoramiento de la situación económica de cada uno de los socios y con ello sus familias, además será un aporte al desarrollo económico en relación a la comercialización de producto nacional al país. Genera un impacto medio positivo.

7.2. Impacto social

El presente proyecto tendrá incidencia en el mejoramiento de la calidad de vida de los socios, lo que se deriva en una situación de progreso ya al conseguir empleo y comercializar el producto el socio incrementará sus ingresos económicos y podrá brindar una mejor calidad de vida a su familia.

Cuadro 104

Impacto social

NIVEL DE IMPACTOS							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Emprendimiento productivo						X	
Generación de empleo							X
Satisfacción de necesidades insatisfechas						X	
Mejorar la calidad de vida						X	
TOTAL						6	3
Nivel de impacto social							
	N 9/4 =		2,25				
	N 2		I. medio positivo				

Elaborado por: IpiALES J.

Año: 2016

Análisis:

La calidad de vida de los socios presentará una alta mejora y en relación al mercado se logrará satisfacer de mejor manera a los consumidores y clientes finales y a quienes gusten de este producto. Genera un impacto medio positivo

7.3. Impacto cultural

El proyecto contribuirá con el crecimiento progresivo de la parroquia Mariano Acosta.

Cuadro 105

Impacto cultural

NIVEL DE IMPACTOS							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fortalecimiento organizacional							X
Producción y comercialización asociada						X	
Mejoramiento de la calidad de vida						X	
TOTAL						4	3
Nivel de impacto cultural							
	N 7/3 =		2,33				
	N 2		I. medio positivo				

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Análisis:

El impacto cultural en el presente proyecto se verá reflejado en el esquema de producir y comercializar un producto terminado (quesos) en forma de sociedad, donde todos buscan un mismo fin. El gran reto que se pretende generar es el fortalecimiento organizacional para mejorar la calidad de vida de todos quienes la conformen y por ende la parroquia Mariano Acosta.

7.4. Impacto comercial

La demanda del mercado es mucho más exigente, y por ello este producto será destinado a ese cierto porcentaje de necesidad insatisfecha.

Cuadro 106

Impacto comercial

NIVEL DE IMPACTOS							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Producto de calidad							X
Fidelización de cliente						X	
Canales de distribución						X	
Participación en el mercado						X	
TOTAL						6	3
Nivel de impacto comercial							
	N	9/4 =		2,25			
	N		2			I. medio positivo	

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Análisis:

La puesta en marcha de este proyecto permite dinamizar la economía social, a través de la participación en el mercado de un producto que forma parte de la alimentación familiar que con la aplicación de un canal de distribución adecuado llegará a cada uno de los hogares de la provincia de Imbabura. Genera un impacto medio positivo.

7.5. Impacto ambiental

La implementación de este proyecto aporta con el desarrollo social pero aún más importante no se contempla el daño al medio ambiente.

Cuadro 107

Impacto ambiental

NIVEL DE IMPACTOS							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de desechos							X
Contaminación por ruido						X	
Contaminación por olor						X	
TOTAL						4	3
Nivel de impacto ambiental							
	N	7/3 =	2,25				
	N	2		I. medio positivo			

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Análisis:

El compromiso ambiental es muy tomado en cuenta en el desarrollo de este proyecto ya que se realizará un manejo de desechos adecuados y que serán utilizados como alimento para animales. Al poseer una maquinaria de última tecnología el proceso productivo no genera mucho ruido ni contaminación por olor ya que la planta se encuentra en un sector alejado. Genera un impacto medio positivo.

7.6. Impacto general

Para obtener una valoración conjunta de todos los impactos que en el proyecto intervienen se realiza a continuación una matriz que reúne los resultados de los impactos mencionados anteriormente y el nivel general total.

Cuadro 108

Impacto general

NIVEL DE IMPACTOS							
INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto económico						X	
Impacto social						X	
Impacto cultural						X	
Impacto comercial						X	
Impacto ambiental						X	
TOTAL							10
Nivel de impacto general							
	N	10/5 =		2			
	N		2	I. medio positivo			

Elaborado por: Ipiales J.

Año: 2016

Análisis:

La implementación del presente proyecto es factible ya que contribuirá positivamente en el área económica, social, comercial, cultural y ambiental, lo que significa que será un aporte al desarrollo productivo en el cantón Pimampiro y de quienes lo conforman y en general de la provincia de Imbabura. El proyecto genera un impacto medio positivo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. La producción de la leche en estado natural transformada en el queso maduro representa una opción saludable de consumo, en el presente proyecto se pretende conquistar un cierto porcentaje de demanda insatisfecha que fue el resultado que se obtuvo.
2. El diagnóstico situacional permitió conocer la disponibilidad en abundancia de la leche que se produce en el Mariano Acosta, del cantón Pimampiro, el sustento diario de los habitantes de este sector se obtiene de la venta de la leche y de la elaboración del queso en amplia variedad, entre otros.
3. El Marco Teórico utilizado en el desarrollo de este presente proyecto detalla los aspectos que intervienen con lo que se pretende dar un respaldo fundamentado en bases teóricas actualizadas que también permiten conocer muy a fondo la temática del proyecto presente.
4. En el estudio de mercado se obtuvo una demanda insatisfecha en el producto, lo cual representa una oportunidad, a través de este resultado se plantea estrategias de mercadotecnia que permiten llegar a cubrir ese segmento de mercado y además establecer alianzas estratégicas y de comunicación.
5. En la estructura organizativa se detalla la participación de diferentes departamentos que serán establecidos dentro de la empresa, en donde también se detallan las funciones de cada profesional encargado de cada área de la empresa.

6. En el análisis de impactos se detalla cada uno de los que intervienen en el desarrollo del proyecto, lo cual arrojó un resultado medio positivo, siendo factible para la puesta en marcha del proyecto.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda asociar a todos los pobladores de la parroquia Mariano Acosta y de sus alrededores, quienes estén dispuestos hacer parte de este cambio y crecimiento comunitario.
2. Utilizar información actualizada e investigar constantemente los fundamentos teóricos y científicos para mejorar el desarrollo del proyecto.
3. Actualizar constantemente la información en relación a las estadísticas de gustos y preferencias, consumo de alimentos, y también a las expectativas del mercado para identificar posibles canales de distribución.
4. Dar mantenimiento a la maquinaria requerida para el proyecto y su desarrollo, con el fin de garantizar la calidad del producto, así como mantener cuidado, aseo y limpieza en las instalaciones.
5. Conservar niveles de producción conforme la capacidad productiva instalada propendiendo al crecimiento progresivo de la oferta que permita mantener los niveles positivos económicos
6. Se recomienda capacitar al personal constantemente con el objetivo de reforzar sus conocimientos mismos que posteriormente se reflejaran en la ejecución de sus funciones y en la calidad del producto final procurando no desentender los intereses personales de crecimiento de cada persona, y aplicar incentivos de motivación.

7. Se recomienda mantener los niveles de impacto positivos, tratando de mejorar continuamente para alcanzar un mayor éxito sin desmejorar el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- AMARU.Antonio. (2011). *Fundamentos de Administración teoría general y procesos administrativos* (Primera edición ed.). México: Pearson Educación.
- ANDER.E. (2007). *Introducción a la planificación estrategica*. Argentina: Lumen.
- Andrea. (28 de 08 de 2011). *Monografías*. Recuperado el 15 de 04 de 2014, de Monografías :
<http://www.monografias.com/trabajos93/clasificacion-costos/clasificacion-costos.shtml#ixzz2z5lney5>
- ARAUJO.David. (2012). *Proyectos de inversión:Análisis, formulación y evaluación* (Primera ed.). México: Trillas.
- BATEMAN.Thomas. (2005). *Administración un nuevo panorama competitivo* . México: Mc Graw Hill.
- BATEMAN.Thomas, & SNELL.Scott. (2011). México: McGrawHill.
- CHIAVENATO.Idalberto. (2008). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Mc Graw Hill.
- CÓRDOVA.Marcial. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoediciones.
- DAFT.Richard., & Doroty.MARCIC. (2012). *Introducción a la administración* (Sexta ed.). México: Cengage Learning editores S.A.
- Epstein, M. y. (2011). *Administracion y medicion de los impactos sociales, ambientales y economicos*. Mexico: Lexus.

GRIFFIN.Ricky. (2011). *Administración* (Décima ed.). México: Cengage Learning editores S.A.

HERNADEZ.Sergio, & RODRIGUEZ. (2011). *Introducción a la administración* (Quinta ed.). México: McGraw-Hill companies.

KOTLER, P. (2011). *Fundamentos de Marketing*. Pearson.

MEYER, M. R. (2012). *Manuales para educación agropecuaria - Elaboración de productos lácteos*. México: Trillas.

MORA.Zambrano. (2011). *Matemática financiera* (Tercera ed.). Colombia: Alfaomega.

Ramirez, F. D. (2013). Lacteos y derivados. En F. D. Ramirez, *Lacteos y derivados* (pág. 18). Bogota - Colombia: Grupo Latino Editores.

ROBBINS.Stephen, & COULTER.Mary. (2010). *Administración* (Décima ed.). México: Pearson Educación.

Salvat, O. T. (2013). Diccionario de Cooperativismo. En O. T. Salvat, *Diccionario de Cooperativismo* (pág. 54). Buenos Aires- Rep. Argentina: Valletta Ediciones.

ZAMBRANO.Pablo. (2013). *Microempresa*. Quito : Killari.

Para la realización del presente diagnóstico se recurrió a la siguiente información documental:

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Pimampiro 2015.
- Registros de presidentes de cabildos 2015 del cantón Pimampiro – Jefatura Política del cantón Pimampiro.
- Registros de organizaciones sociales inscritas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).
- Constitución de la república del Ecuador, 2008.
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017, Ecuador.
- Ley de Economía Popular y Solidaria, Ecuador 2011.
- Folletos de publicación del III Censo Nacional Agrícola, Ecuador. MAGAP – ZONA 1.
- Folletos de publicación por el INEN, Censo de Condiciones de Vida 2006, Ecuador.

LINKOGRAFÍA

- <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/01/22/nota/5359174/precio-leche-debe-mantenerse-dice-magap>
- <http://www.proquimsaec.com/index.php/categorias-de-productos/quimicos-importados/146-cloruro-de-calcio.html>
- <http://www.vectorecuador.com/cultivos-lacticos-fermentos-probioticos/>
- www.pbplaw.com

ANEXOS

ANEXO 1**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS QUE CONSUMEN
QUESOS EN LA CIUDAD DE IBARRA**

Objetivo: Conocer la demanda y oferta del producto (quesos) y analizar el precio y la competencia en el mercado

1.- ¿Consume quesos maduros, como parte de su alimentación?

a) SI

b) NO

2.- ¿Qué tipo de queso maduro es el de su preferencia?

a) Gruyere

b) Edam

c) Holandes

d) Cheddar

e) Gouda

f) Parmesano

g) Emmentaler

h) Tilsiter

i) Raclette

j) Mezcla de queso para Fondue

3.- ¿Qué marca de quesos consume con mayor frecuencia?

- a) Kiosko
- b) Floralp
- c) Salinerito
- d) Hacienda Zuleta
- e) González
- f) La Holandesa

4.- ¿Por qué prefiere la marca antes señalada?

- a) Calidad
- b) Presentación
- c) Mejor precio
- d) Disponibilidad Permanente

5.- ¿Cuál es su cantidad mensual de consumo en quesos maduros?

- a) 100gr. a 500gr.
- b) 500gr. a 1 Kilo
- c) 1 Kilo a 3 Kilos
- d) 3 Kilos a 5 kilos
- e) 5 Kilos en adelante

6.- ¿Qué presentación es de su preferencia?

- a) Entero
- b) Medio Queso
- c) Cuarto de queso
- d) Rebanado
- e) Trocitos pequeños

7.- ¿Qué uso le da al queso maduro que compra?

- a) Elaboración de platillos Gourmet
- b) Elaboración de Pizzas
- c) Preparación de Hamburguesas
- d) Consumo Directo
- e) Acompañante: Vino
- f) Otro ¿Cuál?

8.- ¿Al mes, con qué frecuencia consume quesos maduros?

- a) Diariamente
- b) 1 a 2 Veces en semana
- c) 3 a 4 Veces en semana

9.- ¿Estaría dispuesto a adquirir una nueva marca de queso maduro, producido de forma artesanal por pequeños productores de la provincia de Imbabura?

- a) SI
- b) NO

10.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por este producto?

- a) 12,50 A 15,00 USD
- b) 16,00 A 17,50 USD
- c) 18,00 A 20,00 USD
- d) DE 20,00 USD en adelante

11.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

- a) Tiendas
- b) Micro mercados
- c) Supermercados
- d) Delicatesen
- e) A Domicilio

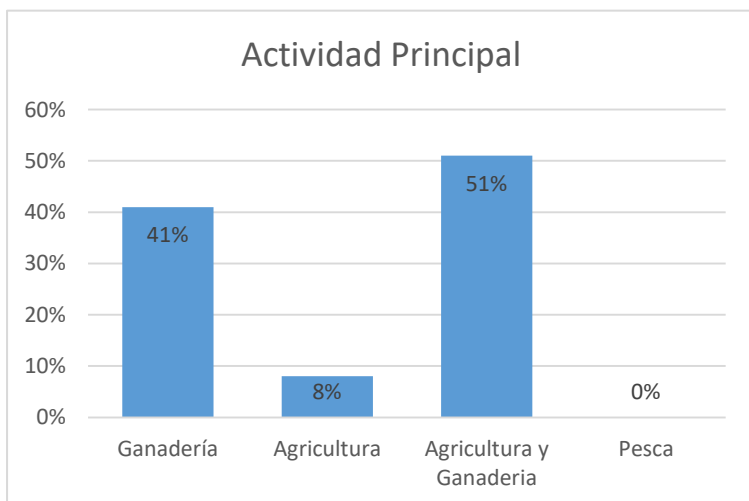
12.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

- a) Revistas de Cocina
- b) Internet – Redes Sociales
- c) Diario
- d) Televisión
- e) Radio
- f) Degustaciones

ANEXO 2**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO****POBLADORES DE LA PARROQUIA MARIANO ACOSTA**

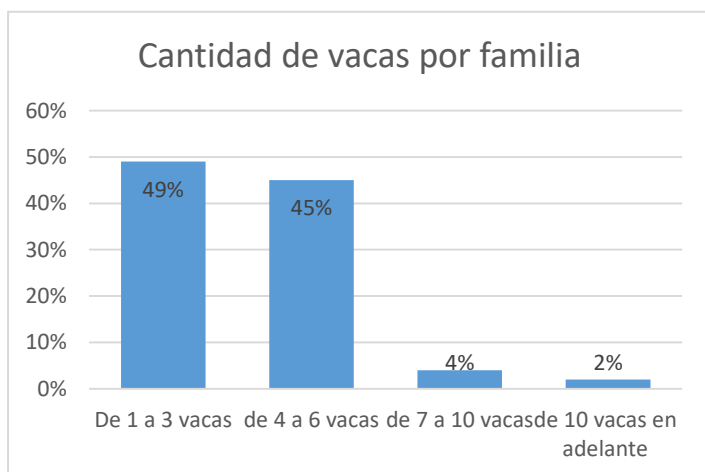
1.- ¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica en la zona?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Ganadería	31,98	41%
Agricultura	6,24	8%
Agricultura y Ganadería	39,78	51%
Pesca	0	0%
TOTAL	78	100%



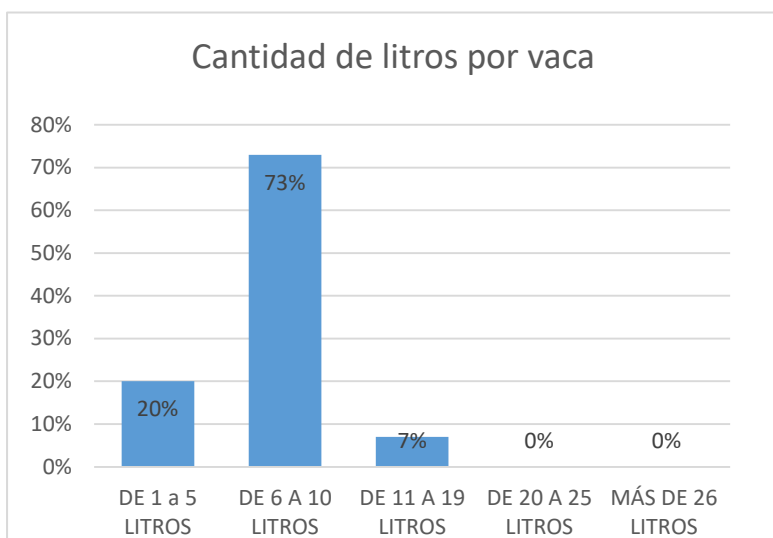
2.- ¿Cuánto considera usted, el promedio de vacas lecheras que tiene por familia?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 1 a 3 vacas	38,22	49%
de 4 a 6 vacas	35,1	45%
de 7 a 10 vacas	3,12	4%
de 10 vacas en adelante	1,56	2%
TOTAL	78	100%



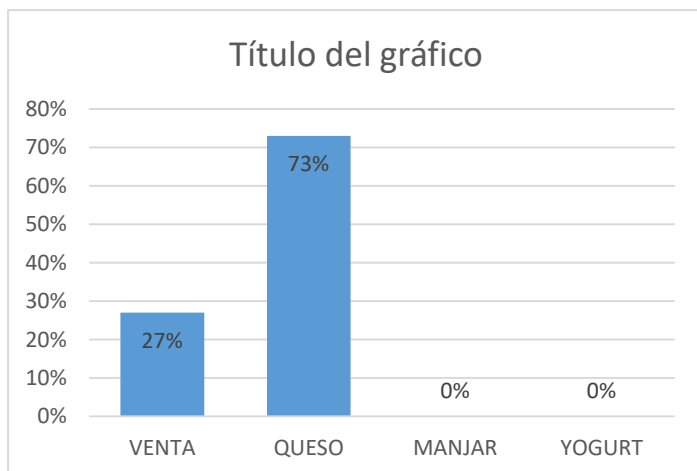
3.- ¿Cuánto considera usted, el promedio de producción de leche en litros por cada vaca?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
DE 1 a 5 LITROS	15,6	20%
DE 6 A 10 LITROS	56,94	73%
DE 11 A 19 LITROS	5,46	7%
DE 20 A 25 LITROS	0	0%
MÁS DE 26 LITROS	0	0%
TOTAL	78	100%



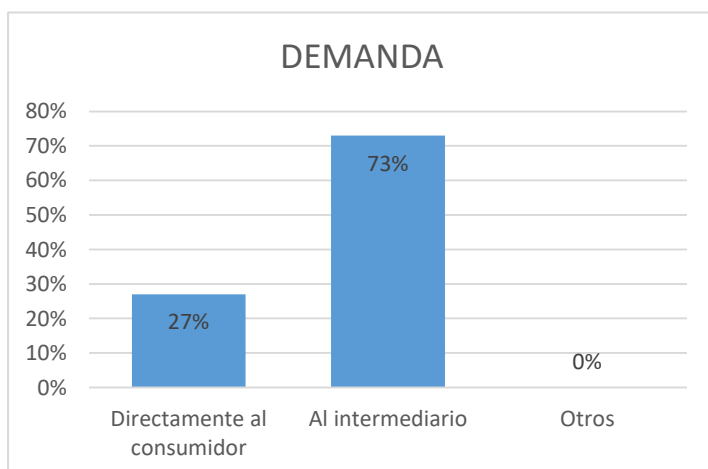
4.- ¿Cuál es el destino de la leche que obtiene?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
VENTA	21,06	27%
QUESO	56,94	73%
MANJAR	0	0%
YOGURT	0	0%
TOTAL	78	100%



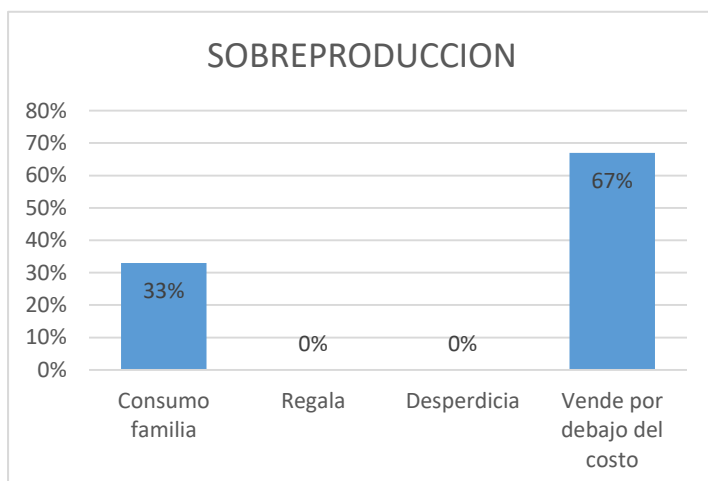
5.- ¿A quien vende sus productos?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Directamente al consumidor	21,06	27%
Al intermediario	56,94	73%
Otros	0	0%
TOTAL	78	100%



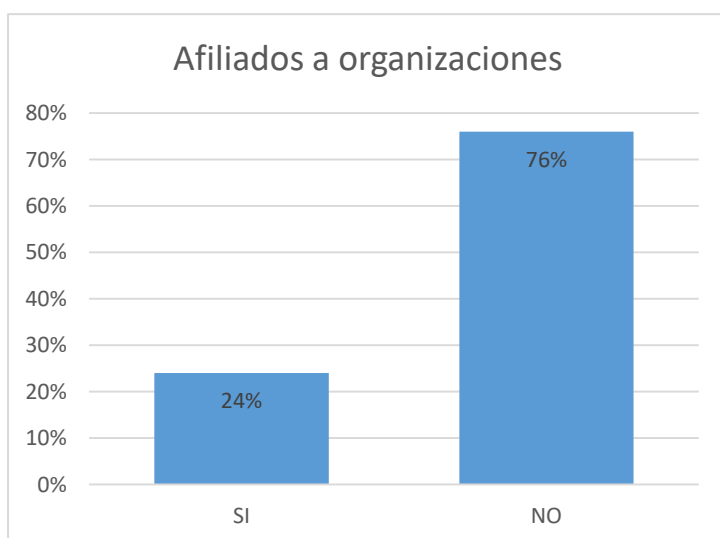
6.-¿Qué destino tiene el producto que no puede vender?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Consumo familia	25,74	33%
Regala	0	0%
Desperdicia	0	0%
Vende por debajo del costo	52,26	67%
TOTAL	78	100%



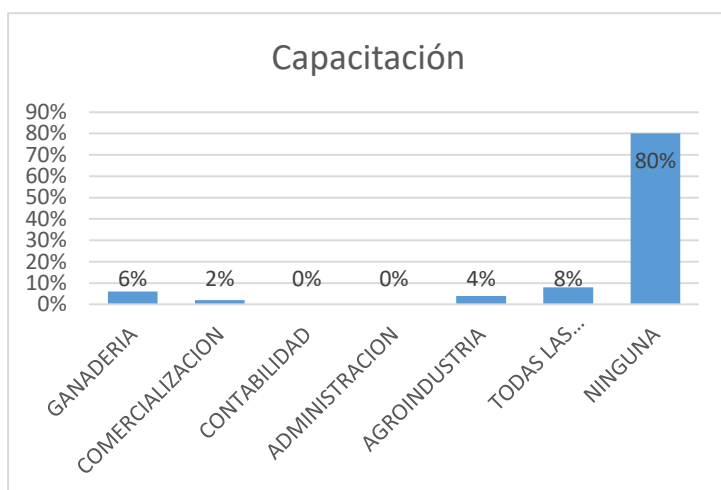
7.- ¿Está usted afiliado a alguna organización?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	18,72	24%
NO	59,28	76%
TOTAL	78	100%



8.- ¿A recibido capacitación en las siguientes áreas?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
GANADERIA	4,68	6%
COMERCIALIZACION	1,56	2%
CONTABILIDAD	0	0%
ADMINISTRACION	0	0%
AGROINDUSTRIA	3,12	4%
TODAS LAS ANTERIORES	6,24	8%
NINGUNA	62,4	80%
TOTAL	78	100%



9.- ¿Estaría dispuesto a ser un socio y transformar la leche en queso y pertenecer a una cooperativa?

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	76,44	98%
NO	1,56	2%
TOTAL	78	100%

