



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

TRABAJO DE GRADO:

***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS
EN LA COMUNIDAD DE ZULETA DE LA
PARROQUIA ANGOCHAGUA”***

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

AUTORA: María del Carmen Andrade
DIRECTOR: Ing. Com. Víctor Zea Z. Msc.

Ibarra, marzo, 2011

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto nace con el propósito de rescatar una de las actividades productivas pecuarias de la comunidad de Zuleta de la Parroquia de Angochagua pertenecientes al Cantón Ibarra, pues en años anteriores solo estaba destinada al consumo de carne fresca, leche pura y quesos artesanales sin la generación de ingresos económicos, al productor dedicado a esta actividad. Con el crecimiento urbano, los cambios socio políticos y el avance tecnológico, ingresaron las grandes empresas productoras de queso y yogurt para comprarles la leche cruda a precios muy bajos, sin preocuparse por el desarrollo social de la comunidad, por lo que se planteó efectuar una investigación que permita formular un Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de derivados lácteos en esta comunidad. Para tal efecto y como punto de partida se realizó un estudio de mercado mediante una investigación de campo, en la que se indagó a las familias consumidoras, a los propietarios de tiendas en la zona y entrevistas a vendedores de estos productos, con el fin de determinar la oferta y la demanda existente por la nueva microempresa a implementarse. Luego del proceso técnico del sondeo de campo, se obtuvieron los siguientes resultados: el 88% de la población consume lácteos, el 100% consume queso, el 96% de esta población estaría encantada de que se cree una planta procesadora en la comunidad. Por estas y muchas otras razones que se analizan en el presente proyecto, es necesario la creación de la microempresa de producción de lácteos. Se descubrió como fortaleza que la comunidad cuenta con productores de ganado lechero, materia prima indispensable para esta microempresa, como aliado la existencia de una planta con todas instalaciones listas sin funcionamiento misma que se la va a arrendar, también el disponer talento humano de la zona indispensable para emprender la tarea de producción y comercialización de quesos y yogurt de sabores. De la investigación realizada y por las valoraciones de la inversión para arrancar con esta microempresa, se desprende que dicha inversión es considerablemente mediana, misma que se la hará a través de una Institución Financiera y que será recuperada a mediano plazo, consecuentemente asegurando una buena rentabilidad para la microempresa. Las familias de la comunidad serán las beneficiarias directas del producto a venderse. Por las consideraciones anteriormente expuestas se puede afirmar que el presente proyecto es económica y socialmente factible de ejecutarlo, contribuye a dinamizar la economía, a crear nuevas fuentes de empleo y por sobre todo genera una rentabilidad social.

SUMMARIZE EXECUTIVE

This project is born with the purpose of rescuing one of the productive cattle activities of the community of Zuleta of the Parish of Angochagua belonging to the Canton Ibarra, because in previous alone years it was dedicated to the consumption of fresh meat, pure milk and handmade cheeses without the generation of economic revenues, to the producer dedicated to this activity. With the urban growth, the changes partner politicians and the technological advance, they entered the big companies producers of cheese and yogurt to buy the raw milk at very low prices, without worrying about the social development of the community, for what thought about to make an investigation that allows to formulate a Study of Feasibility for the creation of a company of having derived milky in this community. For such an effect and I eat starting point he/she was carried out a market study by means of a field investigation, in which one investigated to the families consumers, to the proprietors of stores in the area and interviews to salespersons of these products, with the purpose of determining the offer and the existent demand for the new company to be implemented. After the technical process of the field poll, the following results were obtained: the population's 88% consumes milky, 100% consumes cheese, this population's 96% it would be charmed that one believes a plant industry in the community. For these and many other reasons that they are analyzed project presently, it is necessary the creation of the production company of milky was discovered as strength that the community counts with producing of having won milkman, matter it prevails indispensable for this company, as ally the existence of a plant with all clever facilities without same operation that will lease it, also preparing human talent of the indispensable area to undertake the production task and commercialization of cheeses and yogurt of flavors. Of the carried out investigation and for the valuations of the investment to start up with this company, he/she comes off that this investment is considerably medium, same that will make it to him through a Financial Institution and that it will be recovered to medium term, consequently assuring a good profitability for the company. The families of the community will be the direct beneficiaries of the product to be sold. For the previously exposed considerations one can affirm that the present project is economic and socially feasible of executing it, it contributes to energize the economy, to create new employment sources and for mainly it generates a social profitability.

AUTORÍA

Yo, MARÍA DEL CARMEN ANDRADE GARCÍA, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100149451-5 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DERIVADOS LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD DE ZULETA DEL CANTÓN IBARRA, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
Sra. María Del Carmen Andrade
C.C. 100149451-5

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada MARÍA DEL CARMEN ANDRADE para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DERIVADOS LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD DE ZULETA DEL CANTÓN IBARRA. Considero que el presente trabajo reúne 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 02 días del mes de marzo del 2011.

.....
ING. COM. Víctor Zea Z. MSC.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, María del Carmen Andrade García con cédula de identidad Nro. 1001494515 manifiesto mi voluntad de ceder a la universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad intelectual del Ecuador, artículo 4,5,6 , en calidad de autora del obra o trabajo de grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD DE ZULETA DE LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA “que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERIA EN CONTABILIDA Y AUDITORIA C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

María del Carmen Andrade
C.I 1001494515

Ibarra, al 01 día del mes de abril del 2011

DEDICATORIA

El presente trabajo, ejemplo de superación al que debemos aspirar todas las personas lo dedico a mis hijos que han sido mi inspiración y pilar fundamental para seguir adelante en lo que me he propuesto en cada una de las metas trazadas en mi vida, y a mis padres por darme el ser ; y lo mas valioso los valores que se lleva bien fundamentados y que yo he sabido impartir a mis hijos

María del Carmen

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte

Es un deber mío como alumna de esta prestigiosa Universidad, presentar mi agradecimientos a las distinguidas autoridades por preocuparse de crear carreras semipresenciales para poder acceder a los estudios las personas que trabajamos presentando esta opción de estudio semipresenciales; a nuestra querida Universidad por habernos cobijado con su manto y a todos nuestros maestros por sus sabias enseñanzas.

María Del Carmen

PRESENTACIÓN

TEMA:

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de derivados lácteos en la comunidad de Zuleta del cantón Ibarra

INTRODUCCIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de derivados lácteos en la comunidad de Zuleta del cantón Ibarra, ha sido desarrollada bajo la modalidad de Proyecto.

Para una fácil comprensión de lo investigado, se ha utilizado un lenguaje claro y sencillo. El informe final está estructurado en siete capítulos, los mismos que contienen el material recogido, analizado y elaborado, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

El primer capítulo denominado Diagnóstico Situacional, el cual contiene antecedentes históricos de la comunidad, su ubicación geográfica, demográfica, se determinó la muestra poblacional para realizar una investigación de campo con encuestas y entrevistas dirigidas a determinar la oferta (industrias) y demanda (comunidad), lo cual permitió identificar a los clientes insatisfechos, conocer sus requerimientos y expectativas. Luego de realizar el diagnóstico situacional se llegó a determinar el problema diagnóstico.

En el capítulo dos, se hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas en base a una investigación bibliográfico-documental, a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo, la empresa, fundamentos administrativos, contables y evaluadores financieros.

El tercer capítulo corresponde al Estudio de Mercado, dentro del cual se determinó el producto a ofertar sus características, mercado meta, análisis y proyección de oferta y demanda. También se realizaron los análisis de la competencia, comercialización y precios, en relación al producto que se pretende brindar con el presente proyecto.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la microempresa, diseño y distribución de las instalaciones, diagrama y flujo gramas de proceso, pronóstico de ventas y el requerimiento de mano de obra, la valoración de inversiones fijas y su financiamiento.

La Evaluación Financiera y Económica, se encuentra detallada en el capítulo quinto, en el cual se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la microempresa como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable. Además se analiza la ventaja económica que brindará el proyecto.

La Estructura Organizacional y Funcional que consta en el capítulo sexto que tendrá la microempresa, en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural, manual de funciones.

En tanto en el capítulo séptimo se ha resumido los Impactos que generará el proyecto en el ámbito socio-económico, empresarial, educativo-cultural, y ambiental.

Y para finalizar se han redactado conclusiones a las que he llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. Se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para

solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de factibilidad elaborado.

Problema o necesidad a satisfacer

En la provincia de Imbabura las condiciones geográficas y ambientales favorecen el desarrollo de la agricultura y ganadería, lo que le ha caracterizado como una de las primeras en esta rama de la producción nacional.

En esta comunidad la mayor parte de las familias se dedican a la crianza de ganado lechero, por lo tanto se puede determinar que la producción zonal es de unos 30.000 litros distribuidos de la siguiente manera el 70,60% esta destinado a la industrias lácteas el 20,70% esta destinada a la producción artesanal de quesos, y el 13,70% se destina al consumo humano de los hogares dedicados a la producción lechera y el 5% se destina al alimentación de los terneros.

Es por eso que se ha visto la mejor forma de aprovechar el contenido nutricional de la leche elaborando derivados que permiten conservar sus características por más tiempo y los productos que se elaborarán son el queso, el yogur constituyendo este alimento rico en grasa, vitaminas y minerales indispensables en una dieta balanceada.

Viendo que en este lugar se tiene las condiciones apropiadas para poner en marcha este proyecto teniendo conocimientos que el colegio tiene instalada de la Planta procesadora de lácteos que dará su aporte a la economía de la región mediante la inserción en el mercado de productos derivados de la leche que reúnan la características de calidad y competitividad.

Es por eso que nace la necesidad de introducir procesos cuya tecnología garantice la calidad e higiene de este producto para consumo.

Se puede concluir que el problema principales que en la comunidad de Zuleta existen productores de leche más no una industria que permita la elaboración de productos lácteos utilizando materia prima y mano de obra de la misma comunidad.

Justificación

La realización del presente proyecto contribuirá en uno de los objetivos que es la instalación de la Planta Procesadora de lácteos en el sector, y esta dará su aporte a la economía de la región mediante la instalación en el mercado de productos derivados de la leche que reúnan características de calidad y competitividad.

Para la realización del presente proyecto se ha escogido a Zuleta para la instalación de una microempresa de derivados lácteos ya que el lugar eminentemente ganadero lo que garantiza una continua producción de la materia prima a menor precio por lo que los productores se encuentra asentados en este lugar.

El precio de un litro de leche en la actualidad es vendido por los productores a los acopiadores a 0.32 centavos incrementándose el precio por los costos de transporte y comercialización llegando a vender a 0,48 centavos de dólar. La rentabilidad por venta de un litro de leche es de 0,16 USD, a nivel de finca y de 0,17 USD a nivel de acopiador.

Las posibilidades de crecimiento para el mercado ecuatoriano se colocan según diferentes empresas, en la producción en general de bebidas lácteas abarcando todos los sectores económicos ecuatorianos. La industria Láctea da más énfasis en el procesamiento de estos productos ya que la gente consume mucho más que antes y lo hace por salud, sabor y facilidad de los empaques y esta tendencia no es solo nacional sino internacional.

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de Producción y Comercialización de productos lácteos en la comunidad de “Zuleta de la parroquia Angochagua”.

Objetivos específicos

- Realizar un Diagnóstico Situacional que permita conocer las características económicas, socio-demográficas y culturales del área de influencia del posible proyecto a implantarse. Así mismo desarrollaremos un diagnóstico externo, con la finalidad de caracterizar variables como aliadas, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría el nuevo proyecto de microempresa de procesamiento de lácteos en la Comunidad de Zuleta.
- Estructurar las bases teóricas y científicas mediante una Investigación bibliográfica que permita sustentar todas las fases del proyecto.
- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, precios y competencia; así como también, evaluar la demanda insatisfecha con respecto a la producción de derivados de lácteos.
- Estructurar el estudio técnico que permita determinar el tipo de empresa, tamaño, localización y las inversiones requeridas para organizar el sistema de producción de la microempresa.
- Realizar un estudio económico financiero que permita medir la rentabilidad de la empresa y justifique la ejecución del proyecto.
- Analizar el impacto social, económico, educativo, ético que generará la ejecución del proyecto.

Metodología

El tipo de estudio que se aplicó es descriptivo porque este permitió determinar su estado actual y a la vez señalar los aspectos más relevantes del problema identificado.

Por la naturaleza de la información, es una investigación de tipo cualitativo porque está encaminada a encontrar el sentido y significado de la conducta humana ya que se trata de un grupo pequeño.

Por el alcance temporal de la investigación la información es de tipo sincrónico por que el estudio y el análisis del problema se realizó durante el periodo de 10 meses.

La presente investigación tiene un carácter propositivo por que el proyecto tiende a dar soluciones al problema identificado.

Por los medios que se utilizaron para obtener datos en el desarrollo de los capítulos I y III, la investigación fue de campo.

Para el desarrollo del diagnostico situacional y marco teórico se utilizaron medios bibliográfico, libros, artículos, ensayos, etc. Por lo que será una investigación de tipo bibliográfica.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
The Summarize Executive	iii
Autoría	iv
Certificación	v
Cesión de Derechos	vi
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Presentación	ix
Introducción	x
Justificación	xi
Objetivos	xii
Metodología	xiii
Índice General	xiv
Índice de Cuadros	xv
Índice de Gráficos	xvi
 CAPITULO I	
Diagnostico Situacional	21
Antecedentes Diagnósticos	
Análisis de las variables del diagnóstico	24
Diagnostico Externos	28
Identificación de la oportunidad de la inversión	30
 CAPITULO II	
Bases Teóricas	31
Productos alimenticios	
La empresa	34
Proyecto de factibilidad	35
Estructura Organizacional	49

CAPITULO III

Estudio de Mercado	52
Antecedentes	
Análisis de interpretación de datos	58
Identificación del Producto	76
Producción de derivados de lácteos	80
Mercado Meta	
Segmentación de mercado	84
Análisis de Proyección de demanda	
Análisis de la competencia	92
Conclusiones de estudio de mercado	93
Plan de Marketing	
Comercialización	95

CAITULO IV

Estudio Técnico	98
Localización del proyecto	
Tamaño del proyecto	102
Ingeniera del proyecto	103
Presupuesto Técnico	121

CAPITULO V

Estudio Económico y financiero	124
Presupuesto de ventas	
Costos de producción	125
Plan de evaluación financiera	141
Análisis de sensibilidad	142
Evaluación económica	143

CAPITULO VI	
Estructura Organizacional y Estructural	145
Aspecto legal	
Análisis Administrativo	
Análisis interno de la microempresa	149
Organización estructural	152
Manuales de funciones	155
Descripción del proceso de contratación	160
CAPITULO VII	
Análisis de impactos	
Operatividad de análisis de impactos	162
CONCLUSIONES	169
RECOMENDACIONES	171
BIBLIOGRAFIA	173
LINKOGRAFIA	175
ANEXOS	176
ENCUESTAS	
ENTREVISTAS	
CALCULOS	
PROFORMAS	

INDICE DE CUADROS		
Nº	DESCRIPCION DEL CUADRO	PAG
1.1	Indicadores que definen las variables	22
1.2	Matriz de relación diagnóstica	23
1.3	Aspectos socio demográficos	26
1.4	Indicadores económicos	26
2.1	Composición química de diversos tipos de leche	34
3.1	Número de Hogares en la Comuna de Zuleta	56
3,2	Descripción de las Variables que intervienen en el cálculo de la muestra	57
3.3	Hábitos Alimenticios	58
3.4	Causa de no consumo de lácteos	59
3.5	Frecuencia de consumo de lácteos por semana	60
3.6	Cantidad de consumo de queso yogur	61
3.7	Factores de decisión para el consumo de derivados de lácteos	62
3.8	Le gustaría que exista una planta procesadora de lácteos en Zuleta	63
3.9	Lugar donde prefiere comprar los productos lácteos	64
3.10	Presentación que le gustaría adquirir	65
3.11	Valor que pagaría por el queso empackado	66
3.12	Presentación que le gustaría adquirir	66
3.13	Precio a pagar por presentación	68
3.14	Encuesta aplicada a intermediarios	69
3,15	Marcas más vendidas	70
3.16	Presentación más vendida	71
3.17	Frecuencia de visita de proveedores	72
3.18	Precio de comercialización de queso y yogur	73
3.19	Composición nutricional del queso	80
3.20	Principales industrias lácteas capacidad instalada	82
3.21	Productores locales de leche cruda	83
3.22	Tipos de empackado de productos lácteos	85
3.23	Marcas existentes en el mercado	85
3.24	Producción diaria de derivados lácteos	86
3.25	Proyección de oferta para quesos y yogurt	87
3.26	Determinación del mercado actual de la demanda en Zuleta	88
3.27	Determinación actual de los productos	88
3.28	Demanda futura de queso fresco	89
3.29	Demanda futura del yogur	90
3.30	Balance de oferta y demanda de queso fresco en Zuleta	91
3.31	Balance de oferta del yogur	92
3.32	Ventas proyectadas del yogur y del queso	94
3.33	Precios de productos en el mercado	95

4.1	Diseño de ambiente físico	103
4.2	Simbología utilizada en los flujo gramas	112
4.3	Requerimiento de equipo muebles y enseres	118
4.4	Requerimiento de mano de obra directa e indirecta	119
4.5	Materia prima e insumos para la elaboración del queso	120
4.6	Materia prima e insumos para la elaboración del yogur	120
4.7	Inversión fija del proyecto	121
4.8	Depreciación de activos fijos	121
4.9	Capital de trabajo	122
4.10	Inversión diferida	123
4.11	Composición de la inversión	123
5.1	Ventas proyectadas	124
5.2	Precios Proyectados	125
5.3	Proyección de ingresos por ventas	125
5.4	Costos materia prima directa	126
5.5	Costos insumos	126
5.6	Costos mano de obra directa	127
5.7	Proyección de mano de obra	127
5.8	Costos materiales indirectos	128
5.9	Gastos energía eléctrica	129
5.10	Varios costos indirectos	129
5.11	Gastos en el personal	130
5.12	Proyección gastos personal	130
5.13	Costo mano de obra ventas	131
5.14	Proyección costo mano de obra ventas	130
5.15	Tabla de amortización	133
5.16	Balance de pérdidas y ganancias	135
5.17	Flujo de caja proyectado	136
5.18	Costo de capital	137
5.19	Indicadores de evaluación financiera	141
5.20	Variables y efectos	144
6.1	Socios de la empresa	146
7.1	Niveles de impacto	163
7.2	Impacto socio económico	164
7.3	Impacto empresarial	165
7.4	Impacto educativo Cultural	166
7.5	Impacto ambiental	167
7.6	Matriz General	168

INDICE DE FIGURAS

FIGURA Nro.-	CONTENIDO	PAG.
4.1	Pirámide de niveles administrativos	100
4.2	Ubicación de la Microempresa	102
4.3	Plano distribución planta procesadora	105
4.4	Diagrama de proceso productivo lácteos	111
4.5	Proceso elaboración queso	114
4.6	Proceso elaboración de yogur	116
4.7	Proceso de mercadeo y ventas	117
6.1	Logotipo de la Microempresa	149
10	Organigrama estructural	153
INDICE DE GRAFICOS		
3.1	Causa de no consumo de productos lácteos	58
3.2	Por que no consumen lácteos	59
3.3	Frecuencia de consumo de lácteos	60
3.4	Cantidad de consumo semanal	61
3.5	Importancia de factores de compra	62
3.6	Creación de planta procesadora de lácteos	63
3.7	Preferencia donde adquirir los lácteos	64
3.8	Presentación para adquirir el queso	65
3.9	Precio que pagaría por unidad de queso	66
3.10	En que presentación compraría el yogur	67
3.11	Precio por presentación del yogur	68
3.12	Que marcas de queso vende	70
3.13	Que presentación es más vendida en yogur	71
3.14	Frecuencia con la que visitan los proveedores	72
3.15	Precio a lo que se vende los quesos	73

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

Metodológicamente, se iniciará planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstica y determinando las fuentes de información. A continuación se detallan los aspectos señalados.

1.1.1. Objetivos del diagnóstico

1.1.1.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico de tipo situacional en la comunidad de Zuleta, para identificar las condiciones óptimas para la implementación de una microempresa de derivados lácteos.

1.1.1.2. Objetivos específicos

- a)** Establecer los antecedentes históricos de Zuleta
- b)** Determinar la ubicación geográfica del área de Investigación.
- c)** Analizar datos socio – demográficos de la comunidad de Zuleta.
- d)** Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.

1.1.2. Variables diagnósticas

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que se presentan a continuación.

1.1.2.1. Antecedentes históricos de la comunidad de Zuleta

1.1.2.2. Caracterización demográfica de Zuleta

1.1.2.3. Aspectos geográficos

1.1.2.4. Situación socio – económica

1.1.3. Indicadores que definen las variables

Para cada una de las variables se ha determinado una serie de indicadores que han permitido conocer y analizar las variables.

CUADRO Nº 1.1

VARIABLE	INDICADOR
Antecedentes Históricos	Datos históricos
Características Demográficas	Datos poblacionales
Aspectos Geográficos	Información Geográfica
Situación Socio Económica	Actividad económicas

ELABORADO POR: La Autora

1.1.4. Matriz de Relación Diagnóstica

CUADRO N° 1.2

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Establecer los antecedentes históricos de Zuleta	Antecedentes Históricos	Datos Históricos	Investigación Bibliográfica Documental
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Características Demográficas	Información Geográfica	Fuentes Secundarias e Internet
Analizar datos socio-demográficos de la comunidad de Zuleta.	Aspectos Geográficos	Datos poblacionales	Referencias Estadísticas
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse	Situación Socio Económica	Actividades Económicas	Fuentes Secundarias

ELABORADO POR: La Autora

1.1.5. Fuentes de Información

Para efectuar el presente diagnóstico situacional, se recurrió a información estadística del INEC, información documental del Plan de Manejo de la Comunidad de Zuleta, entrevistas y observación directa (visitas).

1.2. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.2.1. Antecedentes históricos

Para desarrollar los antecedentes históricos de la Comunidad de Zuleta, se ha acudido a los archivos de la Junta Parroquial de Angochagua, se pone a disposición la siguiente información:

La Comuna Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943, posiblemente los primeros pobladores de este territorio fueron los Caranquis, quienes poblaron la zona desde los años 800 hasta aproximadamente el año 1470 D.C., cuando arribaron los Incas.

Tras luchar contra la resistencia Caranqui alrededor de ocho o nueve años, los Incas finalmente se asentaron en estas tierras por un lapso de casi cuarenta años.

Después de la conquista española, los terrenos que corresponden a la hacienda y la Comuna de Zuleta fueron entregados a los misioneros jesuitas por la corona. En 1767, el rey Carlos III expulsó a los jesuitas del país y los terrenos fueron confiscados y posteriormente vendidos al canónigo Gabriel Zuleta.

En 1898 la familia de los ex presidentes ecuatorianos Leónidas Plaza y Galo Plaza Lasso, compró los terrenos, llevando con ellos a sus "Yanapas" o colaboradores, quienes eran indígenas movilizados de sus comunidades dando origen a Zuleta, para trabajar en la hacienda. La primera familia se asienta a orillas del río Tahuado en el año de 1917

Los Terrenos en donde se construyó el COLEGIO TECNICO AGROPECUARIO ZULETA son terrenos entregados en comodato por la Hazienda Zuleta y Anexas de los Señores Plaza Pallares en donde se encuentra ubicada la Planta procesadora de Lácteos .

1.2.2. Ubicación geográfica

La Comuna Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura. Administrativamente forma parte del Cantón Ibarra, Parroquia de Angochagua y tiene una superficie de 4770 hectáreas las mismas que en el año de 1995 fueron declaradas como “Bosque y Vegetación Protectora”.

La Parroquia de Angochagua pertenece al Cantón Ibarra, provincia de Imbabura y se compone de las siguientes Comunas Jurídicas y de Hecho como son: Cochas, Cochicaranqui, Culebrillas el Chilco, Jurapango, la Magdalena, la Merced, la Rinconada, Santa Rosa y Zuleta que es la cabecera parroquial y está a 21 Km de la Capital Provincial en donde se encuentra construido el COLEGIO TECNICO AGROPECUARIO ZULETA junto a la casa comunal.

1.2.3. Aspectos socio – demográficos

Del total de personas el 80% se considera indígena, el 20% mestizo y el resto entre blanco y afro ecuatoriano; sin embargo solamente el 19% son kichwa parlantes. Del total de miembros de los hogares el padre es el jefe de hogar y quien determina las reglas del hogar sobre hijos varones y mujeres. La población femenina es mayoritaria determinando el incremento de la natalidad.

CUADRO N° 1.3

INDICADOR	COMUNA ZULETA
Población total	1.037
Población masculina	477
Población femenina	560
Jefes de hogar	81,00%
Jefas de hogar	19,00%
Porcentaje de población indígena	80,00%

FUENTE: Plan de Manejo y Desarrollo de la Comuna Zuleta 2010

ELABORADO POR: La Autora

CUADRO N° 1.4

Indicadores económicos

INDICADOR	PARROQUIA
Población económicamente activa	622
Porcentaje de la población ocupada en la PEA	61,00%

FUENTE: Plan de Manejo y Desarrollo de la Comuna Zuleta 2010

ELABORADO POR: La Autora

Del total de la población de Zuleta el 76% es población en edad de trabajar (PET) y de estos el 60% es población económicamente activa (PEA).

El 82% se dedica a la actividad mixta (agrícola pecuaria), 4% a la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y el 2% a construcción de edificaciones para uso residencial. El ingreso promedio en Zuleta es de 279 dólares.

1.2.4. Actividades económicas

1.2.4.1. Actividades agropecuarias

Los productos agrícolas propios de la zona: maíz, trigo, cebada, papas, fréjol, arveja, lenteja, quinua, ocas, combinados con productos adquiridos en la ciudad o tienda comunal como los fideos, azúcar, arroz, avena, son la base y sustento alimenticio de la población.

Las actividades pecuarias constituyen la base de la economía local, especialmente la crianza de ganado vacuno, porcino y ovino.



1.2.4.2. Actividades educativa

La comunidad dispone de tres Instituciones Educativas:



“Escuela Fiscal Mixta Galo Plaza Lasso”; “Jardín de Infantes: Plaza Pallares” y el “Colegio Técnico Agropecuario Zuleta”.

Establecimientos que aportan conocimientos a la población joven de la comunidad.

1.2.4.3. Acopio de leche comunitario

El Centro de acopio lechero “Milla Pakari” brinda un servicio eficiente y cordial a los comuneros de Zuleta, su objetivo principal es incrementar la distribución de la leche de La Comuna, brindando trato amable y precio justo a los comuneros productores.

Este centro de acopio tiene una capacidad de almacenaje de 1000 litros y distribuyen la leche principalmente a la Hacienda Zuleta; pequeños productores de quesos de la comuna y al colegio Técnico Agropecuario Zuleta para las practicas con los alumnos y maestros.

Su trabajo es muy importante para la Comunidad pues es el resultado de las luchas de los comuneros por el comercio justo de la leche y el derecho a un trabajo digno.

1.2.4.4. Seguridad y comunicación

La Comuna Zuleta cuenta con un sistema de comunicación por radio. Hay doce radios de mano en poder de vecinos ubicados en sitios estratégicos del poblado y permiten mantener a toda la población informada de las actividades comunitarias así como actuar efectivamente en el caso de cuatrereros, incendios forestales, entre otros. Se cuenta con servicios de telefonía fija.

Cuentan con un destacamento de Policía Nacional con tres efectivos que viven en la Casa Comunal, un guardabosque comunitario financiado por el Municipio de Ibarra y un alpaquero encargado del cuidado del hato de alpacas en el páramo, financiado por el Proyecto de Alpacas (PRODERENA & ECOCIENCIA).

1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO

Como parte del diagnóstico externo y luego de haber determinado varias características del entorno donde funcionará el proyecto, a continuación se expone la información recogida sobre los elementos que operan como fuerzas y tendencias que moldean aliados, oponentes, oportunidades, o presentan riesgos, que afectarían al proyecto.

1.3.1. Aliados

1.3.1.1. La existencia de una planta en la zona sin funcionamiento, la cual la microempresa podrá arrendar y minimizar el costo de inversión.

1.3.1.2. La comunidad de Zuleta cuenta con productores de ganado lechero, materia prima indispensable para la producción de quesos y yogurt.

1.3.2. Oponentes

1.3.2.1. Los propietarios de la planta procesadora, al ver la factibilidad de crear la microempresa de lácteos, quieran ellos mismos ponerla a trabajar.

1.3.2.2. Las plantas procesadoras existentes en zonas aledañas quieran comercializar los productos en la Comunidad de Zuleta.

1.3.3. Oportunidades

1.3.3.1. La posibilidad de expandir la comercialización hacia el área urbana del cantón Ibarra.

1.3.3.2. El apoyo del gobierno a través de créditos con tarifas bajas para la producción, e incentivos para la creación de microempresas.

1.3.3.3. La zona de Zuleta es un sector estratégico para la producción, por la existencia de productores de leche.

1.3.3.4. Generar empleo crecidamente, y formar un excelente recurso humano

1.3.4. Riesgos

1.3.4.1. La desconfianza de los consumidores por desconocer la nueva marca de productos.

1.3.4.2. Que la maquinaria que se va a arrendar no esté en las mejores condiciones.

1.3.4.3. La inestabilidad económica del país.

1.3.4.4. La incertidumbre del mercado.

1.4. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

De la información tabulada y analizada de la población objeto de este estudio, se puede determinar que el principal problema que aqueja es la falta de producción y comercialización de productos derivados de la leche a nivel local, causado por una serie de factores como falta de recursos propios para capital de trabajo, lo que trae como consecuencia negativa la inexperiencia administrativa en proyectos de ésta índole.

Por lo tanto para solucionar la problemática antes mencionada es necesario plantear un proyecto de **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD DE ZULETA CANTÓN IBARRA**, que beneficiará a los hogares de la comuna con productos de consumo masivo para una dieta equilibrada.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS

2.1. PRODUCTOS ALIMENTICIOS

En la antigüedad, la población cultivaba sus propios alimentos, produciendo lo suficiente para satisfacer sus necesidades y las de sus familias. Hoy, depende cada vez más de lo que otros cultiven y del proceso de los alimentos. Esto ha llevado al desarrollo de la industria alimentaria, una de las actividades industriales más importante del mundo. En muchos países desarrollados, el procesado y conservación de alimentos representa entre el 10 y el 15% de las manufacturas totales, y el sector de fabricación de alimentos y minoristas aporta entre el 15 y el 20% del producto interno bruto.

Una parte cada vez mayor de los alimentos que compramos son fabricados o preparados. Las personas con menor capacidad adquisitiva, conscientes de la energía esencial que aportan los alimentos, gastan en comida una proporción mayor de sus escasos ingresos. La gente con mayores ingresos, por otra parte, suele ver la comida más en términos de disfrute y busca una mayor calidad en los ingredientes del producto, y una mayor variedad de los mismos, alternando entre dietas equilibradas y otras que no lo son tanto. En general, los ciudadanos empiezan a tomar conciencia de la influencia de la dieta en su salud; quienes disfrutan de mayor prosperidad y educación adoptan sus decisiones dietéticas en función de consejos profesionales o a la vista de los beneficios que ellos mismos perciben.

Aunque algunos alimentos pueden consumirse crudos, por ejemplo, la fruta, la mayoría requieren algún tipo de procesamiento para hacerlos seguros y atractivos al paladar. Para ofrecer una amplia gama de productos alimenticios seguros y apetitosos, los minoristas y fabricantes usan la tecnología de los alimentos, y recurren a especialistas y técnicos para colaborar en sus empresas.

2.1.1. Importancia

La industria alimentaria puede dividirse en diferentes sectores, cada uno de los cuales comprende una combinación de ingredientes primarios, como la harina y los aceites vegetales, y productos de valor añadido, como tartas (pastelería) y helados. En términos de su valor, la industria alimentaria más importante es la de la carne, alimento rico en proteínas y de elevado coste, que representa cerca de un 20% del gasto en comida. Le sigue, en términos de valor, la industria de alimentos elaborados a base de cereales. Con un 15% del gasto, vienen a continuación los otros alimentos ricos en proteínas, que son los productos lácteos, y que van desde una amplia gama de leches (enteras, semidesnatadas, desnatadas), hasta los postres a base de leche, yogures y quesos. En contra de la idea de que todos los microorganismos son dañinos, los yogures y los quesos son ejemplos de alimentos a los que se añaden éstos para, por ejemplo, agriar la leche y producir yogur, u obtener la cubierta blanca característica del queso. De un tamaño más o menos similar es el sector de frutas y verduras, en el que los productos pueden no haber sufrido ninguna alteración o estar enlatados, congelados, refrigerados o fritos.

Se dedica aproximadamente un 10% de nuestros gastos a la compra de azúcar, confituras, mermeladas y productos de confitería y repostería, cuyo elevado contenido en azúcar y el correspondiente bajo contenido en agua contribuye a su conservación, a menudo durante varios meses. Las

bebidas con y sin alcohol representan también algo menos de un 10% del gasto, con una gama cada vez más variada de presentaciones en cartones, botellas y latas. El sector de grasas y aceites de la industria alimentaria fabrica una variedad cada vez mayor de productos, incluyendo la mantequilla y las margarinas de alto contenido en grasa. Hay además toda una gama de productos llamados *light* (o de dieta), bajos en grasas, con diferentes contenidos en éstas y composiciones variadas que responden a la preocupación por los perjuicios de comer grasa inadecuada o en exceso o por la tendencia estética actual hacia una delgadez extrema. El pescado y sus derivados, representan un 5% de la industria alimentaria. Todos los demás alimentos representan un porcentaje algo menor.

2.1.2. La leche

La leche constituye uno de los alimentos más completos en la nutrición, especialmente para los niños, por lo que surge la necesidad de introducir procesos con tecnología para garantizar calidad e higiene de este producto y sus derivados en el consumo humano.

La mayoría de los países disponen de normativas en las que se especifican las condiciones sanitarias en las que se debe producir, procesar y almacenar la leche. Prácticamente toda la leche, con el fin de garantizar su aptitud para el consumo humano, es sometida al proceso de pasteurización y posteriormente es refrigerada antes de su envasado y distribución. Es un producto alimentario supervisado de forma muy meticulosa.

La leche más empleada para el consumo humano es la de rumiantes hembra como la vaca, la cabra y la oveja. La composición típica de diversos tipos de leche aparece en la tabla adjunta.

CUADRO Nº 2.1
COMPOSICIÓN QUÍMICA DE DIVERSOS TIPOS DE LECHE

TIPOS	SÓLIDOS					SÓLIDOS	AGUA
	Grasa	Azúcar	Caseína	Albúmina	Ceniza		
Humano	= 3,74	+ 6,37	+ 0,80	+ 1,21	+ 0,30	→ 12,42	87,58
Vaca	= 3,68	+ 4,94	+ 2,88	+ 0,51	+ 0,72	→ 12,73	87,27
Cabra	= 4,07	+ 4,64	+ 2,87	+ 0,89	+ 0,85	→ 13,32	86,68
Oveja	= 7,90	+ 4,17	+ 4,17	+ 0,98	+ 0,93	→ 18,15	80,71
Búfalo	= 7,51	+ 4,77	+ 4,26	+ 0,46	+ 0,84	→ 17,84	82,16
Camello	= 5,38	+ 5,39	+ 3,49	+ 0,38	+ 0,74	→ 15,38	87,13
Llama	= 3,15	+ 5,60	+ 3,00	+ 0,90	+ 0,80	→ 13,45	86,55
Asno	= 2,53	+ 6,19	+ 0,79	+ 1,06	+ 0,47	→ 11,04	89,03
Yegua	= 1,14	+ 5,87	+ 1,30	+ 0,75	+ 0,36	→ 9,42	90,58
Reno	= 22,46	+ 2,81	+ 8,38	+ 3,02	+ 0,91	→ 37,58	63,30
Perro	= 9,26	+ 3,11	+ 4,15	+ 5,57	+ 1,49	→ 23,58	77,00

FUENTE: www.wikipedia.org/leche

ELABORACIÓN: La Autora

2.1.3. Subproductos

A partir de la pasteurización de la leche se pueden obtener una diversidad de subproductos que aportan con la nutrición diaria de las familias, entre ellos están:

2.1.3.1. Yogurt

2.1.3.2. Quesos

2.1.3.3. Crema de leche

2.1.3.4. Mantequilla

2.1.3.5. Manjar de leche

2.2. LA EMPRESA

ROMEUF J: 1980. (Pág. 393) dice: “En economía la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto, de la organización de los factores de producción, capital y trabajo”.

Según este autor se debe definir claramente el objetivo organizacional como tiempo de duración, actividad económica, número de socios entre otros.

Para constituir una empresa es necesario conocer los requisitos y trámites comerciales, legales, laborales, tributarios y de funcionamiento, indispensables para su registro y formalización.

2.2.1 La Microempresa

VÁSQUEZ Lola: 2007 “La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”. (Pág. 256).

Para la autora la microempresa es un componente importante de la economía, y en muchos casos son la base para las grandes empresas.

Las microempresas se caracterizan por tener entre cuatro y nueve empleados y son los motores del desarrollo económico, del crecimiento de ingresos y son generadas por emprendedores.

2.3. PROYECTOS DE FACTIBILIDAD

2.3.1. Estudio de Mercado

BOYD Harper: 1990 “La investigación de mercado es el proceso sistemático de recopilar, registrar y analizar todos los datos relacionados con los problemas en la creación y comercialización de bienes y servicios”. (Pág. 5).

Según el autor la finalidad del estudio de mercado es comprobar que existe un número suficiente de individuos, empresas o entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción - de bienes o servicios - en un cierto periodo.

El estudio debe incluir asimismo las formas específicas que se utilizarán para llegar a esos demandantes.

2.3.1.1. Producto

KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary: “La gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o necesidad”. (Pág. 7).

El autor define el producto y luego los recursos y servicios que éste exige; para esto se hace un análisis a través de la descomposición del bien o servicio y la determinación de materiales o insumos requeridos, se debe establecer una lista de todo lo que se necesita, primero se clasifican los materiales en productivos e improductivos.

Los productivos son aquellos que se incorporan directamente al bien o servicio, y los improductivos ayudan a la producción del producto, pueden ser la papelería, iluminación, combustibles, elementos de aseo, entre otros.

2.3.1.2. Oferta

ARBOLEDA VÉLEZ Germán: 1998 “El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes y servicios similares al del proyecto”. (Pág. 52).

Para el mismo autor la razón de esas dificultades estriba en que las investigaciones sobre oferta de bienes o servicios deben basarse en informaciones sobre volúmenes de producciones actuales y proyectadas, capacidades instaladas y utilizadas, planes de ampliación y costos actuales y futuros.

La definición que conozco de oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta de cualquier índole o característica.

2.3.1.3. Demanda

KOTLER Philip: 1998 “La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercadotecnia definido”. (Pág. 273).

Es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir en un determinado mercado.

Todo ser humano necesita de un bien o servicio como arroz, vestido, salud, para su normal desarrollo.

2.3.1.4. Precio

ARBOLEDA VÉLEZ Germán: 1998 “El precio es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado”. (Pág. 53).

En otras palabras el precio es el valor que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio, y es la única variable que genera ingresos para la microempresa.

Las modalidades más corrientes de fijación de precios son las siguientes:

- a.** Precio existente en el mercado (Precio de mercado).
- b.** Precio estimado en función del costo de producción.
- c.** Precio estimado en función de la demanda.

2.3.1.5. Comercialización

www.wikipedia.org: 2009 “Es la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables”.

Este análisis se convierte en un requisito indispensable para poder presentar proposiciones concretas sobre la forma en que se espera distribuir los bienes o servicios que se producirán con el proyecto, teniendo en cuenta las modalidades existentes y fundamentando, cuando corresponda, la factibilidad de los cambios que se proponen en relación con sus modalidades.

Los principales problemas que deberán examinarse con relación a la comercialización se refieren al almacenamiento, transporte, condicionamiento y presentación del producto o servicio, cuando corresponda, sistemas de crédito al consumidor, asistencia técnica al usuario, publicidad y promoción y todas las cuestiones que afectan a los medios establecidos para asegurar el movimiento de los bienes entre el productor y el consumidor.

2.3.2. Estudio Técnico

El estudio técnico consta de las siguientes etapas: tamaño del proyecto, proceso de producción y su localización, las obras físicas necesarias, en otras palabras las inversiones del proyecto, la organización, tanto administrativa como para la producción. Tiene estrecha relación con los estudios financieros y económicos del proyecto y con los resultados alcanzados en el estudio de mercado.

Finalmente las decisiones que se adopten como resultado del estudio técnico determinarán las necesidades de capital (inversiones) y de mano de obra (Recursos humanos) que tendrán que atenderse para ejecutar el proyecto para ponerlo en funcionamiento.

2.3.2 Tamaño del proyecto

www.wikipedia.org: 2009 “El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa, que puede ser medida en días, semanas, meses o años”.

Este concepto de Producción normal de la empresa se puede definir como la cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos, operando en las condiciones que se espera que se produzcan con mayor frecuencia durante la vida útil del proyecto y adecuados al menor costo unitario posible.

En el tamaño del proyecto también se determina el volumen de producción de bienes o prestación de servicios que es posible alcanzar en condiciones simples de operación.

2.3.3. Localización del proyecto

Erosa Victoria: 1998 “Consiste en el análisis de las variables considerables como factores de localización”. (Pág. 78).

Estas variables determinan el lugar donde el proyecto logra máxima utilidad o el mínimo de los costos unitarios.

La localización, macro y micro, debe también justificarse en la presentación del proyecto, mostrándose en ambos casos las

consecuencias de las alternativas consideradas, en términos de costos de inversión y de operación.

La localización a su vez depende de los costos de transporte de los insumos y productos, de razones de geografía física, de la facilidad de acceso físico al mercado, de la disponibilidad y precio relativo de los insumos, de las economías externas, de la ubicación y reparto de los mercados y también de factores institucionales.

2.3.3.1. Macro localización

Está dada con respecto a la comunidad o la región e incluye: datos socio demográficos, actitud de la comunidad, zonas francas, condiciones culturales y sociales.

2.3.3.2. Micro localización

Tiene que ver con el sitio específico donde se ubica la unidad productiva. Aquí se toman en cuenta aspectos como: Localización urbana o suburbana o rural, transporte del personal, policía y bomberos, costo de terrenos; cercanía a carreteras, al aeropuerto, al centro de la ciudad; disponibilidad de vías férreas, disponibilidad de servicios básicos, tipo de drenajes, vías urbanas y carreteras, recolección de basura, restricciones locales, impuestos, tamaño del sitio, condiciones del suelo, entre otros.

2.3.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto consta del desarrollo del proceso productivo, representación gráfica de los procesos necesarios en la ejecución del proyecto, y los requerimientos de mano de obra, infraestructura, instalaciones e inversiones que la microempresa necesita para su normal funcionamiento.

El cumplimiento lógico y ordenado de estas etapas iniciales garantizará la observancia de los objetivos propuestos.

2.3.5. Estudio Financiero

Por los conocimientos adquiridos en la universidad “El estudio financiero evalúa el potencial económico de un proyecto, analizando el monto de los recursos económicos necesarios para su realización, facilitando la toma de decisiones”.

Es necesario presupuestar de manera adecuada el monto de inversiones, ingresos y egresos, presentando dicha información de manera sistemática y ordenada.

2.3.5.1. Ingresos

CONTRALORÍA General del Estado: 2008 “Generalmente se define como el dinero, especies o cualquier ganancia o rendimiento de naturaleza económica que puede obtener una persona natural o jurídica”. (Pág. 22).

Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la microempresa en un ejercicio económico.

Para estimar los ingresos que el proyecto percibirá durante su vida útil, es necesario multiplicar el precio unitario por la demanda potencial del proyecto, para cada uno de los períodos de vida útil del proyecto. Para la determinación de los ingresos se debe presentar en forma adecuada lo siguiente:

- a. Proyección de las cantidades de producto o servicio a producir y vender en cada uno de los periodos de vida útil del proyecto.

b. La Proyección de los precios que estarán vigentes para cada uno de los periodos tanto del producto principal como de los subproductos del proyecto.

c. Estimación de los ingresos en base las cantidades del producto y los precios proyectados para cada año de vida útil del proyecto.

2.3.5.2. Egresos

SARMIENTO R. Rubén: 2003 “Son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico”. (Pág. 23).

En su tratamiento contable, los egresos corresponden a los costos de producción y gastos se dividen en:

a. Mano de obra directa

Es decir, aquel personal que interviene directamente en el proceso productivo o en la prestación de un servicio, sea este con un grado de instrucción técnica especializada (tecnológico, técnico o profesional) o sin ninguna capacitación (obreros, aprendices etc.)

b. Materia prima directa

Son todos aquellos materiales e insumos que mediante su transformación permiten a la unidad de producción mediante un determinado proceso de transformación producir un nuevo producto.

c. Gastos de fabricación

CHILQUINGA JARAMILLO Manuel: 2007 “Gastos de fabricación llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican”. (Pág. 11).

Para este autor en este rubro se agrupan todos aquellos gastos que si bien son necesarios para el proceso de fabricación o la prestación de un determinado servicio, no están incorporados directamente en el bien o servicio final.

Tal es el caso de la luz y energía utilizada para la maquinaria y equipos que permiten realizar el proceso de transformación, que son imprescindibles para que se pueda realizar el proceso de transformación, pero que no son parte del producto final, también es el caso del material de empaque, etiquetas, cajas de cartón y otros materiales similares que se utilizan para empaquetar el producto y darle una determinada presentación pero que no son parte del producto mismo, otro caso similar sucede con aquel personal técnico especializado que participa en el proceso de fabricación como supervisores o capataces, pero que no están directamente asociados a un proceso o a una tarea de producción específica. También corresponden a este grupo los cargos de depreciación del equipo y maquinaria utilizada en el proceso de transformación.

2.3.5.3. Gastos administrativos

CHILQUINGA JARAMILLO Manuel: 2007 “Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa”. (Pág. 10).

Esta definición significa que los pagos que la empresa tenga que hacer a sus colaboradores directos y que intervienen en la producción del producto son gastos administrativos.

En estos gastos se incluirán los sueldos del personal directivo de la organización (Presidentes, gerentes, jefes de áreas o de departamentos, etc.), del personal de apoyo a la dirección de la empresa, tales como secretarías asistentes, mensajeros, y en general de todo aquel funcionario

o empleado que permite el buen desempeño de la organización, sea este personal profesional o auxiliar, corresponden también el pago de servicios básicos, útiles de oficina, de aseo y/o mantenimiento del área administrativa.

2.3.5.4. Gastos de ventas

CHILQUINGA JARAMILLO Manuel: 2007 “Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas”. (Pág. 10).

Para Manuel Chiliquinga dentro de los gastos de ventas se registrarán los pagos necesarios para realizar la entrega al cliente del producto o servicio, y/o dar a conocer la existencia de la empresa en el medio.

Bajo este apartado se incluirán los sueldos y demás beneficios sociales de los vendedores, gerentes de ventas y de todo aquel personal que trabaja directamente cumpliendo funciones que permiten realizar con éxito las labores de ventas de la empresa. También, si así está estipulado en la organización del proyecto, se incluirán en este grupo los valores que se paguen por concepto de comisiones o premios a vendedores, los gastos de publicidad igualmente están en rubro.

2.3.5.5. Estados financieros proyectados

SARMIENTO Rubén: 2003 “Son informes que se elaboran al finalizar un período contable, con el propósito de conocer la real situación económica financiera de la empresa”. (Pág. 247).

Según el autor los estados financieros o reportes contables tienen la meta de dar a conocer los resultados económicos que la empresa ha tenido en un determinado ejercicio u operación para la toma de decisiones.

El estado de pérdidas y ganancias es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos. Uno de los objetivos del estado de resultados proyectado es la determinación del flujo de caja.

2.3.5.6. Flujos de caja

Sintetiza las entradas y salidas de efectivo que ocurren al final del periodo.

El diagrama consta de los ingresos por ventas, menos los costos de producción, los gastos de administración y de venta, los gastos de financiamiento, los impuestos. Dentro de las salidas se toman en cuenta las depreciaciones como un incremento.

2.3.5.7. Evaluadores financieros

a. Valor actual neto (van)

BACA URBINA Gabriel: 2001 “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Pág. 213).

Para el autor el VAN es un índice que permite analizar los flujos de efectivo con respecto a la inversión.

El VAN permite considerar la ejecución del proyecto.

La fórmula que permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum \text{FC} / (1 + i)^n$$

FC Flujos de caja proyectados

i tasa de redescuento

n Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión

b. Tasa interna de retorno (tir)

BACA URBINA Gabriel: 2001 “Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Pág. 213).

Es la tasa de interés producida por el proyecto comparada con el TRM y da como resultado, si el proyecto tendrá o no beneficios.

La fórmula para el cálculo del TIR es:

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

Ti Tasa inferior de redescuento

Ts Tasa superior de redescuento

VAN Valor positivo o negativo

c. Beneficio costo (b/c)

CALDAS MOLINA Marco: 1995 “La relación costo – beneficio es una función de la tasa de interés empleada en los cálculos del valor actual neto, de una manera tal que al calcular este índice, con el propósito de tomar una decisión sobre invertir”. (Pág. 181).

Para el autor la relación Beneficio/Costo, es importante para determinar las cantidades que constituyen los Ingresos llamados "Beneficios" y qué cantidades constituyen los Egresos llamados "Costos".

Esta herramienta permite relacionar los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto. La fórmula para su cálculo es:

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

d. Recuperación de la inversión (pri)

SAPAG Nassir: 2002 “También denominado **payback**, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión, con la ganancia que genera el negocio. Es una cantidad de meses o años”. (Pág. 229).

Este autor dice que el PRI sirve medir en cuanto tiempo se recuperará la inversión, es el tiempo en que se tarda en recuperar el desembolso inicial.

Es el periodo de recuperación de la inversión en un lapso determinado de tiempo.

$$PRI = \text{Inv. Inicial} * \# \text{ años proyectados} / \sum FC$$

e. Punto de equilibrio

BACA URBINA Gabriel: 2001 “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (Pág.171).

Para Baca Urbina el PE permite determinar si los ingresos van a cubrir los costos en que incurre la producción.

El punto de equilibrio también se lo obtiene mediante la aplicación de fórmulas matemáticas de conformidad a las condiciones dadas en cada caso, e indica el punto donde la empresa iguala sus ingresos con los egresos, por tanto no habrá ni pérdidas, ni ganancias.

Es válido únicamente para el año 1 del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

El punto de equilibrio se determina de la siguiente manera:

$$P E = \frac{CF}{MC}$$

PE	Punto de equilibrio
CF	Costo Fijo
MC	Margen de contribución: $MC = PV - CV$
PV	Precio de venta
CV	Costo variable unitario

2.3.6. Financiamiento

2.3.6.1. Inversión propia

Se denominan fondos propios a las aportaciones de los socios. Son el conjunto de recursos que tiene una empresa y que están formados por el capital social, las reservas y los resultados positivos obtenidos en el ejercicio en tanto no se repartan. Los fondos propios totales de una microempresa son, por otro lado, una medida importante de su solidez financiera.

2.3.6.2. Financiamiento externo

La financiación externa permite a la microempresa acceder a un crédito con la finalidad de realizar la inversión inicial o de activos para el funcionamiento de la misma. Por lo general este tipo de financiamiento se da a corto plazo es decir un máximo de cinco años.

2.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

REYES PONCE Agustín: 1993 “La organización se refiere a estructurar, corresponde a la mecánica administrativa, se refiere a cómo deben ser las funciones, jerarquías y actividades, a niveles o actividades”. (Pág. 212).

Según el autor este concepto significa que la estructura organizacional permite estipular autoridad y responsabilidades de desempeño en forma sistemática.

La estructura organizacional generalmente se presenta en organigramas. Todas las empresas necesitan unidades o departamentos tanto de línea como de asesoría (staff). Los gerentes de línea contribuyen directamente al logro de los objetivos y metas principales de la organización. Por lo tanto, se encuentran en la cadena de mando. Ejemplos son producción, contabilidad y ventas.

Es importante una estructura organizacional bien definida porque asigna autoridad y responsabilidades de desempeño en forma sistemática.

2.4.1. Organigramas

Un organigrama debe ser difundido entre todo el personal de la organización, con la finalidad de que se conozca la ubicación, jerarquías, responsabilidades y campo funcional. Aquí se verá quién es el encargado

de la realización de ciertas tareas y quien es el responsable de los resultados.

2.4.2. Clasificación de los organigramas

2.4.2.1. Organigrama Estructural

Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes o integrantes; es decir, sus unidades administrativas, departamentos, secciones y la relación de dependencia que existe entre ellas.

2.4.2.2. Organigrama Funcional

Es una modalidad del estructural que representa gráficamente las funciones principales básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia.

a. Manual de funciones

De las clases impartidas por la universidad aprendí que los manuales de funciones constituyen una guía para quienes están en los mandos altos y que deben evaluar el desempeño del personal a su cargo, comparando su eficiencia en el trabajo a ellos encomendados. Es una herramienta de información, en la que todos los cargos de la empresa encontraran la descripción clara de las actividades que deben desarrollar.

b. Ventajas de los manuales de funciones

El manual de funciones se convierte en un instrumento de coordinación formal, permite el perfeccionamiento de los métodos y procedimientos de

trabajo, entrenando nuevos empleados y asignando funciones de manera racionalizada a cada unidad administrativa.

c. Desventajas de los manuales de funciones

Las siguientes son algunas de las desventajas que poseen los manuales de funciones:

- 1) Impone formalismo en la organización, que implanta cierta rigidez en el desempeño de actividades.

- 2) Se demandan esfuerzos y gastos en su elaboración que no siempre están compensados con los resultados que se obtienen.

- 3) La evaluación constante de las organizaciones impide mantener actualizado su contenido.

2.4.2.3. Contenido de los manuales

El contenido de los manuales dependerá directamente del Tamaño de la empresa y Asunto a tratar. Los manuales no deberán ser simplemente una colección de leyes, decretos o reglamentos, son más bien el resultado de un trabajo en equipo que mantenga la misión que persigue la institución.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El presente capítulo analiza los agentes involucrados y las principales características del mercado para la comercialización de quesos y yogurt elaborados con leche de vaca en la comunidad de Zuleta.

Este análisis permitirá cuantificar y cualificar la oferta, demanda, precios y comercialización de los derivados lácteos.

3.1. ANTECEDENTES

En la provincia de Imbabura las condiciones geográficas y ambientales favorecen el desarrollo de la agricultura y ganadería, lo que le ha caracterizado como una de las primeras en esta rama de la producción nacional.

En el Ecuador en la década de los años 70 se instalaron la mayoría de las industrias lácteas y especialmente en el norte del país la Industria lechera “Carchi” y la Industria lechera “Floralp”; ya que la leche es uno de los alimentos más completos especialmente para los niños, nace la necesidad de introducir procesos cuya tecnología garantice la calidad e higiene de este producto para el consumo.

Es por esa razón que se ha escogido a Zuleta para la instalación de una microempresa de derivados lácteos ya que la zona es eminentemente ganadera, lo que garantizará el proveer al proyecto de la materia prima a

menor precio por lo que los productores se encuentra asentados en este lugar.

3.1.1 Objetivos del estudio de mercado

Con el fin de alcanzar resultados precisos se plantea los siguientes objetivos para desarrollar el estudio de mercado del servicio que prestará la nueva microempresa.

3.1.1.1 Objetivo general

Establecer el grado de aceptación para la creación de una microempresa de producción de lácteos en la comunidad de Zuleta.

3.1.1.2 Objetivos específicos

- a.** Determinar el conocimiento e interés del consumidor en cuanto a la apertura de una nueva marca en el mercado consumista de lácteos.
- b.** Conocer las preferencias del consumidor en cuanto a sabor, precio, calidad del producto a ofertar.
- c.** Definir el segmento meta al cual va a estar dirigida la oferta de la nueva marca.
- d.** Identificar el precio de los lácteos en su fase de comercialización.
- e.** Determinar el tipo de publicidad que la microempresa va a necesitar para darse a conocer en la zona

3.1.2 Fuentes de Información

Con el objeto de llevar adelante la investigación de mercado para la creación de una Planta Procesadora de Lácteos y conocer sus

características se utilizará las respectivas fuentes de datos primarios y secundarios.

3.1.2.1 Información primaria

Con el objeto de conseguir la información y obtener un diagnóstico definido que ayude a avanzar en el proyecto, se ha utilizado técnicas de recolección de información primaria como las siguientes:

a. Encuesta

Mediante una muestra se aplicó encuestas a las familias de la comunidad de Zuleta para conocer el grado de aceptación o rechazo de la propuesta.

b. Entrevistas

Para esta investigación fue conveniente efectuar una entrevista a distribuidores de productos lácteos para determinar que ninguna empresa provee de derivados lácteos a la zona.

c. Observación

La observación fue realizada a los productores artesanales de la comunidad para verificar la falta de normas de higiene y tratamiento a la hora de elaboración de quesos.

d. Opinión de expertos

Con el objetivo de tener juicios de valor sobre el tema objeto de investigación y de satisfacer inquietudes personales y generales, se acudió a la opinión de personas que se han desempeñado y desempeñan funciones relacionadas con la materia de investigación.

3.1.2.2 Información secundaria

La información secundaria es un complemento dentro del proceso de este estudio, para lo cual se utilizó Bibliografía especializada, Consulta a expertos e Internet.

3.1.3 Población y muestra investigadas

Zuleta tiene alrededor de 1037 habitantes distribuidos en 329 familias, con un promedio de 3,92 miembros por familia. La población es en su mayoría indígena que habla kichwa y español.

La Comuna de Zuleta tiene una estructura social compleja en la que están inmersos diversos actores entre organizaciones sociales, instituciones públicas, servicios públicos y privados, proyectos y programas de desarrollo; en total suman 44 actores sociales contabilizados al momento de realizar el presente diagnóstico según datos del VI Censo de Población y vivienda al 2001 realizado por el INEC.

3.1.3.1 Identificación de la población

Para identificar a la población que determinará la confiabilidad del presente diagnóstico se ha considerado a los hogares de la comuna de Zuleta, que se presentan a continuación.

CUADRO N° 3.1
NÚMERO DE HOGARES EN LA COMUNA ZULETA

SECTORES	# HOGARES
El Alto	48
La Cocha	82
Santa Martha	32
El Barrio	54
Carlozama	67
El Cunro	5
El Arraya	7
El Medio	30
Hacienda	4
TOTAL	329

FUENTE: Plan de Manejo y Desarrollo de la Comuna Zuleta 2010

ELABORACION: La Autora

3.1.3.2 Muestra

Considerando que el diagnóstico situacional busca determinar la aceptación o no del producto a ofertar, es necesario segmentar a la población para tomar una muestra de carácter aleatoria y aplicar la siguiente fórmula:

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

Para tener una comprensión más amplia de las variables que intervienen en esta fórmula, se la identifica en el siguiente cuadro

CUADRO Nº 3.2.

DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES QUE INTERVIENEN EN EL CÁLCULO DE LA MUESTRA

<i>Variable</i>	<i>Descripción</i>	<i>Dato</i>
N	Tamaño de la población	329
Z²	Nivel de confianza al cuadrado (95% = 1.96)	1,96
δ	Probabilidad de que ocurra o no el evento	0,25
E	Error muestral (error máximo permisible por unidad)	5%
n	Tamaño de la muestra	?

FUENTE: Jácome Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión.

ELABORACIÓN: La Autora

Al designar valores a la fórmula señalada anteriormente se obtiene como resultado el tamaño de la muestra, es decir el número de encuestas que se administrará a los hogares de la comuna de Zuleta y conocer el grado de aceptación o rechazo de la propuesta.

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{329 * 1,96^2 * 0,25}{0,05^2 (329-1) + 1,96^2 * 0,25}$$

$$n = \frac{315,972}{1,780} \quad n = 177,472 \approx 178$$

Por el lado de la demanda según el cálculo anterior, se aplicaron encuestas a 178 hogares de la comuna de Zuleta, ya que el número aproximado de familias de este sector alcanza las 329 familias, de los cuales calculando la muestra con un error del 5% nos da un resultado apto para el trabajo maestral, con un 95% de confiabilidad.

3.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.2.1 ENCUESTAS APLICADAS A LOS DEMANDANTES

3.2.1.1 ¿Dentro de sus hábitos alimenticios, usted acostumbra a consumir productos lácteos?

HABITOS ALIMENTICIOS

CUADRO N° 3.3.

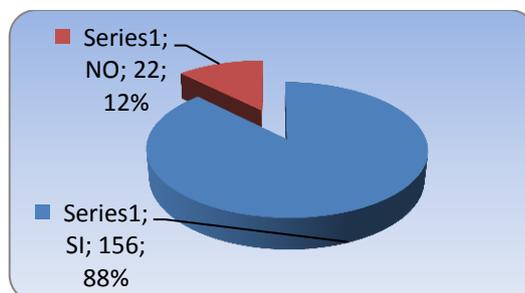
HÁBITOS ALIMENTICIOS	F	%
Sí	156	88%
No	22	12%
TOTAL	178	100%

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta. Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3.1.

CONSUMO DE PRODUCTOS LACTEOS



FUENTE: Cuadro Estadístico 3.3.

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS

De los 178 hogares encuestados el 88% afirma consumir productos lácteos dentro de su dieta diaria, porcentaje importante para la decisión de implantar la planta láctea en este sector.

3.2.1.2 ¿Por qué no consume lácteos?

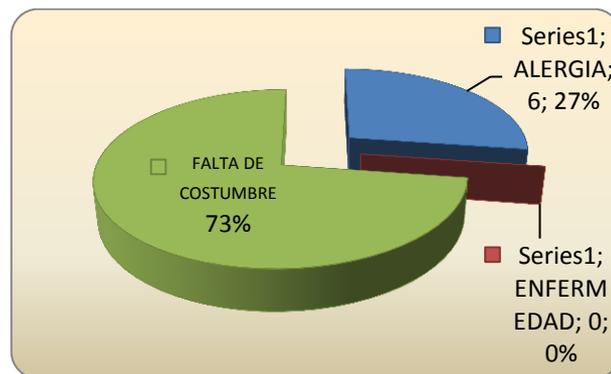
CUADRO Nº 3.4

CAUSA NO CONSUMO LÁCTEOS	F	%
Alergias	6	27%
Enfermedad	0	0%
Falta de costumbre	16	73%
TOTAL	22	100%

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta. Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.2



ANÁLISIS

En ésta pregunta la frecuencia solo son 22 debido a que estos hogares fueron los que contestaron que no consumían lácteos y la principal causa ha sido por falta de costumbre en el 73%, en tanto que el 27% no lo hace por cuestión de alergias. La microempresa debe hacer énfasis en capacitar a los hogares sobre los beneficios de consumir lácteos en la dieta diaria.

3.2.1.3 ¿Con qué frecuencia en una semana consume Ud. los Sigüientes derivados lácteos?

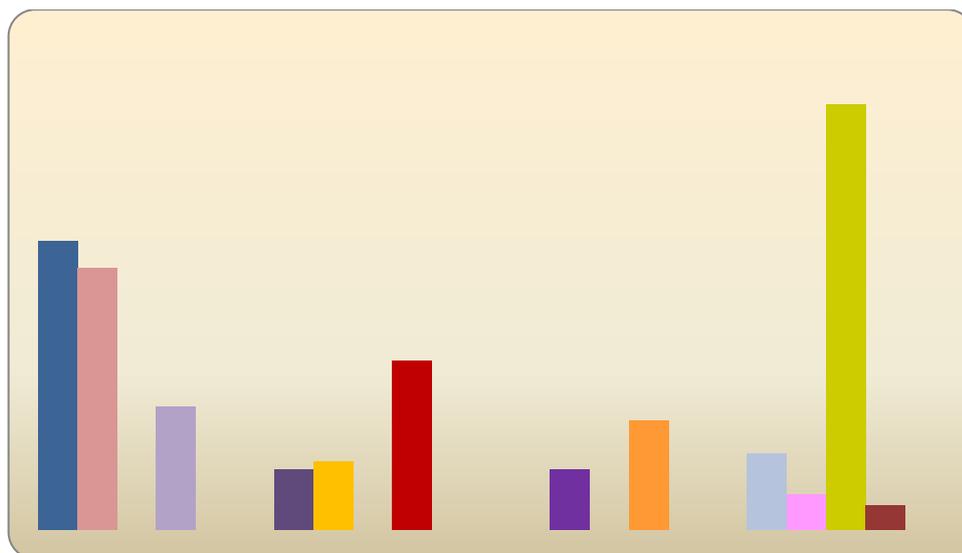
CUADRO Nº 3.5

PRODUCTO	1-2 veces semana		3-4 veces semana		5-6 veces semana		todos los días		Totales
	F	%	F	%	F	%	F	%	
Mantequilla	106	67,95	22	14,10	0	0	28	17,95	156
Margarina	96	61,54	25	16,03	22	14,10	13	8,33	156
Quesos	0	0,00	0	0	0	0	156	100,00	156
Yogurt	45	28,85	62	39,74	40	25,64	9	5,77	156

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.3



ANÁLISIS

Las respuestas de los encuestados arrojan como resultado que el 100% consume quesos todos los días y el yogurt consumen el 39,74%, es decir 4 veces a la semana. La población objeto de consulta no diferencia entre margarina y mantequilla, por lo que el consumo de ésta es mayor.

¿Qué cantidad de quesos y yogurt consume Ud. semanalmente?

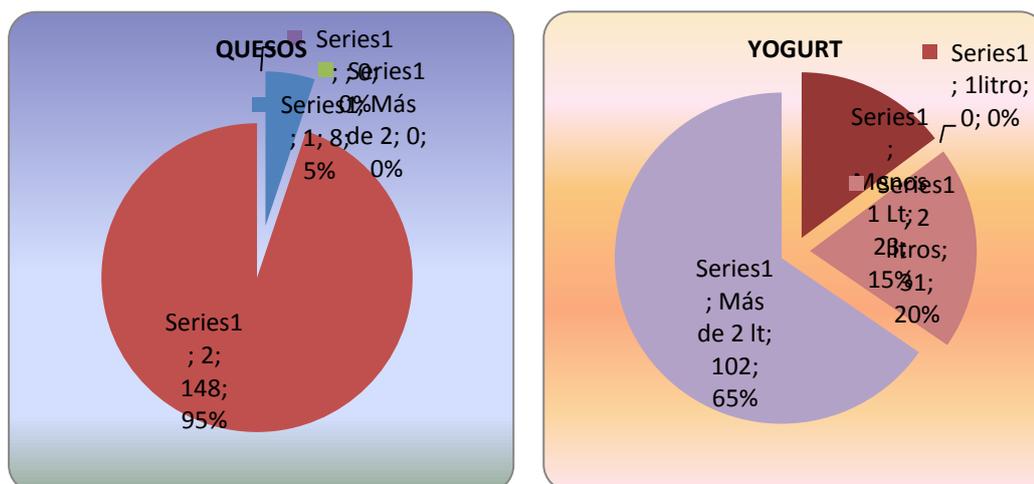
CUADRO Nº 3.6

FACTOR	QUESOS		FACTOR	YOGURT	
	F	%		F	%
1	8	5	Menos 1Lt.	23	15
2	148	95	1 litro	0	0
Más de 2	0	0	2 litros	31	20
			Más de 2	102	65
Total	156	100	Total	156	100

FUENTE: Encuestas Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.4



ANÁLISIS

En cuanto se refiere al consumo de quesos las familias encuestadas en un 95% dicen consumir dos quesos a la semana, y un 5% 1 queso. Con respecto al yogurt el 65% de los encuestados compran yogurt en más de 2 litros semanalmente, el 20% consume pomas de 2 litros y el 15% menos de un litro semanal, lo que significa que las familias de Zuleta consumen un promedio de 3,087 litros semanales de yogurt por familia.

3.2.1.4 ¿Qué tan importante son para Ud. los siguientes factores al momento de comprar queso y yogurt?

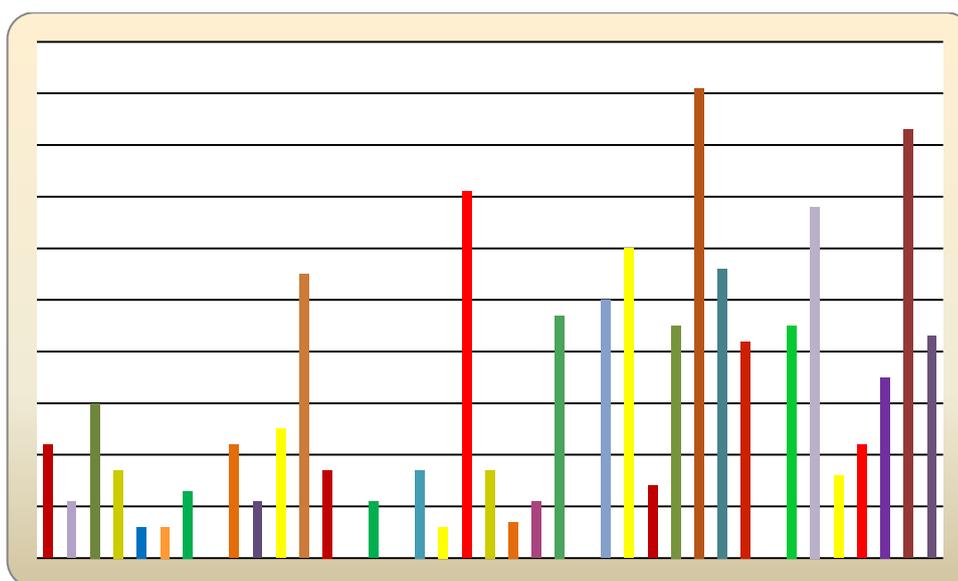
CUADRO Nº 3.7

FACTOR	Nada Importante		Poco Importante		Indiferente		Importante		Muy Importante		Totales
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Sabor	22	14,10	22	14,10	17	10,90	50	32,05	45	28,85	156
Precio	11	7,05	11	7,05	6	3,85	60	38,46	68	43,59	156
Procedencia	30	19,23	25	16,03	71	45,51	14	8,97	16	10,26	156
Presentación	17	10,90	55	35,25	17	10,90	45	28,85	22	14,10	156
Calidad	6	3,85	17	10,90	7	4,49	91	58,33	35	22,43	156
Reg.Sanitario	6	3,85	0	0	11	7,05	56	35,90	83	53,20	156
Cremosidad	13	8,33	11	7,05	47	30,13	42	26,92	43	27,57	156

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.5



ANÁLISIS

Para los encuestados el sabor y la calidad del producto es importante, el precio y el registro sanitario son muy importantes, a diferencia de la presentación y la procedencia los consumidores le restan importancia. La microempresa deberá establecer adecuadamente los precios para competir en el mercado.

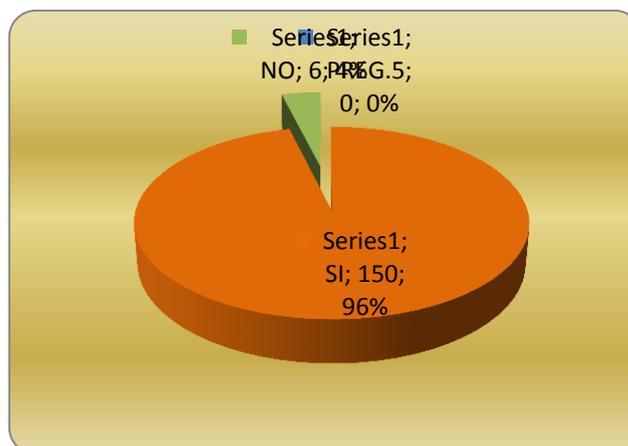
3.2.1.5 ¿Le gustaría que en la comunidad de Zuleta haya una planta procesadora de derivados lácteos?

CUADRO Nº 3.8

CREACIÓN PLANTA PROCESADORA	F	%
Sí	150	96
No	6	4
TOTAL	156	100%

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010
ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.6



ANÁLISIS

Al 96% de los hogares de Zuleta le agrada mucho que se cree una planta procesadora de lácteos porque contribuiría al crecimiento económico de la población y para que los jóvenes se queden en su lugar natal y no emigren a las grandes ciudades, donde el trabajo es discriminatorio. Al 4% no le gustaría que haya una planta en esta zona dice porque no ayudaría directamente a la población local se daría trabajo a gente de la ciudad de Ibarra por los conocimientos que puedan tener incluidos los que no les gusta el producto..

3.2.1.6 ¿Dónde le gustaría adquirir el queso y/o el yogurt?

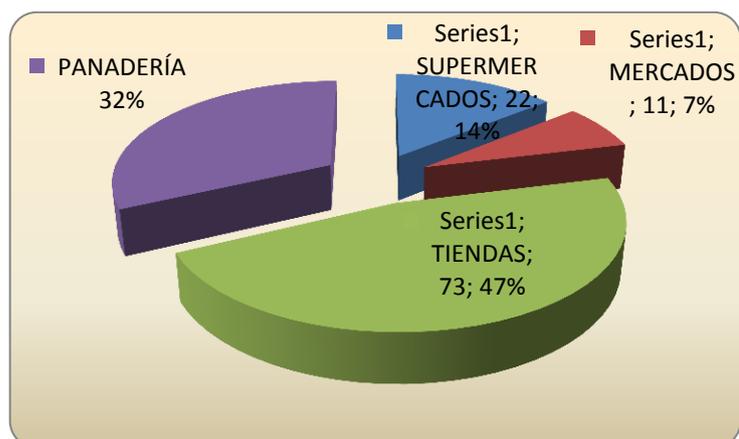
CUADRO N° 3.9

LUGAR PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO	F	%
Supermercados	22	14
Mercados	11	7
Tiendas	73	47
Panaderías	50	32
TOTAL	156	100

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3.7



ANÁLISIS

El 47% de las familias de Zuleta comprarían el producto en las tiendas del sector, el 32% en las panaderías, debido a que la movilización hacia la ciudad es dificultosa y solo lo hacen los domingos para abastecerse de semillas para el cultivo o en casos de emergencia.

¿En qué presentación le gustaría adquirir el queso?

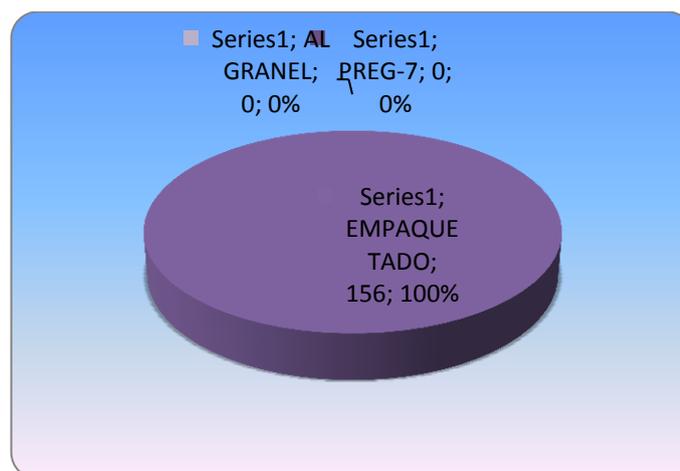
CUADRO N° 3.10

PRESENTACIÓN DEL QUESO	F	%
Empaquetado	156	100
Al granel	0	0
TOTAL	156	100

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3.8



ANÁLISIS

El 100% de las encuestas prefieren el queso empaquetado, dicen que es higiénicamente mejor y tienen además la certeza de que cumple con todas las normas de calidad requeridas. También por la etiqueta saben su procedencia.

3.2.1.7 ¿Cuánto pagaría usted por la unidad (1 libra) de queso empacado?

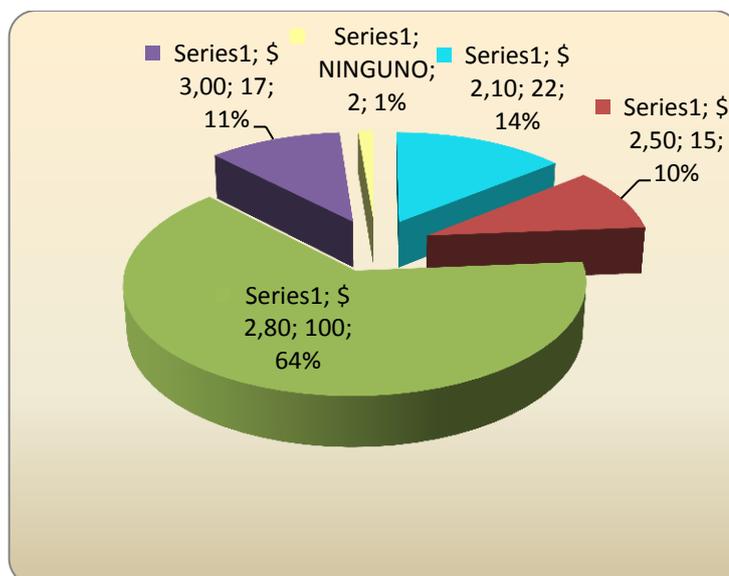
CUADRO Nº 3.11

PRECIO UNIDAD DE QUESO	F	%
USD 2,10	22	14
USD 2,50	15	10
USD 2,80	100	64
USD 3,00	17	11
NINGUNO	2	1
TOTAL	156	100

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.9



ANÁLISIS

Para los hogares encuestados el 64% podría pagar USD 2,80 por un queso de una libra y el 14% pagaría USD 2,10. Un porcentaje mínimo del 10% pagaría 2,50 y 11% pagaría \$ 3,00 por un producto de calidad y apenas el 1% cree que el queso fresco o al granel es más rico.

3.2.1.8 ¿En qué presentación compraría usted el yogurt?

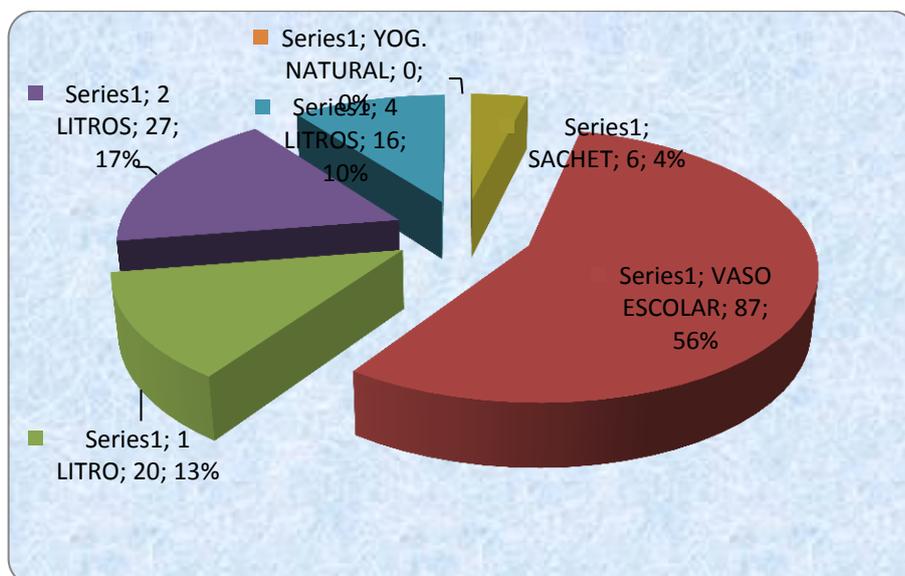
CUADRO N° 3.12

PRECIO YOGURT	F	%
Sachet	6	4
Presentación escolar	87	56
1 litro	20	13
2 litros	27	17
4 litros	16	10
Yogurt Natural	0	0
TOTAL	156	100

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3.10



ANÁLISIS

De la población encuestada el 56% prefiere adquirir el yogurt en presentación escolar (vaso), para el consumo en las casas prefieren el de 2 litros en un 17%, en menor proporción adquieren de 1 litro el 13%, las pomos de 4 litros las adquieren solo el 10% y la presentación de yogurt natural no hay costumbre de adquirirla. El sachet a pesar de ser más económico no les gusta por la higiene solo compran el 4% de los hogares.

3.2.1.9 ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una Presentación de yogurt?

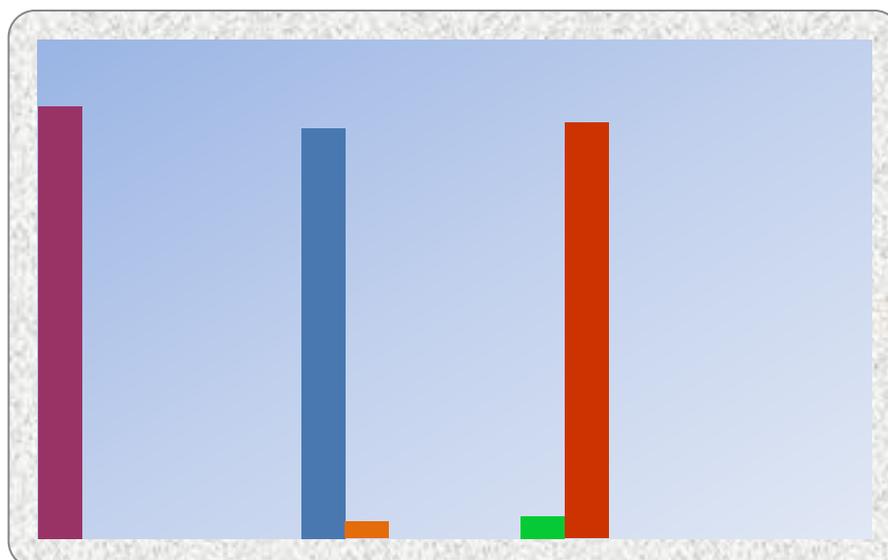
CUADRO Nº 3.13

PRESENTACIÓN YOGURT	Menos \$1,00		Entre \$ 1 y \$ 2		Entre \$ 2 y \$ 3		Más de \$3,00		Totales
	F	%	F	%	F	%	F	%	
200 ml.	156	100	0	0	0	0	0	0	156
1 Litro	0	0	148	94,87	8	5,13	0	0	156
2 Litros	0	0	6	3,85	150	96,15	0	0	156
Poma	0	0	0	0	156	100	0	0	156

FUENTE: Encuestas a Hogares Zuleta Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.11



ANÁLISIS

Los hogares encuestados en cuanto a la presentación escolar pagaría menos de USD 1,00; el 95% pagaría ente 1 y 2 dólares por 1Lt. de yogurt, por la presentación de 2 Lt. las personas están dispuestas a pagar entre 2 y 3 dólares, por una poma de yogurt todos concuerdan en pagar entre 2 y 3 dólares; dando como resultado que los encuestados prefieren mayor cantidad a igual precio.

3.2.2 ENCUESTAS APLICADAS A INTERMEDIARIOS

Los intermediarios serán las tiendas existentes en la comunidad de Zuleta, que por ser un número reducido se aplicó un censo y son las siguientes:

CUADRO N° 3.15

NOMBRE DE LA TIENDA	PROPIETARIA/O	DIRECCIÓN
Víveres Martita	Martha Grijalva	Zuleta
Sin nombre	Laura Ponce	Zuleta
Víveres Natali	Manuel Rodrigo Chachalo	Zuleta
Sin nombre	Esthela Alvear	Zuleta
Tienda Comunal	Hilda Sandoval	Zuleta casa comunal
Víveres Don Jorgito	Patricio Caza	Sector Carlosama

FUENTE: Observación directa

ELABORACIÓN: La Autora

3.2.2.1 ¿Qué marcas de queso y yogurt vende Ud.?

CUADRO N° 3.16

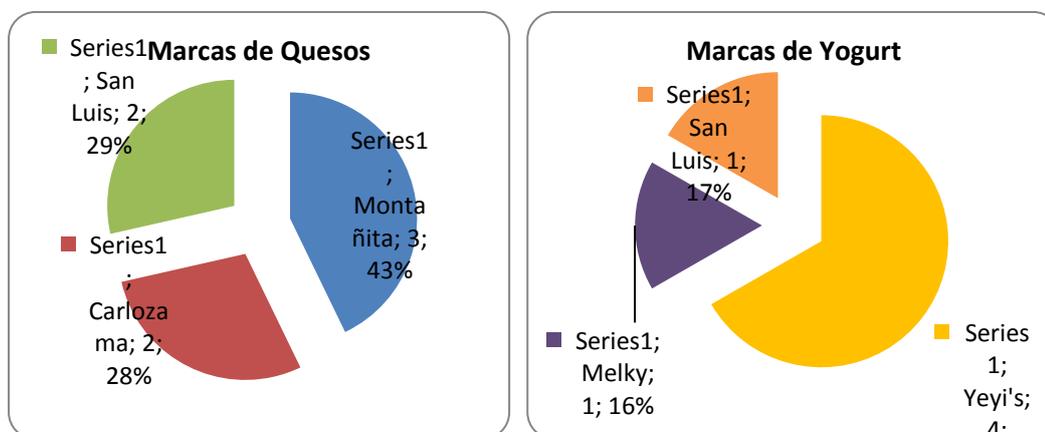
MARCA	QUESO	%	YOGURT	%
	F		F	
La Montañita	3	43	---	0
Yeyi's	---	0	4	67
Melky	---	0	1	16
Dulac's	2	28	---	0
San Luis	2	29	1	17
Total	7	100	6	100

FUENTE: Encuestas Intermediarios Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

La frecuencia de las tiendas es mayor con respecto al queso porque un mismo intermediario tiene a disposición dos marcas para la atención al público.

GRÁFICO N° 3.12



ANÁLISIS

Las tiendas del sector no tienen mucha variedad de marcas para la atención al cliente, en relación a los quesos el 43% vende de la marca Montañita y 29% San Luis (Cayambe), y el 28% compran a un proveedor local. Para los yogures la marca más vendida es Yeyi's con el 67%, San Luis 17% y Melky (Atuntaqui) el 16%.

3.2.2.2 ¿Con respecto al yogurt que presentación es la más vendida y a qué precio le entregan?

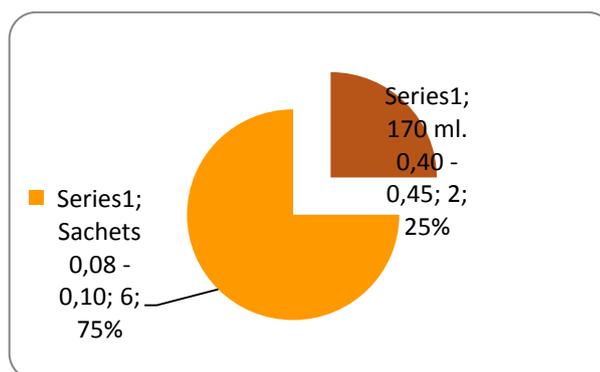
CUADRO N° 3.17

PRESENTACIÓN	PRECIO	F	%
Sachet	0,08 – 0,10	6	75
175 ml.	0,40 – 0,45	2	25
Total		8	100

FUENTE: Encuestas Intermediarios Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3.13



ANÁLISIS

Los 6 intermediarios de la zona dicen vender en un 75% los sachets de yogurt y el 25% en presentación vaso. Dos de las tiendas dicen vender en igual cantidad tanto los vasos como los sachets, por eso la diferencia en la totalidad de la frecuencia. Afirman vender más los sachets por costo y la facilidad de llevarlo.

3.2.2.3 ¿Con qué frecuencia le visita su proveedor y qué cantidad adquiere?

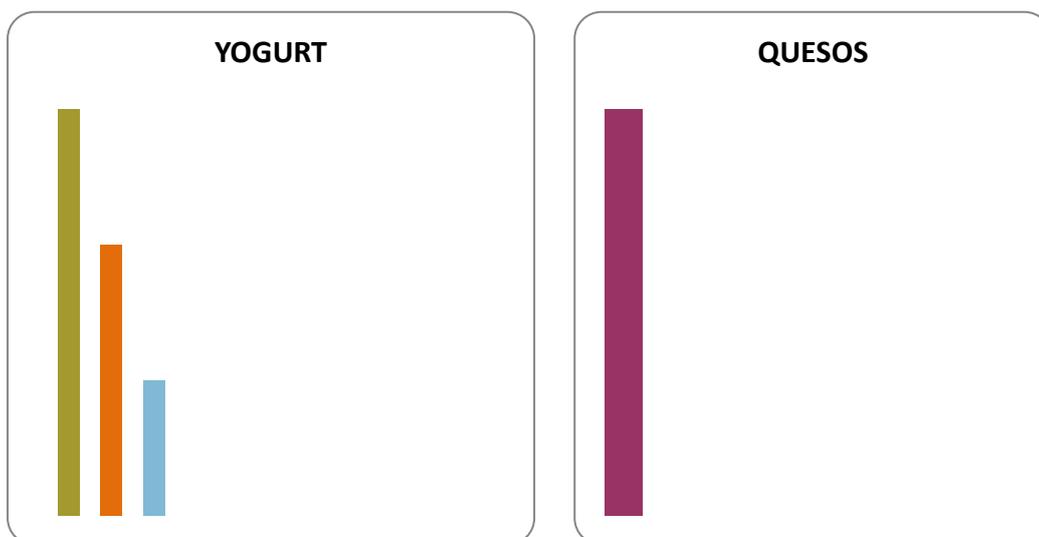
CUADRO Nº 3.18

FACTOR	YOGURT			QUESOS		
	25	50	200	10	20	50
1 vez por semana	3	2	1	6	0	0
2 veces por semana	0	0	0	0	0	0
3 veces por semana	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	3	2	1	6	0	0
Porcentaje	50%	33,33%	16,67%	100%	0	0

FUENTE: Encuestas Intermediarios Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO Nº 3.14



ANÁLISIS

Los intermediarios censados coinciden al 100% en que los proveedores los visitan 1 vez por semana, este mismo porcentaje adquiere 10 quesos a la semana y el 50% compra 25 unidades de sachet de yogurt a la semana.

3.2.2.4 ¿A qué precio vende Ud. los quesos y el yogurt?

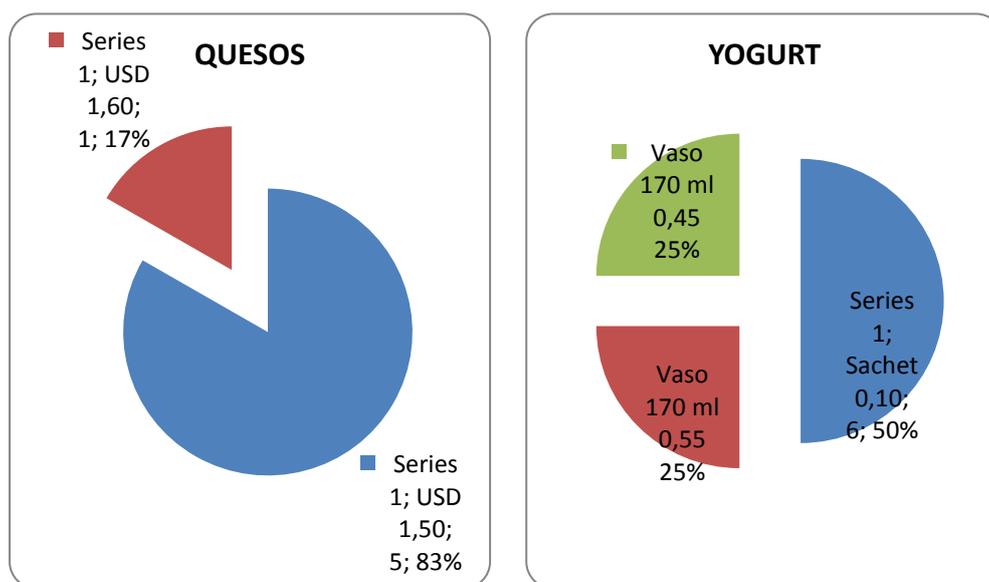
CUADRO N° 3.19

PRESENTACIÓN	F	%
Quesos 500 gr.		
\$ 1,50	5	23
\$ 1,60	1	77
Yogurt Sachet 0,10	6	50
Yogurt 170 ml.		
\$ 0,45	3	25
\$ 0,55	3	25
Total	6	100

FUENTE: Encuestas Intermediarios Junio 2010

ELABORACIÓN: La Autora

GRÁFICO N° 3.15



ANÁLISIS

Con respecto al precio de adquisición de quesos los intermediarios en un 83% lo adquieren a \$ 1,50 y el 17% a \$ 1,60 (queso artesanal), no hay venta de queso empacado. En cuanto al yogurt hay dos presentaciones que expenden en sus tiendas, el 100% de los encuestados vende el sachet de yogurt a \$ 0,10 y la presentación de 170 ml lo venden entre \$ 0,45 y \$ 0,55.

3.2.3. ENTREVISTAS REALIZADAS

3.2.3.1. Sr. Rolando Yépez de la Empresa YEYI'S

Para el señor Yépez vendedor de lácteos desde hace 17 años, los productos derivados de lácteos tienen buena acogida por los consumidores, el queso fresco empacado al vacío es el de mayor venta, en cuanto al yogurt la funda tipo sachet es la más vendible en temporada escolar. Él entrega sus productos solo en la ciudad de Ibarra en distintos sitios tales como mercados, panaderías, tiendas y público en general. Dice no conocer la comunidad de Zuleta, él no comercializa los productos en esta zona y no conoce de alguien que lo haga. Además cree que sería importante el que la comunidad tenga una planta procesadora en la comunidad.

3.2.3.2. Sr. Fernando Vinuesa Empresa FLORALP SA.

La empresa FLORALP es la más importante del norte del país, el señor Fernando Vinuesa trabaja en ella desde hace 14 años, esta empresa dispone de una gran variedad de productos los mismos que tienen gran acogida en el mercado local, al cual él atiende, la presentación escolar es la vendida en cuanto al yogurt, ya que en las escuelas se está incentivando al consumo de este producto por su beneficio nutricional. Afirma que los productos de su empresa se encuentran en todos los sectores de expendio de alimentos y que el mercado de consumo ha alzas y bajas como todo comercio, dice que desde el año 2000 al 2002 el incremento fue del 23,33%, del año 2003 al 2004 un 20%, año 2005 12%, para el año 2006 hasta el 2008 en un 20%. A diferencia del señor Yépez si conoce la comunidad de Zuleta pero no comercializa los productos en la zona, afirma que sería un desarrollo importante para Zuleta la creación de la microempresa, pero no cree que la comercialización de buen resultado.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.3.1 Identificación del queso

La palabra “queso” tiene sus orígenes en el vocablo indoeuropeo caseus, que significa que “carece de suero”. Existen diferentes versiones sobre su origen, desde historias míticas hasta narraciones atribuidas al descubrimiento casual y la necesidad de conservar la leche.

Actualmente existe toda una industria mundial dedicada a la elaboración de todo tipo de quesos. El mercado ecuatoriano es muy dinámico, el 92,8% de los hogares adquiere queso fresco sea por tradición o por precio, factores que influyen a la hora de elegirlo.

En Ecuador se consume aproximadamente 1,36 millones de kilos de queso al mes, lo que representa un consumo promedio por hogar de 2,5 unidades de 500 gramos; para lo cual una familia destina en promedio \$6,5 al mes. Hoy en día existen más de 300 marcas compitiendo por incrementar su participación en el mercado.

3.3.1.1 Características del queso

El queso es un producto alimenticio sólido o semisólido que se obtiene separando los componentes sólidos de la leche (la cuajada) de los líquidos (el suero). Cuanto más suero se extrae más compacto es el queso. El queso se elabora desde tiempos prehistóricos a partir de la leche de diferentes mamíferos. Hoy en día, sin embargo, la mayoría de los quesos son de leche de vaca, a pesar del incremento que ha experimentado en los últimos años la producción de quesos de cabra y oveja. Es un elemento importante en la dieta de casi todas las sociedades porque es nutritivo, natural, fácil de producir en cualquier entorno y permite el consumo de leche en momentos en que no se puede obtener.

3.3.1.2 Clasificación de los quesos

En la actualidad las empresas del sector ofrecen una gran variedad de quesos que son clasificados de la siguiente manera:

a) Según el Proceso de Elaboración

- ❖ Quesos Frescos no contienen corteza y apenas son prensados, esto implica la falta de procesos de curación, se aconseja refrigerarlos.
- ❖ Quesos blancos sufren un proceso de maduración que puede ir desde varias semanas a meses, ejemplo el camembert.
- ❖ Quesos semiduros abarcar diversos tipos como son los de pasta azul (cabrales, roquefort), los de pasta amarilla y cremosas.
- ❖ Quesos duros son sometidos a varios procesos de maduración, a veces superior a un año y sufren un proceso de prensado intenso.

b) Según la Leche Utilizada para su Elaboración

- ❖ Leche de vaca
- ❖ Leche de cabra
- ❖ Leche de oveja
- ❖ De mezcla de algunas o todas de éstas

c) Según el Método de Coagulación o el Tipo de Cuajo Empleado

- ❖ Cuajo tradicional.
- ❖ Cuajo vegetal no es el más común, se lo utiliza en Europa en ciertos quesos; son combinaciones de cuajo con flores de alcachofa o de cardo.
- ❖ Cuajo microbiano o con mezcla de los distintos tipos.

d) Según el Contenido de Humedad

- ❖ Frescos, los quesos con un contenido en humedad del 60% a 80%.
- ❖ Si el contenido es del 55 al 57%, se habla de un queso blando.
- ❖ Cuando el queso posee un contenido de humedad del 42 al 55%, se trata de un queso semiduro.
- ❖ Finalmente si el contenido de humedad es del 20 al 40%, se está hablando de un queso duro.

e) Según el Contenido Graso

- ❖ Un queso extra graso contiene más del 60% de lípidos.
- ❖ Un queso graso tiene entre el 45 y 60% de grasa.
- ❖ Si el porcentaje de grasa oscila entre 25 y 45% se trata de queso semi graso.
- ❖ Es un queso semidesnatado cuando su contenido graso alcanza entre el 10 y 25%.
- ❖ Para que un queso sea considerado desnatado su porcentaje graso debe ser inferior al 10%.

f) Según la Textura

- ❖ Quesos con ojos redondeados (emmenthal, gruyere, gouda).
- ❖ Quesos con textura granular (manchego, tilsit).
- ❖ Con textura cerrada (parmesano, cheddar).

g) Según el Tipo de Microorganismo

- ❖ Quesos veteados de pasta azul (roquefort, cabrales).
- ❖ Quesos de moho como el camembert y brie, ambos de origen francés.

- ❖ Quesos de corteza enmohecida como el St. pauline.
- ❖ Quesos maduros por adición de cultivos lácticos, la mayoría de quesos pertenecen a este grupo. Durante el proceso de elaboración se le añade este cultivo antes de su coagulación.

h) Según el País de Origen

- ❖ Quesos franceses (roquefort, camembert y brie).
- ❖ Quesos suizos (emmenthal, gruyere).
- ❖ Quesos holandeses (edam y gouda).
- ❖ Quesos alemanes (munster, limburguer).
- ❖ Quesos italianos (mozzarella, parmesano, gorgonzola).
- ❖ Quesos ingleses (cheddar, derby).
- ❖ Quesos estadounidenses (monterrey jack, american cheese).
- ❖ Quesos españoles (tetilla, san simón, arzúa-ulloa, cabrales, quesucos de Liébana y Mahón).

3.3.2 Identificación del yogurt

Es un producto lácteo fermentado, semilíquido, considerado un alimento saludable. Se elabora con leche entera o descremada, cocida y concentrada por evaporación. La fermentación se consigue añadiendo a ésta cultivos de dos bacterias, *Lactobacillus acidophilus* y *Streptococcus thermophilus*. Se pueden obtener nuevos lotes de yogurt añadiendo a la leche concentrada una porción del lote anterior. Este tipo de leche fermentada es desde hace mucho tiempo, un importante elemento de la dieta humana que se lo toma natural o añadiéndole sabores de frutas.

El consumo del yogurt en el mundo se inició en Francia debido a un cólico estomacal del rey Francisco I. En Ecuador, su surgimiento es nuevo. La industria lechera comenzó a producirlo hace 30 años, comenta Ricardo Dueñas, gerente de Marketing del grupo Reysahiwal.

La gente consume mucho más yogurt que antes, por las bondades del mismo para la salud, porque controla la gastritis, problemas intestinales, entre otros, también su consumo se ha incrementado por sabor y facilidad de empaques que se encuentran en el mercado.

CUADRO N° 3.19

Composición nutricional del yogurt y queso

DESCRIPCIÓN	CALORÍAS CADA 100gr.	PROTEÍNAS	HIDRATOS	GRASA % cada 100gr.	AGUA % cada 100gr
QUESOS					
Queso fresco	121	8,2	3,1	8,0	77,9
Queso contage	96	13,6	1,4	4,0	78,8
Queso crema	313	8,4	0	31,0	58,0
Brie	318	18,9	0	26,9	48,6
Edam	331	25,5	0	25,4	43,8
Blue Stilton	409	22,32	0,10	35,5	38,6
Queso cheddar	412	25,5	0,08	34,4	37,5
Parmesano	449	38,6	0	32,7	18,4
LECHES FERMENTADAS					
Yogurt	52	5,0	4,6	1,0	85,7

FUENTE: www.alimentosecuador.com

ELABORADO POR: La Autora

3.4 PRODUCCIÓN DE DERIVADOS LACTEOS

Hablar de producción de derivados lácteos es hablar directamente de producción lechera. Tradicionalmente la producción lechera se ha concentrado en la región interandina, donde se ubican los mayores hatos lecheros. Esto se confirma según los últimos datos del Censo Agropecuario del año 2000, donde el 73% de la producción nacional de leche se la realiza en la Sierra, aproximadamente un 19% en la Costa y un 8% en el Oriente y Región Insular.

El uso y destino de la producción lechera en el país tiene un comportamiento regular. Según estimaciones del Ministerio de

Agricultura y Ganadería (MAGAP), entre un 25% y un 32% de la producción bruta se destina a consumo de terneros (autoconsumo) y mermas (2%). Este comportamiento resulta explicable ya que las importaciones de sustituto de leche para terneros registradas oficialmente constituyen un 3 por mil de la producción interna de leche. La disponibilidad de leche cruda para consumo humano e industrial representa alrededor del 75% de la producción bruta. La leche fluida disponible se destina en un 25% para elaboración industrial (19% leche pasteurizada y 6% para elaborados lácteos), 75% entre consumo y utilización de leche cruda (39 % en consumo humano directo y 35% para industrias caseras de quesos frescos), y aproximadamente un 1% se comercia con Colombia en la frontera.

3.4.1 Plantas de procesamiento de leche y capacidad industrial

De acuerdo al último levantamiento de información sobre plantas de producción de productos derivados de leche, correspondiente a 1998, se registraron de entre los más importantes, 25 establecimientos con una capacidad instalada total de procesamiento de 1.360.000 litros diarios. De estas Industrias el 90% se encuentran ubicadas en el callejón interandino con una fuerte concentración en las provincias del centro norte de la sierra (Pichincha, Cotopaxi, Imbabura, Carchi) y se dedican principalmente a la producción de leche pasteurizada, quesos, crema de leche y otros derivados en menor proporción.

Durante el último quinquenio, y gracias al proceso de liberalización económica y apertura comercial, se han establecido otras Empresas como PARMALAT CEDI, INDUSTRIAS LACTEAS TONY, CHIVERIAS, ALPINA, REY LECHE, y la Planta Pulverizadora de la Asociación de Ganaderos de la Sierra y el Oriente (AGSO), implementada durante el año 2002.

Son alrededor de seis empresas las que se pueden considerar grandes en la industria láctea en Ecuador, que se detallan a continuación:

CUADRO N° 3.20
PRINCIPALES INDUSTRIAS LÁCTEAS Y CAPACIDAD INSTALADA
(MILES DE LITROS DIARIOS)

INDUSTRIA	UBICACIÓN	CAPACIDAD INSTALADA
NESTLE	Cayambe	300
REYLECHE	Sto. Domingo; Sangolquí	170
PASTEURIZADORA QUITO	Quito	170
TONI YOGURT	Guayaquil	160
NUTRILECHE	Loja	145
ANDINA	Quito	120
EL RANCHITO	Salcedo	90
LÁCTEOS TANICUCHI	Quito	50
PARMALAT	Lasso	37
ECUALAC	Quito	35
MIRAFLORES	Cayambe	19
INDUSTRIA LECHERA CARCHI	Tulcán	17
PRODUCTOS GONZALEZ	San Gabriel	15
LA FINCA	Latacunga	15
PRODUCCIONES ARTESANALES	Varios	10
FLORALP	Ibarra	7
TOTAL		1.360

FUENTE: Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP)

ELABORACIÓN: La Autora

En cuanto a la producción láctea, en Ecuador el consumo de leche fluida manifiesta diferencias. Las cifras oficiales hablan de un consumo anual de 100 litros per cápita; sin embargo, según cifras aproximadas de diversas empresas lácteas, menos del 50% de la población consume productos lácteos, situación considerada como un problema cultural y adquisitivo.

Al igual que en la mayoría de los países sudamericanos, la industria láctea de Ecuador actualmente está influenciada por la tendencia de

consumo de la leche UHT en funda de polietileno multicapas de larga vida “Tipo Sachet”, que no requiere cadena de frío.

3.4.2 Producción local de leche cruda

En la comunidad de Zuleta existen productores domésticos de leche cruda que la utilizan para el consumo; y la mayor parte la entregan al centro de acopio de la zona. Estos productores son:

CUADRO N° 3.21
PRODUCTORES LOCALES DE LECHE CRUDA

PRODUCTOR	PRODUCCIÓN DIARIA EN LITROS	PRECIO DE ENTREGA USD
VINICIO ALVEAR	60	0,48
CÉSAR PASTILLO	30	0,45
CAMILO PERUGACHI	50	0,47
ANTONIO CARLOSAMA	40	0,46
SERGIO AGUILAR	25	0,45
RAMIRO SÁNCHEZ	20	0,47
CENTRO DE ACOPIO	775	0,48
Total	1.000	Precio Promedio 0,47

FUENTE: Observación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Por lo tanto el ingrediente principal de esta planta, la leche, no es difícil de conseguir, pues se encuentra en el mercado local. Algunas empresas compran la leche en la comunidad de Zuleta para abastecer sus fábricas.

3.5 MERCADO META

La producción de queso y yogurt de esta microempresa tratará de cubrir la demanda de las parroquias de Angochahua (cantón Ibarra), Olmedo (Cayambe), La Esperanza; e ingresar en un futuro con una nueva marca al mercado de la ciudad de Ibarra.

La propuesta de la microempresa es constituirse en proveedor permanente de derivados lácteos en la zona rural, mediante capacitaciones y charlas sobre el beneficio nutricional de estos productos para incentivar el consumo, ya que la población en su mayoría desconoce lo provechoso de consumir alimentos derivados de leche.

3.6 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado está dirigida a satisfacer las necesidades de las 329 familias de la comunidad de Zuleta en cuanto a alimentación nutritiva se refiere.

El proyecto prevé cubrir en un inicio al 88% de las familias que consume lácteos de estos lugares.

Como mercado secundario serán los intermediarios de la zona ya que atienden al 47% de los encuestados, y en un futuro los supermercados de la ciudad de Ibarra en los que se hará énfasis para tratar de ingresar a este segmento pequeño pero con una tasa de crecimiento de consumo muy grande.

3.7 ANÁLISIS Y PROYECCION DEMANDA

3.7.1 Análisis de la demanda

La oferta local del producto es difícil de estimar por no haber datos estadísticos referenciales, se realizó una visita a la principal planta procesadora de lácteos de la región FLORALP la información fue restringida en cuanto a producción y precios debido a la reserva con que el personal maneja dicha información, por lo que el proyecto se basará en los datos proporcionados por los intermediarios a través de la investigación de campo.

En la ciudad de Ibarra los productos lácteos con mayor volumen de oferta son: la Leche Pasteurizada, Quesos y Yogurt; al momento estos productos son empacados en envases de calidad.

**CUADRO Nº 3.22
TIPOS DE EMPACADO DE PRODUCTOS LÁCTEOS**

PRODUCTO	TIPO DE EMPAQUE
Leche Pasteurizada Quesos Crema de Leche	Fundas de Polietileno
Yogurt	Cartón Plastificado Envase Pure-Pack Vasos de Polietileno Especial Fundas de Polietileno
Mantequilla	Papel Aluminado
Manjar de Leche	Tarrinas de Polietileno

FUENTE: Observación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

En el mercado se encuentran gran variedad de marcas de los productos lácteos, los cuales se describen a continuación:

**CUADRO Nº 3.23
MARCAS EXISTENTES EN EL MERCADO**

PRODUCTO	MARCA DE LÁCTEOS
Leche Pasteurizada	Floralp Carchi Andina
Quesos	Artesanal (sin marca) Floralp Carchi Kiosco Q'señor Dulac's Granjero
Yogurt	Toni Yeyi's Kiosco Miraflores

FUENTE: Observación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

La marca líder en el mercado es TONI con 25 años de experiencia en el país y distintas presentaciones de yogurt (con cereal, light, con frutas, con cucharitas, entre otras).

Para determinar la oferta se considerará los datos de Industria FLORALP para los quesos y a TONI para la producción de yogurt.

CUADRO N° 3.24
PRODUCCIÓN DIARIA DE DERIVADOS LÁCTEOS

A NIVEL NACIONAL	
FLORALP QUESO FRESCO	INDUSTRIAS TONI YOGURT
8000 kl. De queso diario 16.000 unidades de queso diarios 336 días = 5'376.000 quesos anuales 55.040 Lt. de leche diarios	160.000 Lt. de leche diaria 192.000 Lt. de yogurt diarios 336 días = 64'512.000 litros anuales
A NIVEL COMUNIDAD ZULETA	
2,653 Kl. de queso diario 5,306 unidades de queso diarios 336 días = 1.783 quesos anuales 18 Lt. de leche diarios	24,89 Lt. de leche diaria 30 lt. de yogurt diarios 336 días = 10.080 litros anuales

FUENTE: www.floralp-sa.com año 2008

www.tonisa.com año 2008

ELABORACIÓN: La Autora

3.7.2 Proyección de la oferta

Para poder determinar la oferta futura se aplicó el 3% de los resultados obtenidos del Centro de información y documentación empresarial sobre Iberoamérica capítulo Ecuador de la producción pecuaria nacional.

Con esta información se considera que la oferta actual en el mercado es la siguiente:

CUADRO N° 3.25

PROYECCIÓN OFERTA PARA QUESOS Y YOGURT

AÑO	OFERTA FUTURA	
	QUESOS FRESCOS unidades 500gr.	YOGURT Litros
2008	1.783	10.080
2009	1.836	10.382
2010	1.892	10.694
2011	1.948	11.015
2012	2.007	11.345
2013	2.067	11.685
2014	2.129	12.036

FUENTE: Floralp y Toni / www.cideiber.com

ELABORACIÓN: La Autora

La oferta proyectada aproximadamente según la producción pecuaria nacional del 3% será para el año 2010 de 1.892 unidades de queso y 10.694 litros de yogurt. Considerando esta oferta futura el proyecto espera ingresar al mercado con 1000 litros de leche diarios, lo que significa una captación de la oferta promedio del 7,66% para quesos y 5,61% para yogurt dando una sustentabilidad para implementar la planta Lácteos Zuleta.

3.7.3 Análisis de la demanda

Se considera como demanda actual a aquella que existiera en caso de introducir una nueva marca de lácteos en la comunidad de Zuleta, al iniciar el estudio de la demanda se determinó que no existen datos históricos sobre el consumo de quesos y yogurt, es por ello que se realizó un levantamiento de esta información utilizando a la población de este lugar segmentada de acuerdo a los criterios antes mencionados.

A continuación se presenta la determinación de la demanda de acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas.

CUADRO N° 3.26
DETERMINACIÓN DEL MERCADO ACTUAL DE LA DEMANDA
EN ZULETA

FACTOR	QUESOS	YOGURT
MERCADO (familias)		329
Porcentaje de aceptación de la nueva marca(pregunta 6 encuestas)		96%
MERCADO DE POSIBLES CONSUMIDORES (familias)		316
Porcentajes de consumo productos lácteos (pregunta 1 encuestas)		88%
MERCADO ACTUAL (familias)		278

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 3.27
DETERMINACIÓN DEL CONSUMO ACTUAL DE LOS PRODUCTOS

FACTOR	QUESOS 500g.	YOGURT Litros
Consumo promedio semanal (pregunta 4 encuestas)	2	3.087
Cantidad de familias de la muestra que consumirán el producto (preg.4)	264	278
Consumo mensual de quesos y yogurt	2.112 unidades	3.432,74 Litros
Consumo anual de quesos y yogurt	25.344 quesos anuales	41.193 litros anuales

ELABORACIÓN: La Autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, si se introduce una nueva marca de derivados lácteos al mercado se tendría una demanda actual considerable, esto se debe al interés de las familias por consumir productos con nutrientes altos.

3.7.4 Proyección de la demanda

Para la estimación de la demanda actual se considera que el incremento de la demanda está relacionado con el crecimiento poblacional del cantón

Ibarra, el cual es del 2,3%, asumiendo que las próximas generaciones de los clientes potenciales van a mantener un hábito de consumo de derivados lácteos.

Tomando como base el año 2008 y la tasa de crecimiento poblacional se hará las proyecciones para los próximos 5 años aplicando la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o (1 + i)^n$$

De donde:

Q_n = consumo futuro

Q_o = consumo inicial

i = tasa de crecimiento anual promedio

n = año proyectado

A continuación se proyecta la demanda futura por producto.

CUADRO N° 3.28
DEMANDA FUTURA QUESO FRESCO

AÑO	CONSUMO QUESOS FRESCO unidades	CONSUMO QUESO FRESCO 500 g. x 1
2008	25.344	12.672.000
2009	25.927	12.963.456
2010	26.523	13.261.615
2011	27.133	13.566.633
2012	27.757	13.878.665
2013	28.396	14.197.874
2014	29.049	14.524.426

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 3.29

DEMANDA FUTURA YOGURT

AÑO	CONSUMO YOGURT LITROS ANUALES
2008	41.193
2009	42.140
2010	43.110
2011	44.101
2012	45.116
2013	46.153
2014	47.215

ELABORACIÓN: La Autora

Del 100% de las encuestas prefieren el queso empaquetado por un mantenimiento higiénico con todas las normas reglamentarias. En cuanto al yogurt el 56% de la población encuestada prefiere adquirir una presentación escolar o vaso por la comodidad para transportarlo, en un 17% prefieren en pomas de 2 litros, el 10% pomas de 4 litros, el 13% presentación de 1 litro, y el 4% presentación tipo sachet.

Con estos antecedentes para el desarrollo de este proyecto se ha considerado que las presentaciones más adecuadas que se deberían producir son las siguientes:

3.7.4.1 Queso Fresco 500 g.

3.7.4.2 Yogurt Vaso 175 ml.

3.7.4.3 Yogurt Sachet 20ml.

3.7.4.4 Yogurt Poma 2 litros

Para los clientes que su preferencia de compra es en 4 litros se les va a ofertar la presentación de 2 litros con posibilidad de alternar sabores.

3.7.5 Demanda insatisfecha

Establecer una demanda insatisfecha para el queso y yogurt es muy dificultoso debido a la falta de información, especialmente en al ámbito comunal donde no existe una oferta exacta del producto.

CUADRO N° 3.30
BALANCE OFERTA DEMANDA QUESO FRESCO EN ZULETA

AÑO	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL	DEFICIT	OFERTA ARTESANAL	DEMANDA INSATISFECHA
2008	1.783	25.344	-23.561	357	-23.204
2009	1.836	25.927	-24.090	367	-23.723
2010	1.892	26.523	-24.632	378	-24.253
2011	1.948	27.133	-25.185	390	-24.795
2012	2.007	27.757	-25.751	401	-25.349
2013	2.067	28.396	-26.329	413	-25.915
2014	2.129	29.049	-26.920	426	-26.494

ELABORACIÓN: La Autora

Como se señaló anteriormente la microempresa Lácteos Zuleta procesará 1000 litros diarios de leche, lo significa la elaboración de 145 quesos frescos de 500gr. diarios, con lo cual cubrirá la demanda potencial de la comunidad y prevé comercializar la diferencia en toda la parroquia de Angochagua y la ciudad de Ibarra.

CUADRO N° 3.31
BALANCE OFERTA DEMANDA YOGURT

AÑO	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL	OTRAS MARCAS	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2008	10.080	41.193	2.016	-29.097
2009	10.382	42.140	2.076	-29.682
2010	10.694	43.110	2.139	-30.277
2011	11.015	44.101	2.203	-30.884
2012	11.345	45.116	2.269	-31.501
2013	11.685	46.153	2.337	-32.131
2014	12.036	47.215	2.407	-32.771

ELABORACIÓN: La Autora

La demanda insatisfecha mostrada en los cuadros 34 y 35 se ubica en 24.253 quesos frescos y 30.277 litros de yogurt para el año 2010 en la comunidad de Zuleta, lo que indica la existencia de un nicho justificado para el producto en el mercado local con un gran atractivo del 49,78% a introducir en la parroquia de Angochagua y la ciudad de Ibarra.

3.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La microempresa Lácteos Zuleta ha identificado como un mercado potencial para ingresar con una nueva marca a la ciudad de Ibarra, se procede a analizar la competencia.

Se considera como competencia actual a grandes distribuidores y productores provenientes de las provincias de Imbabura, Carchi, Pichincha, Guayas porque comercializan un gran volumen tanto en quesos como en yogurt a nivel nacional; por ello dentro del proyecto serán considerados como la competencia más fuerte.

Como clientes potenciales según los resultados de las encuestas se tiene a las tiendas y panaderías, lugares donde la comunidad adquiere los productos derivados de la leche.

Se determinó que el punto débil de la competencia es que todos elaboran los productos sin mayor diferencia entre marcas, por lo que los competidores con mayores recursos económicos y capacidad instalada dan lugar a frecuentes guerras de precios, campañas publicitarias e introducción de nuevos productos, que hacen que competir sea muy costoso, transformándose en barreras de entrada para nuevos competidores con productos diferenciados.

3.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.9.1 La producción y comercialización de este producto va a ser interesante por los ingresos económicos, a más de ser incluyente socialmente para todos los involucrados.

3.9.2 La existencia de un nicho de mercado en la comunidad de Zuleta en vista de que esta población no es atendida por las marcas más importantes de quesos frescos y yogurt.

3.9.3 La microempresa contribuirá al mejoramiento de hábitos alimenticios de consumo en la comunidad, concientizando en la población las ventajas de salud y nutrición en estos productos.

3.10 PLAN DE MARKETING

3.10.1 Pronóstico de ventas

Para el año 1 la microempresa partirá con una producción de 1000 litros de leche, lo que va a permitir procesar y vender 145 unidades de queso

fresco y 600 litros de yogurt diariamente, significando 48.837 quesos y 201.600 litros de yogurt al año.

3.10.2 Proyección de ventas

A partir del año 2 al 5 el volumen de ventas se incrementará en un 3%(2,3% del crecimiento poblacional y un 0,7% de crecimiento del mercado).

CUADRO N° 3.32

VENTAS PROYECTADAS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Queso fresco 500 g.	48.837	50.302	51.811	53.366	54.967
Yogurt sachet 20 g. (un)	40.320	41.530	42.775	44.059	45.381
Yogurt vaso 175 ml. (un)	645.120	664.474	684.408	704.940	726.088
Yogurt poma 2 Litros (un)	40.320	41.530	42.775	44.059	45.381

ELABORACIÓN: La Autora

3.10.3 Precios del producto en el mercado

Para la determinación del precio tanto del yogurt en sus distintas presentaciones se fijará los establecidos en las encuestas a los intermediarios, con respecto al precio del queso se aplicará el precio promedio actual en el mercado, establecido mediante un análisis de varias marcas, según se presenta en la siguiente tabla:

CUADRO N° 3.33

MARCA	PESO kg.	PRECIO
Dulac's	500 g	3,00
El Kiosco	500 g	3,20
Carchi	500 g	2,80
La Chonta	500 g	3,17
Q'señor	300 g	2,10
Labrador	300 g	2,10
Gloria	500 g	2,00
Precio Promedio		2,62

FUENTE: Observación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

3.11 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de la nueva marca a introducir al mercado se la realizará a través de estrategias comerciales. La microempresa hará énfasis en dos tipos de estrategias: La competencia Directa y la Diferenciación.

3.11.1 Competencia directa

Esta estrategia se la ejecutará en bares de escuelas, colegios e instituciones donde tienen expendio de alimentos a sus empleados para así dar a conocer la nueva marca y que los clientes empiecen a acostumbrarse al nuevo producto y lo luego lo soliciten en panaderías y/o tiendas de sus respectivos barrios.

3.11.2 Diferenciación

Esta estrategia es la de mayor relevancia, porque conlleva la selección de un nicho de mercado a lo mejor más pequeño pero donde existe menos competencia, en este caso la parroquia de Angochagua. La diferenciación se la puede conseguir a través de:

3.11.2.1 Entregar un producto de calidad

3.11.2.2 Brindar un servicio post venta entre productor y distribuidor.

Finalmente se debe aprovechar la ventaja de poder arrendar una planta ya instalada para el procesamiento ubicada en la comunidad de Zuleta para emprender con el proyecto.

3.11.3 Producto

Desarrollar un producto que cumpla con las expectativas de los clientes, aumentado el consumo, la comercialización y la difusión del mismo. Crear una imagen corporativa a través de un logotipo y un slogan significativos.

3.11.4 Precio

El precio del producto estará fijado en base a los precios que los mismos productos se comercializan en varias cadenas de despendio en la ciudad de Ibarra y será un precio que esté al alcance de la economía de los consumidores y que generará una rentabilidad a la microempresa.

3.11.5 Plaza

La materia prima va a ser entregada por productores locales directamente en la planta para su procesamiento. Para llegar al consumidor se lo hará por medio de canales de distribución tales como Panaderías, Tiendas, Supermercados, Comercio al detal y Venta directa.

3.11.6 Promoción

Informar, educar y comunicar los beneficios de consumir lácteos a las familias de Zuleta y así ampliar el consumo. Se realizar demostraciones y

degustaciones del producto en los supermercados, panaderías y lugares de afluencia de gente para dar a conocer la marca y calidad del producto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El programa de producción del Proyecto tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, aspectos técnicos o de ingeniería y el Presupuesto Técnico: inversiones fijas, variables y diferidas, requeridas para el arranque del Proyecto.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. Macro localización

El presente proyecto será implementado en Imbabura, provincia del Ecuador, en el centro-septentrional del país, es una de las diez provincias que forma la región de la Sierra. Limita al norte con Carchi por medio del río Mira, al oeste con Esmeraldas, al este con Sucumbíos y al sur con Pichincha, de la que le separa el curso del río Guayllabamba. Las mayores elevaciones se corresponden a volcanes, como es el caso del mismo que da nombre a la provincia (4.630 m), situado frente a la hoya del río Chota y al que se le conoce por sus extensas coladas de barro. El clima es tropical de altura. Volcanes nevados, páramos fríos que sostienen la ganadería, tierras templadas que permiten cultivos de cereal como cebada, trigo, maíz, además de patata, y explotación forestal, y tierras más cálidas que se dedican al café, caña y frutales. La minería casi

se reduce a la extracción de sal, y la industria textil y de curtidos se puede citar como recurso de la provincia.

Es una de las provincias de mayor componente indígena en su población, con una superficie de 4.559 km²; población al 2001 de 344.044 habitantes.

4.1.2. Micro localización

El proyecto objeto de investigación estará localizado en la sierra norte del Ecuador e incluye los territorios de Zuleta, cubriendo una superficie aproximada de 10.163 ha. Las grandes ciudades más cercanas son Ibarra a 16 Km. y 22 Km. a Cayambe, requiriendo unos 25 a 33 minutos respectivamente para llegar a ellas.

A continuación se presenta el mapa del Ecuador señalando la provincia de Imbabura, el mapa de la provincia representando a la parroquia de Angochagua y el croquis de la Comunidad de Zuleta.

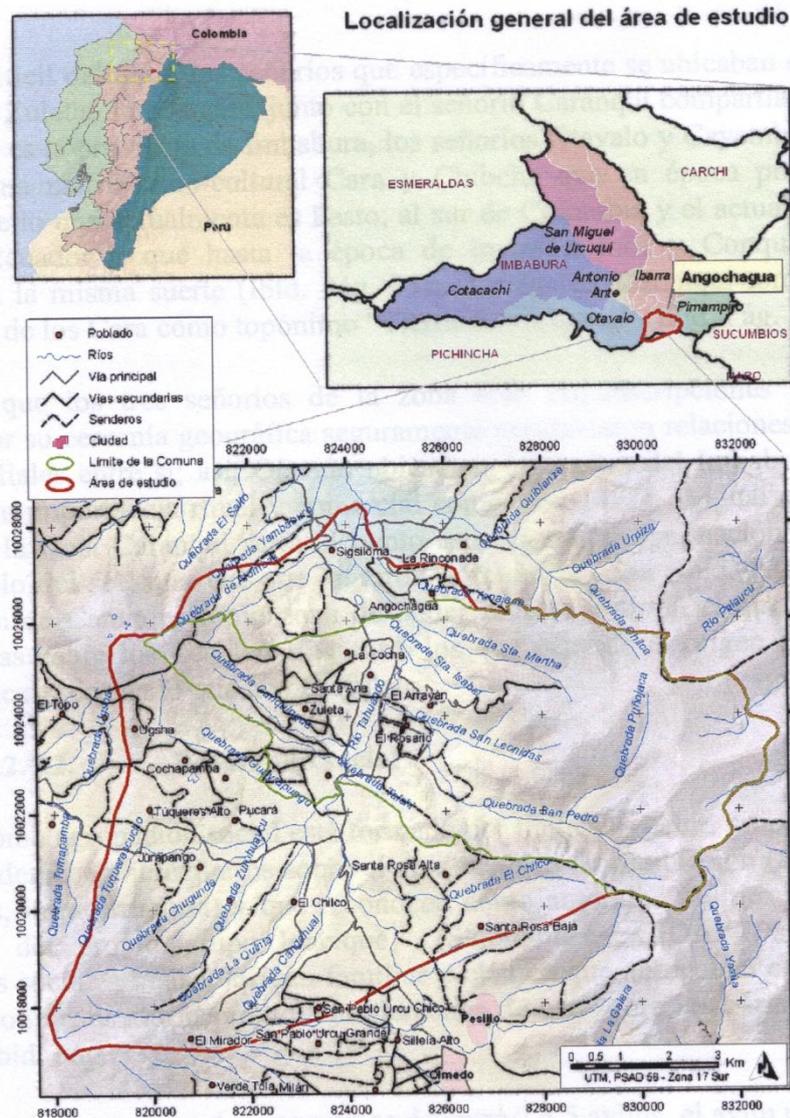


FIGURA N° 4.1 : Mapa Localización de la Comunidad de Zuleta

Tomando en cuenta que este proyecto tiene establecida la micro localización desde el planteamiento del tema a investigarse. A continuación se detallan factores para la ubicación del proyecto en esta zona de la provincia de Imbabura.

4.1.2.1. Vías de comunicación

La zona no cuenta con vías de primer orden (pavimentadas), en el territorio de la comunidad de Zuleta, existen aproximadamente 40,4 Km de vías no pavimentadas y 17,2 Km de senderos. En este sentido, hay

una densidad de vías carrozables de 0,853 km/km² (8,53 m/ha.). De esta forma, el tiempo promedio requerido para llegar al centro de la comunidad (Casa Comunal) es de 7 minutos, considerando como centro urbanos más cercanos Olmedo y Pesillo.

4.1.2.2. Cercanía a las fuentes productoras de la materia prima

La recepción y/o adquisición de la materia prima para el procesamiento del queso y el yogurt no llevará más de 10 minutos desde cada uno de los hogares de la comuna que entregarán la leche, ya que la planta se ubicará en el centro de la comunidad. Por lo tanto la ésta ubicación es la adecuada para iniciar con las labores de procesamiento desde las primeras horas del día.

4.1.2.3. Disponibilidad de mano de obra

Desde las ciudades de Ibarra o Cayambe existe mano de obra calificada y con experiencia en la producción de derivados lácteos, ya que en éstas ciudades se tienen plantas procesadoras y se podría hacer uso del personal que haya laborado en estas empresas; también existentes egresados de las universidades de la provincia que con cuentan con empleo.

4.1.2.4. Disponibilidad de servicios básicos

Los servicios básicos son elementos que ayudan significativamente al correcto desarrollo de las actividades operativas del proyecto prevaleciendo la comodidad y minimización de costos.

La comunidad de Zuleta cuenta con agua de la red pública, la eliminación de excretas la realizan en letrinas o pozos ciegos. En cuanto a la eliminación de basura los hogares cuentan con el servicio municipal de

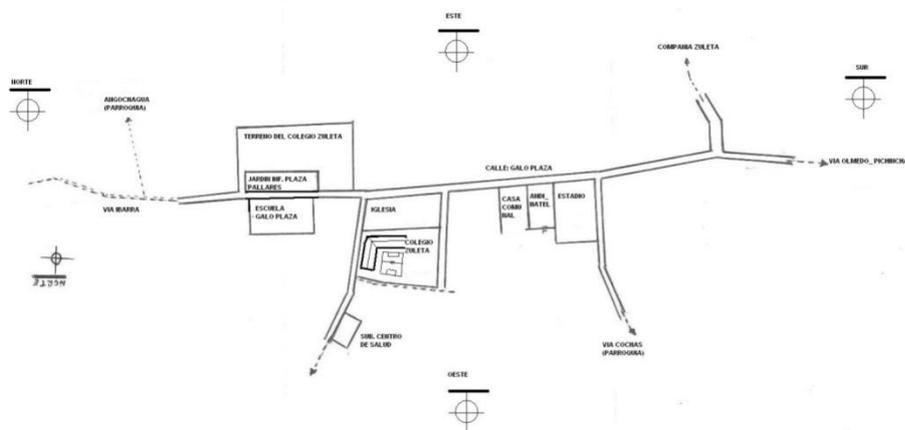
recolección, disponen de Energía eléctrica, Servicio telefónico ya sea fijo o celular.

4.1.2.5. Factores ambientales

Según el INAMHI, este sector presenta un clima subhúmedo, con variaciones térmicas de 8 a 12° C y variaciones estacionales de la humedad. Esta diversidad de factores geográficos ha permitido el desarrollo de formaciones vegetales como el páramo herbáceo y el bosque siempre verde; factor importante para el apareamiento de zonas agrícolas y ganaderas que sirven de sustento a sus habitantes y ayudará a la obtención de la leche materia prima de este proyecto.

4.1.3. Ubicación de la microempresa

FIGURA N° 4.2 Croquis de Localización de la Microempresa en la Comunidad de Zuleta



4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

La capacidad de producción de la microempresa Lácteos Zuleta será de 1000 litros diarios de leche, procesando 500 litros para la fabricación de queso fresco y 500 litros para la elaboración de yogurt; que es la

capacidad máxima de los equipos que posee la institución según especificaciones técnicas.

Con esta producción la microempresa podrá cubrir la demanda potencial de la comunidad de Zuleta y a la vez le permitirá ingresar con la nueva marca al resto de comunidades que conforman la parroquia de Angochagua y la ciudad de Ibarra con un 49,78% de la producción.

4.2.1. Distribución de la planta

La planta ubicada en la comunidad de Zuleta, de propiedad del Colegio Técnico Agropecuario Zuleta que posee todas las obras de infraestructura, agua, luz eléctrica, teléfono. Es accesible para todos los medios de transporte y cuenta con todas las áreas de producción, almacenamiento, distribución y administración. La edificación tiene un área aproximada de 95,26 m² y dispone de los siguientes ambientes.

**CUADRO Nº 4.1
DISEÑO DEL AMBIENTE FÍSICO**

AMBIENTES	ÁREA EN m ²	VALOR
Área de máquinas	55,50m²	\$ 9.990,00
Máquinas yogurteras	9,00m ²	1.620,00
Tina hilado	9,00m ²	1.620,00
Mesa de trabajo	6,75m ²	1.215,00
Marmita	6,75m ²	1.215,00
Prensa	6,00m ²	1.080,00
Laboratorio	18,00m ²	3.240,00
Área de bodegas	22,56m²	\$ 3.158,40
Caldero	6,37m ²	891,80
Vestidores	4,37m ²	611,80
Cocina industrial	11,82m ²	1.654,80
Área administrativa	8,60m²	\$ 1.204,00
Cuarto Frío	8,60m²	\$ 1.204,00
TOTAL	95,26m²	\$15.556,40

ELABORACIÓN: La Autora

Como se dijo anteriormente las instalaciones y equipos para el procesamiento de la leche son de propiedad del Colegio Zuleta, Institución que cobrará un arriendo por un valor de USD 6.000 mensuales a la microempresa Lácteos Zuleta.

En todos los ambientes de producción se mantendrá limpieza e higiene; el área de elaboración de los productos tendrán pisos y paredes con cerámica blanca a una altura de dos metros de acuerdo a las normas INEN toda la planta tendrá instalaciones de agua, luz, desagües, drenajes, ventilación al fin de mantener la temperatura adecuada para la industrialización láctea y demás características técnicas para este tipo de instalaciones.

A continuación se presenta el plano de la infraestructura de la planta procesadora de lácteos:

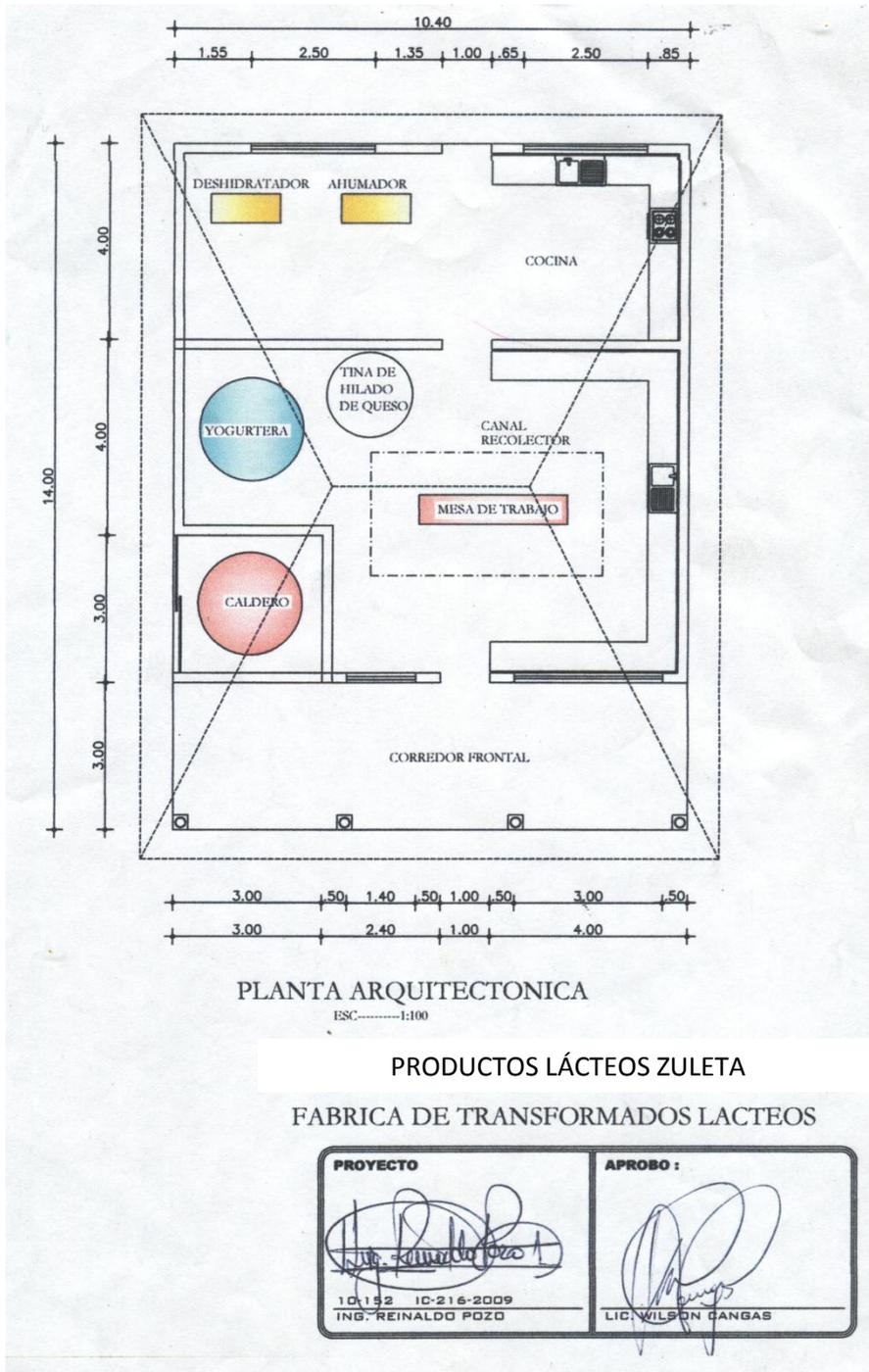


FIGURA N° 4.3 Plano de Distribución Planta Procesadora

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, cálculo de materia prima, recursos humanos, entre otros.

4.3.1. Fases de fabricación

4.3.1.1. Recopilación o acopio de la leche fresca

El proceso de recolección de la leche se lo realizará en las mañanas para que llegue a la planta lo más pronto posible, para evitar la acidificación y llegue con la temperatura adecuada entre 25 a 30° C, para lo cual se usará bidones de aluminio.

La leche fresca será recibida en los bidones pesada, al mismo tiempo que se tomará la muestra para verificar la calidad y análisis de grasa a efectuarse en el laboratorio de la planta. Al depositar la leche en la tina de elaboración debe ser filtrada con ayuda de una tela delgada para iniciar el procesamiento.

4.3.1.2. Elaboración de quesos

La elaboración propiamente dicha, considera las siguientes etapas de la elaboración; pasteurización, coagulación, corte de la cuajada, desuerado, moldeado y pesado.

Para iniciar el proceso es necesario pasteurizar la leche, enfriada a temperaturas de coagulación. La temperatura a la que se le agrega el cuajo, depende del tipo de queso que se va hacer, en este caso se hará quesos blandos de granos grandes por lo que necesita temperaturas

elevadas (36 – 38° C) porque cuando se coagula la leche a temperaturas elevadas la cuajada es más consistente, más dura y por lo tanto se puede cortar en granos de gran tamaño que no se van a romper durante el batido.

a) Corte de la Cuajada

Es la división del coagulo de caseína mediante la lira de acero inoxidable, el corte tiene por objeto transformar la masa de cuajada en granos de un tamaño determinado para permitir escapar el suero.

El tamaño de los granos de la cuajada depende del contenido de humedad que se desee tener finalmente en el queso, los quesos blandos tienen bastante humedad por lo tanto tienen bastante agua, es necesario para este tipo de quesos cortar los bloques de cuajada en granos grandes, el corte de la cuajada debe ser realizado con mucho cuidado, delicadez si se hace de otro modo abra mucha pérdida por la pulverización de los granos y por la salida de la grasa que al pasar al suero cambiará su color verdoso amarillento normal, por una coloración blanquecina; todo esto disminuirá el rendimiento de conversión de leche a queso y tendrá luego poca grasa en su masa.

b) Batido de la Cuajada

Es la agitación de los granos de la cuajada dentro del suero caliente, para sacar el suero que tiene en su interior, conforme avanza el batido, el grano disminuye de volumen y aumenta su densidad por la pérdida paulatina del suero. El tiempo de batido varía de acuerdo a la clase de queso que se elaborará. El queso fresco no debe ser batido mucho tiempo.

Se debe tomar en cuenta que la alta acidez y la alta temperatura facilitan la contracción del grano y la salida del suero, por lo que cuajadas de leches muy maduras y muy batidas a altas temperaturas tienden a dar granos muy pequeños y es muy importante lograr sacar la mayor cantidad de suero de los granos de la cuajada, pues caso contrario, el queso contiene alta humedad y el periodo de conservación es muy corto.

c) Reposo y Desuerado

Cuando se finaliza el batido, los granos de cuajada se decantan rápidamente, en razón de su mayor peso; luego se podrá empezar a sacar el suero de la tina cargado de lactosa y ácido láctico que ya no se necesita.

d) Lavado y Salado de la Cuajada

Es la mezcla de los granos de la cuajada con el agua caliente con el propósito de sacar el suero cargado de lactosa y ácido láctico del interior de aquellos y reemplazarlo con agua. De esta manera diluyendo la lactosa se detiene la acidificación de la cuajada e ingresa agua para conservar una consistencia blanda del futuro queso; aprovechando el lavado de la cuajada para agregar un poco de sal, cuyo objetivo no es tanto dar sabores al queso sino no permitir el desarrollo de los microbios.

e) Moldeado y Pesado

Luego del proceso de desuerado, se realiza el moldeado de los quesos utilizando formas adecuadas, luego viene la operación de prensado que se realizará con una prensa mecánica, a los quesos blandos no se les debe dar mucha presión ya que perderían demasiada humedad.

f) Los Moldes

Para dar la forma correcta a los quesos se utilizarán moldes de acero inoxidable con un diámetro de 10.5 centímetros para su dimensión.

g) La Sal Muera

La salmuera es una mezcla de agua con sal, se prepara disolviendo 10 Kilos de sal en 30 litros de agua hervida caliente (20 - 22°Baumé), y se deja enfriar hasta 12° C luego se depositan los quesos.

h) Embalado

Una vez que se sacan los quesos de la sal muera son almacenados en la cámara fría, luego se proceden a embalar o enfundar con las etiquetas depositándose en gavetas plásticas, según el tamaño y peso y destino del queso al mercado.

i) Almacenamiento y Distribución

Los quesos son embalados y almacenados convenientemente en el cuarto frío para luego ser distribuidos.

4.3.1.3. Elaboración del yogurt

Este producto se prepara con leche fresca y su fermentación es el resultado de dos bacterias termófilas *Lactobacillus bulgaricus* y *Streptococcus Thermophilus* cuya incubación debe efectuarse procurando mantener un equilibrio adecuado entre el desarrollo entre ambos microorganismos con el objeto de obtener un buen producto ácido y aromático.

La pasteurización enriquecida en estrato seco se efectúa a 90° C, durante 30 minutos con lo cual mejora la consistencia del producto. Luego de la pasteurización rigurosa se procede al enfriamiento de 40 a 42° C se siembra un cultivo puro de Estreptococos y lactobacillus, presentes en cantidades exactamente iguales. Las dosis es de 2 a 3 después de la agitación se reparte la leche rápidamente en recipientes de incubación una vez cerrado se deposita en una cocina a 40 o 50 °C durante 3 o 4 horas. A la salida de la incubación el yogur debe enfriarse rápidamente por debajo de los 10°C con el objeto de detener la acidificación que produciría la retracción de la cuajada y la retracción del suero.

En el curso de la incubación en la cocina se calienta a baño de maría incrementando o disminuyendo la temperatura se puede favorecer el desarrollo del Estreptococos es decir producir el aroma o de lacto bacilo es decir la acidificación.

Para producir un yogurt dulce o aromático se puede utilizar un cultivo joven y si se desea más ácido se utiliza un cultivo más viejo en el que domine el lacto bacilo a causa del PH bajo.

También se puede fabricar yogurt batido comercializándolo como yogurt natural o añadiendo diversos productos (frutas aromatizantes almíbar). La coagulación se realizará en la tina de elaboración y el envasado se efectuará después del batido.

4.3.2. PROCESOS

4.3.2.1. Diagrama de operación

Mediante un diagrama de bloque se tratará de esquematizar en forma clara y sencilla la secuencia de procesos a seguirse en la microempresa.

Todos los datos necesarios para la elaboración de los flujogramas fueron proporcionados por la Ing. Lorena Encalada ingeniera agroindustrial que formará parte del equipo de la microempresa.

DIAGRAMA DE BLOQUES DEL PROCESO PRODUCTIVO DE QUESO Y YOGURT

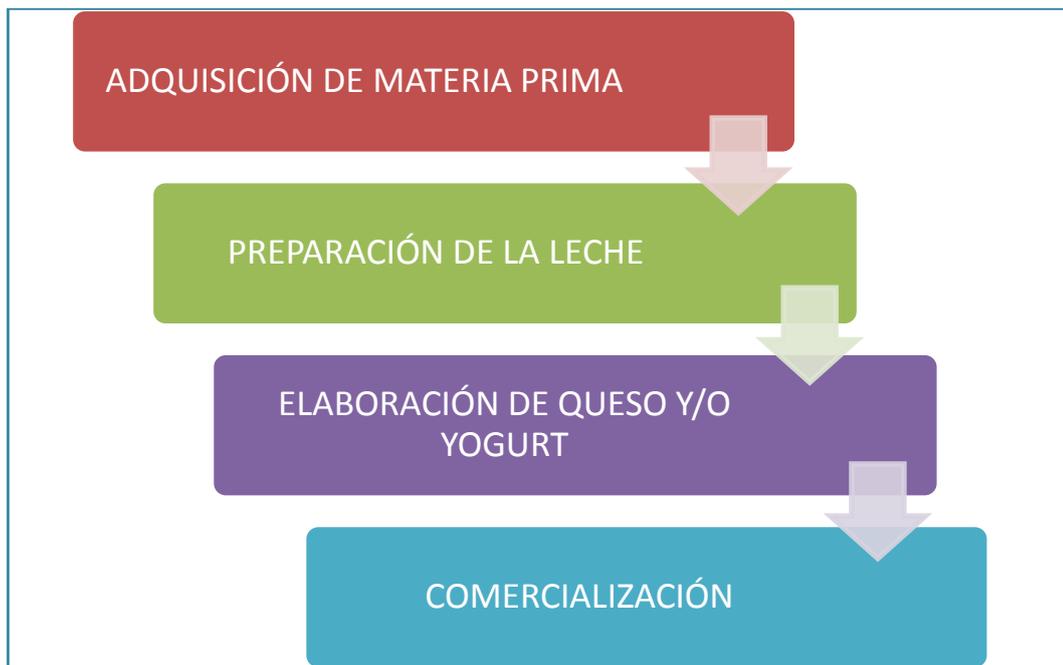
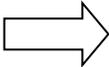


FIGURA Nº 4.4 Proceso productivo de lácteos

4.3.2.2. Flujogramas de procesos

Para representar los flujogramas de procesos se utilizará la simbología que se detalla a continuación:

CUADRO N° 4.2
SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN LOS FLUJOGRAMAS

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
 OPERACIÓN	Cambio o transformación en algún componente del producto, aplicando medios químicos
 TRANSPORTE	Desplaza un objeto de un lugar a otro. Ocurre cuando se lleva el objeto a una zona de espera o almacenamiento.
 INSPECCIÓN	Identificación, verificación de calidad, características y cantidad.
 ALMACENAJE O ARCHIVO	Puede ser de materia prima, productos o subproductos, residuos. El producto está inmóvil.
 DECISIÓN	Es el punto en el cual se decide si el proceso continúa o no.
 ENTRADA/SALIDA	Es la acción de entrada y/o salida de algún producto.

ELABORACIÓN: La Autora

A continuación se describen los flujo gramas que permiten detallar las actividades de la microempresa que son: obtención de la materia prima, procesamiento de la misma (yogurt y queso a base de leche de vaca), proceso de mercadeo y ventas.

a) Proceso de Elaboración de Queso Fresco

Los quesos son quizás los derivados lácteos más comunes y de mayor grado de comercialización, ya que pueden ser fabricados a partir de la

leche de cualquier especie animal. Su proceso de elaboración tiene los siguientes pasos:

- ❖ Transportación de la leche del área de almacenamiento al área de procesamiento.
- ❖ Termización
- ❖ Desnatado y normalización
- ❖ Cuajado
- ❖ Desuerado
- ❖ Salado
- ❖ Moldeado
- ❖ Envasado y etiquetado
- ❖ Almacenamiento y maduración
- ❖ Comercialización.

Flujograma de Elaboración de Queso

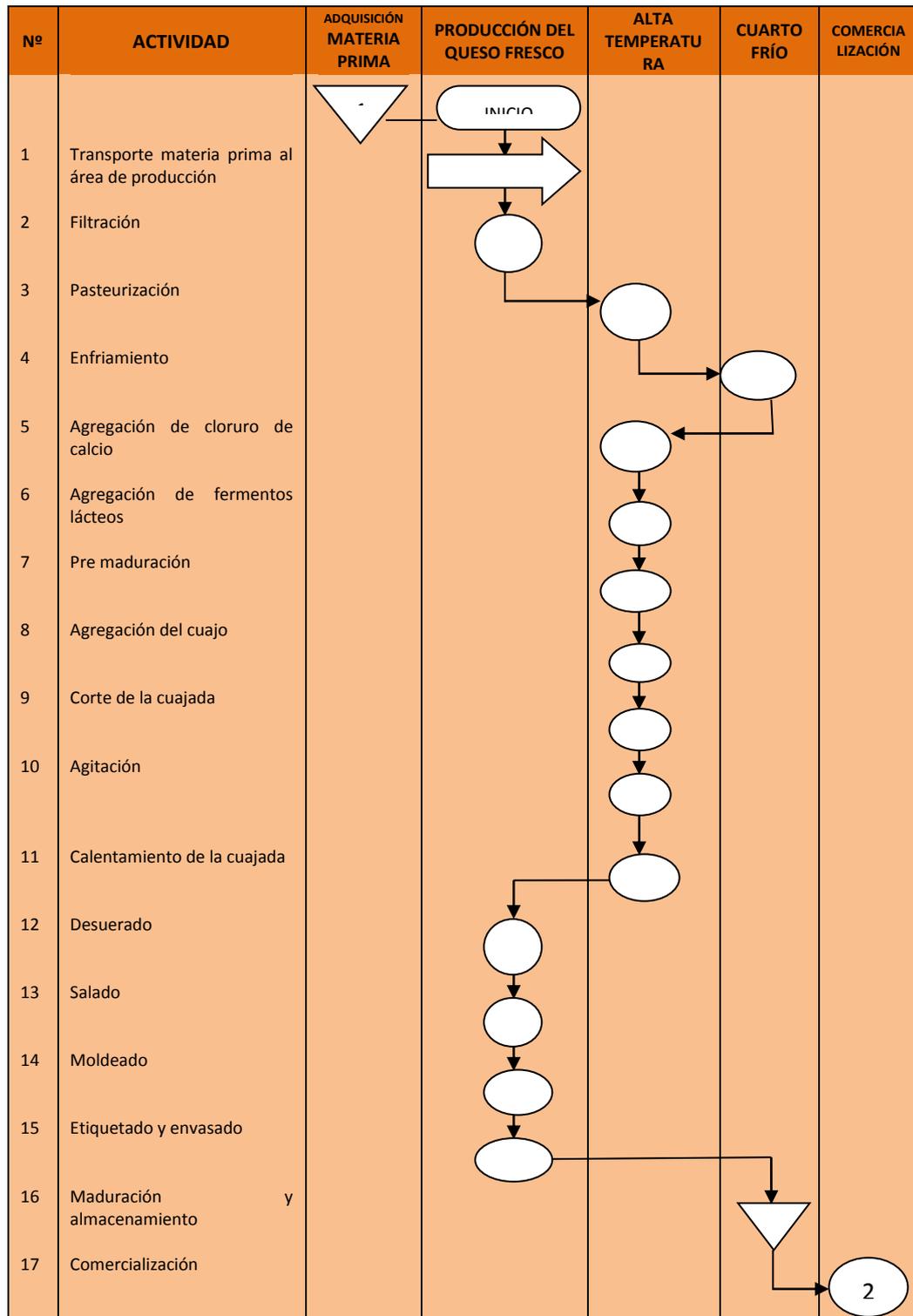


FIGURA Nº 4.5 Proceso elaboración de queso
ELABORACIÓN: La Autora

b) Proceso de Elaboración del Yogurt

Las leches fermentadas como el yogurt han alcanzado altos niveles de producción y mercadeo a nivel mundial, debido a la facilidad de fabricación y la aceptación del mercado consumidor. Los pasos del proceso propuesto se desarrollan a continuación:

- ❖ Recepción de la leche
- ❖ Tratamientos previos
- ❖ Homogeneización
- ❖ Preparación de la mezcla
- ❖ Pasteurización y enfriamiento
- ❖ Inoculación
- ❖ Incubación en envases y tanques
- ❖ Agitación, saborización, envasado
- ❖ Almacenamiento refrigerado
- ❖ Despacho

Flujograma de Elaboración del Yogurt

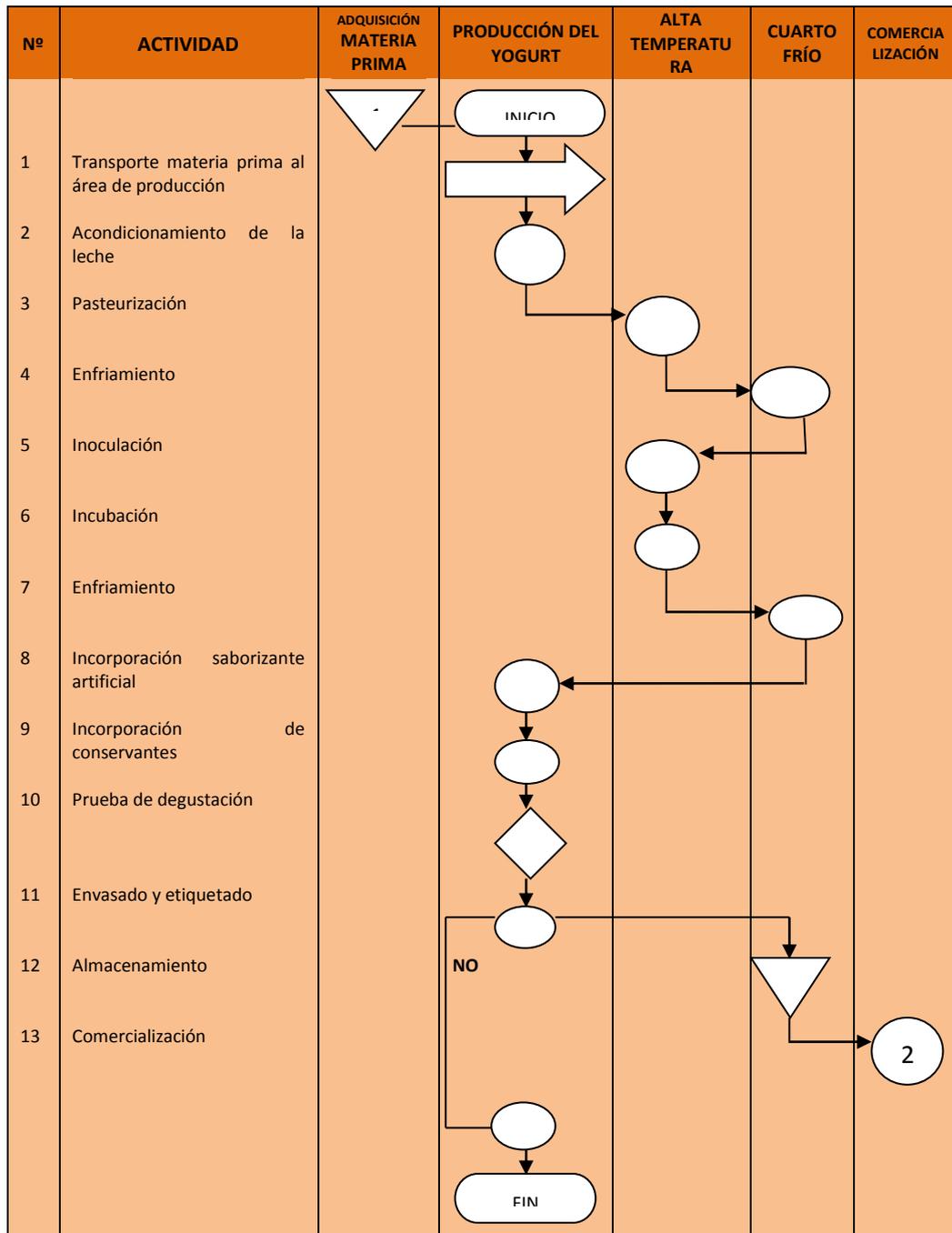


FIGURA Nº 4.6 Proceso elaboración yogurt de sabores
ELABORACIÓN: La Autora

c) Proceso de Mercadeo y Ventas

Ningún producto por más bueno que sea, o que esté elaborado con las mejores condiciones por sí solo no se vende, es por ello que se debe aplicar estrategias de comercialización adecuadas para atraer la atención de los consumidores y así poder cumplir con las ventas esperadas.

Flujograma de Mercadeo y Ventas

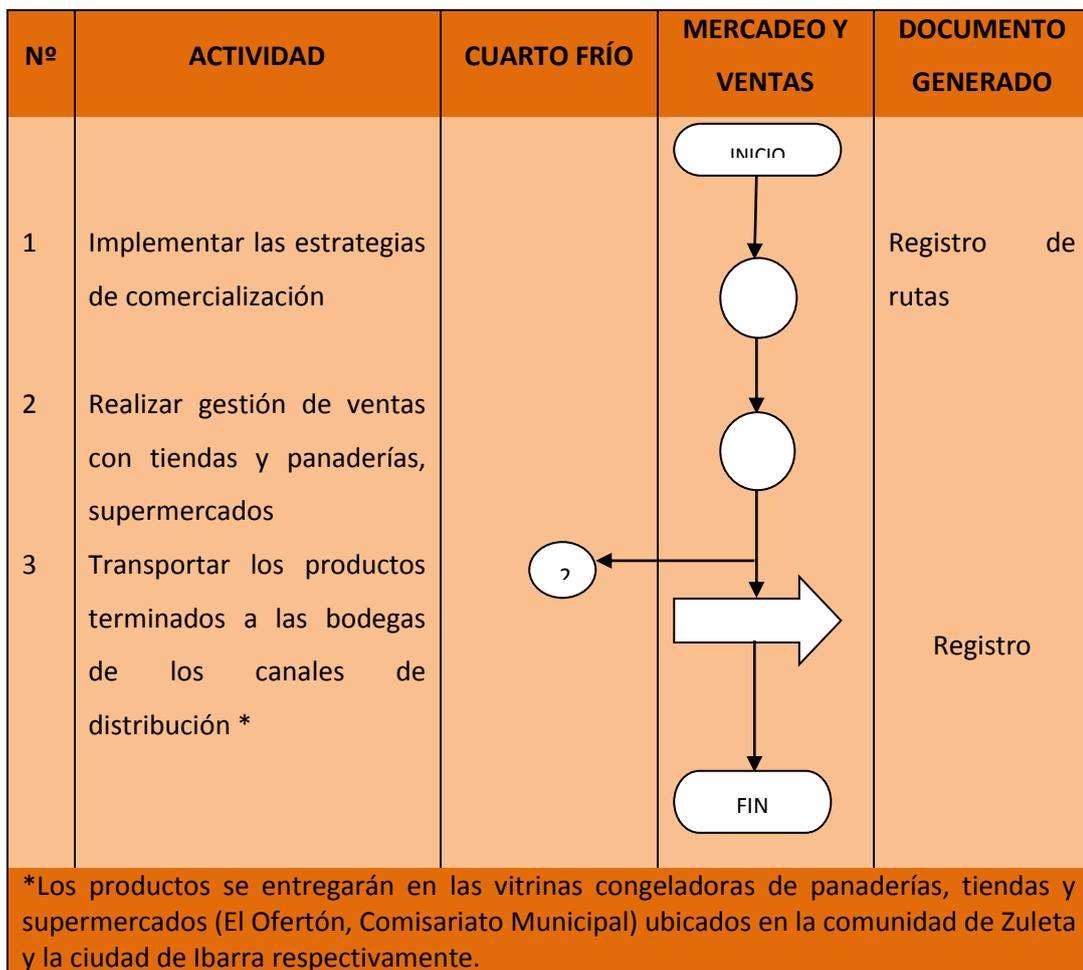


FIGURA N° 4.7 Proceso de mercadeo y ventas

ELABORACIÓN: La Autora

4.3.3. Requerimiento de mano de obra, equipos, vehículo, muebles y enseres

Para el normal desarrollo del proceso productivo de la microempresa Lácteos Zuleta, se requerirá de equipos, muebles y enseres de acuerdo al siguiente detalle:

CUADRO N° 4.3
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computador ATX Intel Dual Core 2.5	2	650.50	1,301.00
incluye Impresora Canon Multifunción			
Software Contable	1	672.00	672.00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios individuales	3	130.50	391.49
Sillas neumáticas	3	45.00	135.00
Sillas visita	4	30.00	120.00
Archivador metálico 3 gavetas	1	155.00	155.00
EQUIPO DE OFICINA			
Fax Panasonic KX-FT931LA	1	127.43	127.43
Sumadora Casio DR-240TM	3	115.00	345.00
VEHÍCULOS			
Furgón Mazda	1	10,600.00	10,600.00
TOTAL DE LA INVERSIÓN			13,846.92

ELABORACIÓN: La Autora

La microempresa Lácteos Zuleta requerirá de mano de obra directa e indirecta para sus diferentes áreas que permita cubrir la capacidad de la programación de producción y ventas. A continuación se detalla el personal requerido por la organización.

CUADRO N° 4.4

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

ÁREA	PERSONAL	No.	REMUNERACIÓN USD
ADMINISTRATIVA	Gerente General	1	1.000,00
	Contadora	1	500,00
	Secretaria	1	240,00
OPERATIVA	Aux. Producción	3	400,00
	Jefe de Planta	1	700,00
VENTAS	Chofer	1	350,00
	TOTAL	8	

ELABORACIÓN: La Autora

Todo el personal de la microempresa laborará bajo la modalidad de relación de dependencia con una remuneración fijada por lo que determina la Ley y de acuerdo al puesto.

4.3.4. Requerimiento de producción

4.3.4.1. Materia prima

La materia prima hace referencia a los elementos, partes o sustancias indispensables para la elaboración de los productos de Lácteos Zuleta. Es conveniente señalar el requerimiento de materia prima según del volumen de producción. Para el requerimiento anual de materia prima la microempresa considerará 336 días al año de producción, es decir, 7 días a la semana, 28 días al mes.

CUADRO Nº 4.5

MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA LA ELABORACIÓN DE QUESO

CONCEPTO	UNIDAD	REQUERIM. POR DÍA	REQUERIM. ANUAL	PRECIO USD	COSTO ANUAL
Leche	litros	500	168.000	0,36	60.480,00
Cuajo	Pastilla	7	2.352	0,20	470,40
Sal	gr	2500	840.000	0,00065	546,00
Cloruro de calcio	gr	50	16.800	0,007	117,60
Nitrato de Potasio	gr	100	33.600	0,005	168,00
TOTAL					61.782,00

ELABORACIÓN: La Autora

La microempresa va necesitar USD 61.782 anuales para su volumen de producción en quesos frescos.

CUADRO Nº 4.6

MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA LA ELABORACIÓN DEL YOGURT

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	REQUERIM. POR DÍA	REQUERIM. ANUAL	PRECIO USD	COSTO ANUAL
Leche	litros	500	168.000	0,36	60.480,00
Azúcar	kg	68,5	23.016	0,76	17.492,16
Esencias	ml	150	50.400	0,028	1.411,20
Estabilizantes	gr	750	252.000	0,02	5.040,00
Fermento Lácteo	gr	10	3.360	1,2	4.032,00
Colorante Vegetal	gr	10	3.360	0,025	84,00
Sorbato de Potasio	gr	50	16.800	0,016	268,80
TOTAL					88.808,16

ELABORACIÓN: La Autora

Para elaborar 600 litros de yogurt diarios la microempresa va a necesitar USD 88.808,16 anuales.

4.4. PRESUPUESTO TECNICO

La inversión inicial estará compuesta por los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo necesarios para iniciar las operaciones de la microempresa.

4.4.1. Inversión fija

**CUADRO N° 4.7
INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO**

DETALLE	COSTO
Equipo de Computación	1.973,00
Equipo de oficina	472,43
Muebles y enseres	801,49
Vehículo	10.600,00
Total	13,846.92

ELABORACIÓN: La Autora

La depreciación constituye la pérdida paulatina del valor de los activos fijos por desgaste en el uso. Los porcentajes de la depreciación son los establecidos por la Ley (LRT. Art. 25 numeral 6).

CUADRO N° 4.8

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCIÓN	Costo	% Depreciación Anual	Cuota Anual Depreciación
ÁREA ADMINISTRATIVA			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1,973.00	33%	651.09
EQUIPOS DE OFICINA	472.43	10%	47.24
MUEBLES Y ENSERES	801.49	10%	80.15
SUBTOTAL	3,246.92		778.48
ÁREA VENTAS			
VEHÍCULO	10,600.00	20%	2,120.00
SUBTOTAL	10,600.00		2,120.00
TOTAL	13,846.92		2,898.48

ELABORACIÓN: La Autora

4.4.2. Capital de trabajo

El monto de capital de trabajo estará destinado a cubrir remuneraciones, suministros, compra materia prima, empaques entre otros para un período de 90 días.

**CUADRO Nº 4.9
CAPITAL DE TRABAJO**

CONCEPTO	CANT.	VALOR	TOTAL
Arriendo Planta	1	6,000.00	6,000.00
Materias Primas			
Leche (litros)	28000	0.42	11,760.00
Insumos	global	88.19	2,469.18
Mano de Obra Directa			
Jornaleros	mes	518.60	518.60
Jefe de producción	mes	892.55	892.55
Materia Prima Indirecta			
Empaque al vacío 500g.	4070	0.10	407.00
Sachet	3360	0.005	16.80
Vasos 175 ml.	53760	0.07	3,763.20
Pomas 2 Lt.	3360	0.26	873.60
Capuchones vasos	57120	0.03	1,713.60
Placas diseño	global	200.00	800.00
Gastos Indirectos			
Servicios Básicos	global	474.60	474.60
Gastos Administrativos			
Sueldos administración	global	2,228.91	2,228.91
Suministros	global	72.00	72.00
Gastos de Ventas			
Sueldo chofer	mes	456.28	456.28
Degustación		100.00	1,200.00
Flyers	1000	0.04	37.50
Combustible por viaje	8	20.00	160.00
TOTAL MES			33,843.82
CAPITAL TRABAJO 3 MESES			101,531.45

ELABORACIÓN: La Autora

La microempresa va a necesitar USD 1.306, 20 por gastos de constitución mismos que se van a amortizar en 5 años según lo establece la Ley.

4.4.3. Inversión Diferida

**CUADRO N° 4.10
INVERSIÓN DIFERIDA**

CONCEPTO	VALOR USD
Aprobación del nombre o razón social	10,00
Depósito para apertura de cuenta bancaria	500,00
Pago honorarios de abogado	400,00
Patente Municipal y Bomberos	100,00
Afiliación a la Cámara de la Pequeña Industria	100,00
Costo exámenes de sangre y heces(8 personas)	84,00
Varios	50,00
Subtotal	1.244,00
Imprevistos 5% del Subtotal	62,20
TOTAL	1.306,20

ELABORACIÓN: La Autora

A continuación se presenta un resumen de cómo se administrará las inversiones:

**CUADRO N° 4.11
COMPOSICION DE LA INVERSION**

DESCRIPCIÓN	MONTO	INVERSIÓN	
		FINANCIADA 60%	PROPIA 40%
Activos Fijos	13.846,92	8.308,15	5.538,77
Activos Diferidos	1.306,20	783,72	522,48
Capital de Trabajo	101.531,45	60.918,87	40.612,58
Total	116.684,57	70.010,74	46.673,83

ELABORACIÓN: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

Este capítulo, correspondiente al estudio financiero en el cual se presentan los presupuestos de costos y gastos y los futuros ingresos que se generan a lo largo de su vida útil o periodo de evaluación, como también los estados financieros proyectados, los cuales permiten conocer los flujos de efectivo, en base de los cuales aplicamos la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que nos permiten conocer la viabilidad del proyecto.

5.1. PRESUPUESTO DE VENTAS

El presupuesto de ventas se elaboró mediante la producción de leche que se puede adquirir diariamente en la comunidad de Zuleta; en este caso es de 1000 litros diarios de materia prima, lo cual va a permitir elaborar las siguientes cantidades:

CUADRO Nº 5.1

VENTAS PROYECTADAS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Queso fresco 500 g.	48.837	50.302	51.811	53.366	54.967
Yogurt sachet 20 g. (un)	40.320	41.530	42.775	44.059	45.381
Yogurt vaso 175 ml. (un)	645.120	664.474	684.408	704.940	726.088
Yogurt poma 2 Litros (un)	40.320	41.530	42.775	44.059	45.381

ELABORACIÓN: La Autora

Para la proyección del volumen de ventas se parte con una producción de 48.837 quesos de 500 g. y 201.600 litros de yogurt para el primer año, incrementado el 3% desde el año 2 al año 5.

CUADRO Nº 5.2

PRECIOS PROYECTADOS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Queso fresco 500 g.	2.58	2.67	2.76	2.85	2.95
Yogurt sachet 20 g.	0.10	0.10	0.11	0.11	0.11
Yogurt vaso 175 ml.	0.40	0.41	0.43	0.44	0.46
Yogurt poma 2 litros	2.00	2.07	2.14	2.21	2.29

ELABORACIÓN: La Autora

La proyección de precios para los distintos productos a fabricar serán de acuerdo al resultados de las encuestas a intermediarios y al mercado e incrementado el 3,40% de inflación a julio del 2010.

CUADRO Nº 5.3

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Queso fresco 500 g.	126,000.00	134,192.52	142,917.72	152,210.23	162,106.94
Yogurt sachet 20 g.	4,032.00	4,294.16	4,573.37	4,870.73	5,187.42
Yogurt vaso 175 ml.	258,048.00	274,826.28	292,695.49	311,726.55	331,995.01
Yogurt poma 2 litros	80,640.00	85,883.21	91,467.34	97,414.55	103,748.44
TOTAL	468,720.00	499,196.17	531,653.91	566,222.05	603,037.80

ELABORACIÓN: La Autora

5.2. COSTO DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción están formados por Materia Prima, Mano de Obra y Costos Generales de Fabricación.

5.2.1. Materia prima directa

Para la producción de quesos y yogurt es necesario la compra de leche de vaca, el costo promedio por cada litro de leche es de USD 0,47. Para la proyección se utilizará el 3,40% porcentaje de la inflación a julio del 2010.

CUADRO Nº 5.4

COSTOS MATERIA PRIMA DIRECTA					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leche para quesos	168,000	173,040	178,231	183,578	189,085
Leche para yogurt	168,000	173,040	178,231	183,579	189,085
Total litros de leche	336,000	346,080	356,462	367,157	378,170
Precio x litro leche	0.47	0.49	0.50	0.52	0.54
COSTO MATERIA PRIMA	\$157,920.00	\$168,187.96	\$179,123.36	\$190,770.69	\$203,173.77

ELABORACIÓN: La Autora

El costo de insumos para la producción se detalla en los cuadros siguientes:

CUADRO Nº 5.5

COSTOS INSUMOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
QUESO FRESCO					
Cuajo	470.40	486.39	502.93	520.03	537.71
Sal	546.00	564.56	583.76	603.61	624.13
Cloruro de calcio	117.60	121.60	125.73	130.01	134.43
Nitrato de potasio	168.00	173.71	179.62	185.73	192.04
SUBTOTAL	1,302.00	1,346.27	1,392.04	1,439.37	1,488.31
YOGURT					
Azúcar	17,492.16	18,086.89	18,701.85	19,337.71	19,995.19
Esencias	1,411.20	1,459.18	1,508.79	1,560.09	1,613.14
Estabilizantes	5,040.00	5,211.36	5,388.55	5,571.76	5,761.20
Fermento lácteo	4,032.00	4,169.09	4,310.84	4,457.41	4,608.96
Colorante vegetal	84.00	86.86	89.81	92.86	96.02
Sorbato de potasio	268.80	277.94	287.39	297.16	307.26
SUBTOTAL	28,328.16	29,291.32	30,287.22	31,316.99	32,381.77
COSTO INSUMOS	29,630.16	30,637.59	31,679.26	32,756.36	33,870.07

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.2. Mano de obra directa

Hace referencia al personal que estará involucrado en el proceso de producción, para lo cual se contratará a 3 auxiliares de producción y 1 jefe de producción, los cuales percibirán un salario en relación de dependencia de acuerdo a lo que establece la Ley.

CUADRO Nº 5.6

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA								
CARGO	# Personas	Salario Básico Unificado	12.15% IESS	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Costo Anual	FONDOS DE RESERVA
OPERATIVA								
Jefe de Planta	1	700.00	85.05	58.33	20.00	29.17	10,710.60	58.33
Jornaleros	2	400.00	48.60	33.33	20.00	16.67	6,223.20	33.33
TOTAL	3	1,100.00	133.65	91.67	40.00	45.83	16,933.80	91.67

ELABORACIÓN: La Autora

Los fondos de reserva son considerados a partir del segundo año.

CUADRO Nº 5.7

PROYECCIÓN MANO DE OBRA					
CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPERATIVA		3.40%	3.40%	3.40%	3.40%
Jefe de Planta	10,710.60	11,135.08	11,513.67	11,905.13	12,309.91
Jornaleros	6,223.20	6,469.26	6,689.21	6,916.64	7,151.81
TOTAL	16,933.80	17,604.33	18,202.88	18,821.78	19,461.72

ELABORACIÓN: La Autora

La proyección del costo de mano de obra se proyecta al 3,40% porcentaje de la inflación a julio del 2010.

5.2.3. Costos indirectos de producción

5.2.3.1. Materiales indirectos

Se utilizará empaques de polietileno, pomos y vasos para el yogurt, y empaques al vacío para los quesos y proyectado al 3,40% según la inflación a julio del 2010.

CUADRO Nº 5.8

COSTO MATERIALES INDIRECTOS	
Empaque al vacío 500gr	4.883,72
Sachets	201,60
Vasos 175 ml	45.158,40
Pomos 2lt	10.483,20
Capuchones vasos	19.353,60
Placas diseño	640,00
Total Año 1	80.720,52
Año 2	84.191,50
Año 3	87.811,74
Año 4	91.587,64
Año 5	95.525,91

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.3.2. Otros costos indirectos

Son los gastos necesarios para la producción de los productos pero que no intervienen directamente en su proceso tales como los servicios básicos, el mantenimiento de la maquinaria, amortización gastos de constitución.

CUADRO Nº 5.9

GASTO ENERGÍA ELÉCTRICA						
DETALLE	CANT.	CONSUMO HORAS/DÍA	CONSUMO KW/H	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Tina pasteurizadora	1	8	0,13	1,04	29,12	349,44
Cortadora	1	8	0,13	1,04	29,12	349,44
Centrífuga	1	8	0,13	1,04	29,12	349,44
Balanzas	1	8	0,13	1,04	29,12	349,44
Selladora al vacío	1	8	0,13	1,04	29,12	349,44
Sellador capuchón	1	8	0,13	1,04	29,12	349,44
Cuarto frío	1	24	0,13	3,12	87,36	1.048,32
Iluminación	4	8	0,13	1,04	29,12	349,44
TOTAL					291,20	3.494,40
GASTO AGUA POTABLE						
DETALLE	CANTIDAD AL MES M3		COSTO M3	COSTO MENSUAL		COSTO ANUAL
Agua	100		0,54	54		648
TOTAL				54		648

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 5.10

VARIOS COSTOS INDIRECTOS		
Amortización Gastos de Constitución	21,77 al mes	261,24 anual
Mantenimiento Maquinaria	300,00 al mes	3.600,00 anual
Arriendo Planta	6.000,00 al mes	72.000,00 anual

ELABORACIÓN: La Autora

Como se indicó anteriormente la microempresa va a pagar un arriendo por la utilización de la planta procesadora de lácteos. La microempresa estará en la obligación de dar mantenimiento a los equipos y utensilios que forman parte del alquiler. Se proyectará un gasto equivalente al 5% mensual del valor de la alícuota de arriendo es decir USD 300 mensuales para este mantenimiento.

Los gastos de constitución se amortizarán a cinco años por un valor anual de USD 261,24.

5.2.4. Costos de distribución

5.2.4.1. Gastos administrativos

Los gastos administrativos corresponden a los pagos de sueldos y salarios correspondientes al área administrativa; de igual manera son los servicios básicos, depreciaciones, suministros de oficina; en este cuadro se cuantifica las vacaciones por prevención como como colchón por cuanto si ellos se van de vacaciones se tendrá que contratar reemplazos por cuanto no se puede dejar de producir.

CUADRO N° 5.11

GASTOS EN PERSONAL								
CARGO	# Personas	Salario Básico Unificado	12.15% IESS	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Costo Anual	FONDOS DE RESERVA
ADMINISTRACIÓN								
Gerente General	1	1,000.00	121.50	83.33	20.00	41.67	15,198.00	83.33
Contadora	1	500.00	60.75	41.67	20.00	20.83	7,719.00	41.67
Secretaria	1	240.00	29.16	20.00	20.00	10.00	3,829.92	20.00
TOTAL	3	1,740.00	211.41	145.00	60.00	72.50	26,746.92	145.00

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 5.12

PROYECCIÓN GASTOS PERSONAL					
CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRACIÓN		3.40%	3.40%	3.40%	3.40%
Gerente General	15,198.00	15,800.90	16,338.13	16,893.63	17,468.01
Contadora	7,719.00	8,024.53	8,297.36	8,579.47	8,871.18
Secretaria	3,829.92	3,980.82	4,116.17	4,256.11	4,400.82
TOTAL	26,746.92	27,806.25	28,751.66	29,729.21	30,740.01

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.4.2. Servicios básicos

La microempresa pagará el servicio telefónico el cual asciende a USD 40 mensuales, es decir USD 480 anuales.

5.2.4.3. Suministros de oficina

Para el desarrollo de las funciones administrativas es necesario adquirir suministros de oficina tales como hojas bond, esferos, grapadoras, carpetas (USD 72 mensuales), entre otros.

5.2.4.4. Gastos de ventas

Las respectivas entregas del producto al distribuidor estarán a cargo de un chofer mismo que hará las funciones de vendedor.

CUADRO Nº 5.13

COSTO MANO DE OBRA VENTAS								
Cargo	# Personas	Salario Básico Unificado	12.15% IESS	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Costo Anual	FONDOS DE RESERVA
Chofer	1	350,00	42,53	29,17	20,00	14,58	5.475,30	29,17
TOTAL	1	350,00	42,53	29,17	20,00	14,58	5.475,30	29,17

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 5.14

PROYECCIÓN COSTOS MANO DE OBRA VENTAS					
CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		3.40%	3.40%	3.40%	3.40%
Chofer	5,475.30	5,691.62	5,885.13	6,085.23	6,292.13
TOTAL	5,475.30	5,691.62	5,885.13	6,085.23	6,292.13

ELABORACIÓN: La Autora

Para poder cumplir con el plan de mercadeo será necesario realizar una publicidad que estará basada en degustaciones (USD 100,00 mensuales), utilización de flyers (USD 40 mensuales aproximadamente).

De igual manera la comercialización requerirá movilizar el vehículo de la microempresa, mismo que se lo hará los días lunes y viernes de cada semana, es decir, 8 viajes a la ciudad de Ibarra al mes a un costo de USD 20 por viaje, significando un gasto por transporte de USD 160 al mes por este motivo.

La depreciación del vehículo también será parte de los gastos de ventas

5.2.4.5. Gastos financieros

El monto financiado para la inversión es de \$ 70.010,74 el cual será otorgado por una entidad financiera a 5 años plazo a una tasa del 15,86% a agosto del 2010.

La cuota mensual a pagar durante este período se determinó mediante la siguiente fórmula:

$$VP = \frac{VF * i (1+i)^n}{((1+i)^n - 1)}$$

VP = Valor de amortización	=	?
VF = Valor del crédito	=	70.010,74
i = tasa activa anual	=	15,86%
n = Períodos de pago	=	60 meses

TABLA DE AMORTIZACIÓN:

$$VP = \frac{70.010,74 * 0,0132 (1+0,0132)^{60}}{((1+0,0132)^{60} - 1)}$$

\$. **2456.53**

CUADRO N° 5.15

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO				
Nº PAGOS	VALOR PRESENTE	INTERESES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	2,456.53	925.31	1,531.22	68,479.51
2	2,456.53	905.07	1,551.46	66,928.05
3	2,456.53	884.57	1,571.97	65,356.08
4	2,456.53	863.79	1,592.74	63,763.34
5	2,456.53	842.74	1,613.79	62,149.54
6	2,456.53	821.41	1,635.12	60,514.42
7	2,456.53	799.80	1,656.73	58,857.68
8	2,456.53	777.90	1,678.63	57,179.05
9	2,456.53	755.72	1,700.82	55,478.24
10	2,456.53	733.24	1,723.30	53,754.94
11	2,456.53	710.46	1,746.07	52,008.87
12	2,456.53	687.38	1,769.15	50,239.72
13	2,456.53	664.00	1,792.53	48,447.19
14	2,456.53	640.31	1,816.22	46,630.96
15	2,456.53	616.31	1,840.23	44,790.74
16	2,456.53	591.98	1,864.55	42,926.19
17	2,456.53	567.34	1,889.19	41,036.99
18	2,456.53	542.37	1,914.16	39,122.83
19	2,456.53	517.07	1,939.46	37,183.37
20	2,456.53	491.44	1,965.09	35,218.28
21	2,456.53	465.47	1,991.07	33,227.21
22	2,456.53	439.15	2,017.38	31,209.83
23	2,456.53	412.49	2,044.04	29,165.79
24	2,456.53	385.47	2,071.06	27,094.73
25	2,456.53	358.10	2,098.43	24,996.30
26	2,456.53	330.37	2,126.17	22,870.13
27	2,456.53	302.27	2,154.27	20,715.87
28	2,456.53	273.79	2,182.74	18,533.13
29	2,456.53	244.95	2,211.59	16,321.54
30	2,456.53	215.72	2,240.82	14,080.72
31	2,456.53	186.10	2,270.43	11,810.29
32	2,456.53	156.09	2,300.44	9,509.85
33	2,456.53	125.69	2,330.84	7,179.00
34	2,456.53	94.88	2,361.65	4,817.35
35	2,456.53	63.67	2,392.86	2,424.49
36	2,456.53	32.04	2,424.49	-0.00

5.2.5. BALANCES PRO-FORMA

5.2.5.1. Balance de Situación Inicial

El balance inicial muestra cuales son los activos, pasivos y capital contable con que cuenta la microempresa, además de la situación financiera, es decir que se tiene, que se debe.

MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN “LÁCTEOS ZULETA”
BALANCE INICIAL AÑO 0
AL 01 ENERO DEL AÑO xxxx

ACTIVO		
CORRIENTE		101,531.45
BANCOS	101,531.45	
FIJO		13,846.92
VEHÍCULOS	10,600.00	
MUEBLES Y ENSERES	801.49	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1,973.00	
EQUIPO DE OFICINA	472.43	
DIFERIDO		1,306.20
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1,306.20	
TOTAL DEL ACTIVO		<u>116,684.57</u>
PASIVO		
CORRIENTE		70,010.74
DOCUMENTOS POR PAGAR	70,010.74	
TOTAL DEL PASIVO		<u>70,010.74</u>
PATRIMONIO		46,673.83
INVERSIÓN PROPIA	46,673.83	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>116,684.57</u>

CONTADORA

GERENTE

5.2.5.2. Balance de pérdidas y ganancias proyectado

MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN “LÁCTEOS ZULETA”
BALANCE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 0
AL 31 DICIEMBRE DEL AÑO xxxx

CUADRO Nº 5.16

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PROYECTADAS	468,720.00	499,196.17	531,653.91	566,222.05	603,037.80
INGRESO POR VENTAS	468,720.00	499,196.17	531,653.91	566,222.05	603,037.80
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	365,208.12	380,765.86	397,107.35	414,377.16	432,627.87
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	103,511.88	118,430.31	134,546.56	151,844.89	170,409.94
(-) GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	27,525.40	28,584.73	29,530.14	30,507.70	31,518.49
SUELDOS Y SALARIOS	26,746.92	27,806.25	28,751.66	29,729.21	30,740.01
DEPRECIACIÓN	778.48	778.48	778.48	778.48	778.48
SUMINISTROS OFICINA	864.00	893.38	923.75	955.16	987.63
SERVICIOS BÁSICOS	480.00	496.32	513.19	530.64	548.69
GASTOS DE VENTAS	11,165.30	11,503.00	11,822.02	12,151.89	12,492.97
SUELDOS Y SALARIOS	5,475.30	5,691.62	5,885.13	6,085.23	6,292.13
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	1,650.00	1,706.10	1,764.11	1,824.09	1,886.11
DEPRECIACIÓN	2,120.00	2,120.00	2,120.00	2,120.00	2,120.00
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	1,920.00	1,985.28	2,052.78	2,122.57	2,194.74
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	64,821.18	78,342.59	93,194.40	109,185.30	126,398.47
(-) GASTOS FINANCIEROS	9,707.38	6,333.41	2,383.67	0.00	0.00
(=) UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN EMPLEADOS E IMPUESTO RENTA	55,113.79	72,009.17	90,810.73	109,185.30	126,398.47
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	8,267.07	10,801.38	13,621.61	16,377.80	18,959.77
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA	46,846.73	61,207.80	77,189.12	92,807.51	107,438.70
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	11,711.68	15,301.95	19,297.28	23,201.88	26,859.68
(=) UTILIDAD NETA PROYECTA	35,135.04	45,905.85	57,891.84	69,605.63	80,579.03

5.2.6. Flujo de caja con protección

CUADRO Nº 5.17

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<Inversión>	-116,684.56					
FUENTES DE INGRESOS						
Utilidad Neta		35,135.04	45,905.85	57,891.84	69,605.63	80,579.03
Depreciación		2,898.48	2,898.48	2,898.48	2,898.48	2,898.48
TOTAL DE INGRESOS		38,033.53	48,804.33	60,790.32	72,504.11	83,477.51
EGRESOS DE FONDOS						
Pago Financiamiento		19,771.02	23,144.99	27,094.73	0.00	0.00
TOTAL DE EGRESOS		19,771.02	23,144.99	27,094.73	0.00	0.00
FLUJO NETO PROYECTADO	-116,684.56	18,262.51	25,659.34	33,695.59	72,504.11	83,477.51

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.7. Estructura de la inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

INV. PROPIA	46,673.83	CAPITAL DE TRABAJO	101,531.45
INV.FINANCIADA	70,010.74	ACTIVOS FIJOS	13,846.92
		GTOS.CONSTITUCIÓN	1,306.20
INV. TOTAL	<u>116,684.56</u>	INV. TOTAL	<u>116,684.56</u>

5.2.8. COSTO DE CAPITAL

Los porcentajes de las tasas de ponderación se obtuvieron del Banco Central del Ecuador a agosto del 2010.

CUADRO Nº 5.18

COSTO DE CAPITAL				
RUBROS	VALOR	% ESTRUCTURA	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	46,673.82	40	4.25	170.00
Inversión Financiada	70,010.74	60	15.86	951.60
INVERSIÓN TOTAL	116,684.56		TASA PONDERADA	1,121.60
			Costo Capital Ck	11.22%
			Inflación anual	3.40%

ELABORACIÓN: La Autora

5.2.9. TASA DE REDESCUENTO MEDIO

$$\text{TRM} = (1 + C_k) (1 + \text{Inf}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0.112160) (1 + 0.034000) - 1$$

$$\text{TRM} = 0.14997$$

$$\text{TRM} = 15.00\%$$

5.2.10. EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera tiene como objetivo estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la microempresa de producción y comercialización de quesos y yogurt, para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación financiera como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio/Costo y Período de Recuperación.

5.2.10.1. Valor presente neto (VAN)

El VAN permite traer a valor presente los ingresos y egresos que generaría el proyecto durante los 5 años a una tasa de descuento del 15,00%, en consecuencia si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

$$\text{VAN} = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum \text{FC} / (1 + i)^n$$

$$\text{VAN} = \langle 116.684,56 \rangle + 140.406,95$$

VAN = \$ 23.722,39 > 0, en consecuencia, se acepta el proyecto.

El resultado del VAN es de \$ 23.722,39 por lo que se puede definir que el proyecto lácteo, tiene un rendimiento alto; por lo que se recomienda su ejecución en tanto las condiciones del mercado se mantengan.

5.2.10.2. Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de rentabilidad ampliamente aceptada, la cual va a mostrar si conviene invertir en el proyecto.

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

TIR = 21% > 15,00% (TRM) se acepta el proyecto

El criterio de aceptación que emplea el método de la TIR es que si ésta es mayor que el TRM, debe aceptarse la inversión; es decir, si el rendimiento de la microempresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, entonces la inversión es económicamente aceptable.

5.2.10.3. Punto de equilibrio

Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas de la microempresa no significan ni ganancias ni pérdidas en forma líquida. Se aplicará la siguiente fórmula para determinar el punto de equilibrio.

$$PE = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

Donde:

PE = Punto de equilibrio

CF = Costos Fijos

PVu = Precio de venta unitario

CVu = Costo variable unitario

5.2.10.4. Punto de equilibrio para quesos

PE = 33.311,1608/1,15

PE= 29.059 quesos para el año 1

PE\$= 74.971,22

La microempresa necesita vender 30 mil quesos aproximadamente para alcanzar su punto de equilibrio.

5.2.10.5. Punto de equilibrio para yogurt

$$PE = 99.933,4825 / 0,18$$

$$PE = 546.667 \text{ litros de yogurt al año } 1$$

$$PE\$ = 258.148,10$$

La microempresa necesita producir 547 mil litros de yogurt en el año 1 para alcanzar su punto de equilibrio.

5.2.10.6. Retorno de la inversión

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	AÑOS	2
	MESES	5

$$RI = \text{Inv. Inicial} * \# \text{ años proyectados} / \sum FC$$

$$\text{Inv. Inicial} = 116.684,56$$

$$\sum FC = 233.599,06$$

$$\# \text{ años} = 5$$

$$RI = (116.684,56 * 5) / 233.599,06$$

$$RI = 2,50 \text{ años}$$

En un período aproximado de 3 años se recupera la inversión inicial, tiempo en el cual los ingresos justificarán los egresos y permitirá cumplir con los objetivos del proyecto.

5.2.10.7. Beneficio costo (B/C)

La relación beneficio costo está representada por la relación ingresos / egresos y se calcula con la siguiente fórmula:

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

$$B/C = \frac{1758.288,98}{1470.914,91}$$

B/C = 1,20

La razón costo beneficio permite ver que la microempresa recupera 1,20 dólares por cada dólar de la inversión prevista.

5.3. RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

El propósito de realiza el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general del proyecto.

CUADRO 5.19
Indicadores de Evaluación Financiera

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA		
INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
VALOR ACTUAL NETO		VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO		VIABLE
RELACIÓN BENEFICIO COSTO		VIABLE
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		VIABLE

FUENTE: Investigación Propia

ELABORACIÓN: La Autora

5.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad indica las variables que afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.

Para el proyecto Lácteos Zuleta realizar simulaciones ficticias en base a la variación de ciertas variables de riesgo permitirán visualizar escenarios pesimistas y optimistas que pueden darse al modificar las siguientes variables: Precio, Materia Prima, Mano de obra directa e indirecta.

Estos indicadores se pueden modificar en caso de que la microempresa lo requiera, ya sea por estrategia o por imprevistos que puedan suceder.

5.4.1. Escenario pesimista

Para este escenario se ha considerado que los precios de los productos se reduzcan en un 5%, en el caso que ingrese al mercado otra microempresa con una política de precios más bajos que los que ofrecerá Lácteos Zuleta, en el cual se obtiene un VAN negativo <31.957,75>, por lo que se tendría que abandonar el proyecto, se logra una Tasa Interna de Retorno del 6% anual menor al TRM, su período de recuperación se lo haría recién al término de los 4 años.

Se ha considerado que se incremente el costo de la materia prima en un 10%, en el cual el VAN es negativo <16.453,58>, el TIR 11% menor al TRM del 15,00% por lo tanto el proyecto no sería considerado para su implantación.

Si se incrementara en 5% el costo de mano de obra directa e indirecta se logra un VAN positivo de 17.379,52, una TIR del 20% anual mayor al TRM del 15,00%, un B/C de \$1,19 y su período de recuperación en 2,61 años.

Por lo tanto esta variable sería susceptible de cambio el proyecto es favorable.

5.4.2. Escenario optimista

Para este escenario las variables que aumentarían serían el precio de venta de los productos en un 10% y el valor del arriendo de la planta de \$ 6.000 a \$ 8.000 mensuales.

Los resultados obtenidos para este escenario son un VAN positivo de 73.005,90, una TIR del 33%, una relación Beneficio Costo de \$ 1,242 la inversión se recuperaría en 1,92 años, por lo tanto se asegura un ingreso al mercado exitoso.

Considerando este escenario la microempresa en el primer año obtendría una utilidad neta proyecta de \$ 48.695.

5.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

El propósito de la evaluación económica procura la optimización de los recursos mediante la identificación de variables y efectos que causará la implementación de la planta procesadora de lácteos en situaciones de carácter social y económico.

Este proyecto tiene un efecto multiplicador, ya que por cada empleado contratado se benefician sus familias, ya que con los ingresos percibidos logran aportar al costo de la canasta básica.

CUADRO N° 5.20

VARIABLES	EFFECTOS
Generación de empleo	MULTIPLICADOR 8 familias con ingresos económicos 7 puestos de empleo (contadora, secretaria, jefe de planta, jornaleros, chofer)
	MEJORAMIENTO DE CALIDAD DE VIDA Estabilidad familiar Nutrición Vivienda Educación Capacitación Recreación
Producción de lácteos	Servicio al cliente interno y externo Estrategias de venta Salud integral de las familias de Zuleta e Ibarra.

ELABORACIÓN: La Autora

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. ASPECTO LEGAL

6.1.1. Creación de la microempresa

Del estudio realizado se desprende que la mejor alternativa para producir y comercializar el producto es creando la microempresa “Lácteos Zuleta” en la Comunidad Zuleta, arrendando una planta ya existente en las instalaciones del Colegio Agropecuario Zuleta.

La microempresa producirá los siguientes productos

6.1.1.1. Queso Fresco

6.1.1.2. Yogurt

6.1.2. Formación de la microempresa

Para la formación legal de la microempresa se celebrará una escritura pública de constitución.

6.1.2.1. Ente jurídico

Se constituirá como microempresa.

6.1.2.2. Socios

La microempresa se formará con una socia.

CUADRO N° 6.1

SOCIOS	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DOMICILIO
María Del Carmen Andrade	Casada	Ecuatoriana	Ibarra

ELABORACIÓN: La Autora

6.1.2.3. Desarrollo de actividades

Las actividades de producción y comercialización de la microempresa se realizarán bajo el nombre de “LÁCTEOS ZULETA”

6.1.2.4. Objetivo social

Oferta de productos derivados de lácteos como queso empacado al vacío y yogurt saborizado.

6.1.2.5. Capital

El capital inicial es de 116.684,56 cuyo aporte de la socia es de 46.673.82 y un crédito de 70.010.74

6.1.2.6. Domicilio

El domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Comunidad Zuleta, sector rural.

6.1.2.7. Cuenta bancaria

Se abrirá una cuenta bancaria a nombre de la microempresa en formación.

6.2. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.2.1. Constitución de la microempresa

La microempresa se constituirá de tipo unipersonal, según lo permite la Ley establecida en el Registro Oficial N° 196 del 26 de enero del 2006, la cual permite realizar actividades económicas constituida por una sola persona es decir gerente propietario, la cual deberá invertir con ingresos

propios y financiados en caso de ser necesario para la ejecución del proyecto.

Los requisitos para su constitución son Escritura Pública de constitución de la empresa. Inscripción en el Registro Mercantil, Depósito inicial en una cuenta bancaria a nombre de la microempresa.

A más de los requisitos de constitución Lácteos Zuleta deberá cumplir con una serie de normativas, que se detallan a continuación:

6.2.1.1. Normas INEN

El Registro Oficial N° 802 del 7 de agosto de 1984, contempla el Reglamento de Leche y Productos Lácteos, disposiciones que deberán ser consideradas en la administración de la planta. Estas normas son las siguientes:

- a) INEN 9 Leche Cruda
- b) INEN 1 528 Queso Fresco
- c) INEN 1 334 Rotulado de Productos Alimenticios para consumo humano.
- d) INEN 004 Leche y productos lácteos muestreo.

6.2.1.2. Registro sanitario

Sirve para facultar el funcionamiento de la planta y la comercialización de los productos a ser elaborados. Este registro es tramitado en el Instituto de higiene Izquieta Pérez.

Permiso de funcionamiento

Para su funcionamiento la planta deberá obtener el permiso de instalación y funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud, para lo cual se deberá presentar una solicitud a la que se adjuntará una copia del plano del proyecto y las siguientes especificaciones:

- a) Ubicación de la planta
- b) Certificado de uso de suelo (I.M.I)
- c) Distribución técnica
- d) Ventilación e iluminación
- e) Material y tipo de construcción
- f) Calidad, cantidad, origen y distribución del agua
- g) Desagüe y disposición de aguas servidas e industriales
- h) Maquinaria
- i) Descripción del proceso
- j) Lista de productos a procesarse

6.2.1.3. Certificados de salud

El personal que laborará en la planta deberá obtener el respectivo Certificado de Salud en la Dirección de Higiene del Municipio de la ciudad de Ibarra.

6.2.1.4. Registro único de contribuyentes (RUC)

Toda actividad comercial y productiva debe inscribirse en el RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas con la presentación de los siguientes requisitos:

- a) Original y Copia de la cédula de identidad del representante legal a color.
- b) Original y copia de la papeleta de votación.

c) Documento de servicio básico que certifique la dirección de ubicación de la planta.

6.3. ANÁLISIS INTERNO DE LA MICROEMPRESA

6.3.1. Logotipo y denominación de la microempresa



FIGURA Nº 6 .1 Logotipo de la microempresa

6.3.2. Base filosófica de la microempresa

6.3.2.1. MISIÓN

Mejorar el nivel de vida de las personas ofreciendo productos derivados de la leche de excelente calidad y a precios aceptables por el mercado, generando satisfacción en los consumidores de la comunidad de Zuleta y la ciudad de Ibarra.

6.3.2.2. VISION

Para el año 2015 la microempresa logrará que los consumidores de la comunidad de Zuleta y de la ciudad de Ibarra reconozcan a Lácteos Zuleta como un proveedor confiable, con productos de alta calidad que satisfagan los paladares de los consumidores.

6.3.3. VALORES Y PRINCIPIOS

6.3.3.1. Valores

Son las cualidades morales que permiten trabajar con responsabilidad ética y social para el cumplimiento de las labores empresariales. Para Lácteos Zuleta los valores que tomará en cuenta son los siguientes:

a) Puntualidad

Ser puntuales es la mejor forma de mostrar nuestro respeto para con nosotros mismos y con los demás, es un valor que exigimos de los demás como una norma de conducta irrevocable.

b) Honestidad

Decir lo que se hace y hacer lo que se dice es parte esencial de nuestra cultura, gustamos de defender actores honestos.

c) Transparencia

Es la base fundamental de toda relación y no están ajenas a dicho valor las relaciones de trabajo, de negocios y familiares; valoramos a la gente sincera y limpia de corazón.

d) Sencillez

Amar lo simple, lo amigable, lo solucionable, gozar creando soluciones simples a las dificultades, la microempresa cree que lo simple es simplemente natural.

e) Solidaridad

Pensar siempre en los demás, retribuir a la comunidad, apoyar en la educación, salud y formación de los niños de Zuleta ya que será la matriz de nuestros negocios.

f) Respeto

El permanente respeto a nuestros colaboradores, las leyes, normas internas y externas en el quehacer diario de los negocios.

4.6.3.2. PRINCIPIOS

Son componentes éticos que permitirán la toma de decisiones dentro de la organización. La microempresa tendrá los siguientes principios:

a) Trabajo en equipo

Constituir un grupo de trabajo firme y persistente, para afrontar dificultades y con el aporte individual dar soluciones y llenar las expectativas de la organización

b) Calidad

Cada uno de los miembros de la empresa debe realizar su trabajo eficientemente para satisfacer las necesidades de los clientes.

c) Competitividad

Capacidad para poder competir en un mercado globalizado.

6.3.4. OBJETIVOS EMPRESARIALES

6.3.4.1. Objetivo a corto plazo

Implementar un sistema de buenas prácticas productivas, para lograr obtener un producto final de alta calidad, el mismo que sea competitivo dentro del mercado.

6.3.4.2. Objetivo a largo plazo

Alcanzar eficiencia con la utilización del 100% de la capacidad de la planta, tanto en los procesos administrativos como productivos en un plazo de cinco años a partir de la apertura de la microempresa.

6.4. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

Esta estructura permite determinar quienes dirigen, asesoran y ejecutan las actividades y operaciones dentro del proceso administrativo de la microempresa.

6.4.1. Organigrama estructural

MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN LÁCTEOS ZULETA

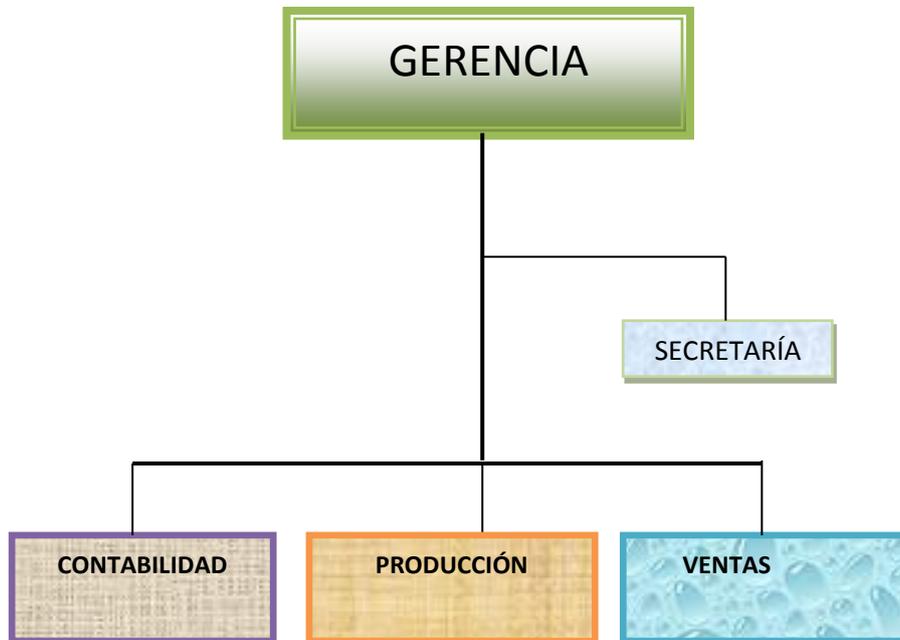


FIGURA Nº 6 .2 Organigrama estructural

6.4.2. Organización interna

La microempresa localiza tres niveles operantes en los cuales se desarrollarán las actividades de la microempresa, pilar fundamental de su puesta en marcha.

Los principales niveles operantes son los siguientes:

6.4.2.1. Nivel Ejecutivo

Lo conforma el Gerente, es el puesto de mayor jerarquía dentro de la microempresa, es quien ejecuta las políticas generales, administra, coordina y supervisa todos los recursos de la organización (materiales,

humanos y financieros) para alcanzar los objetivos propuestos por la Lácteos Zuleta.

6.4.2.2. Nivel Administrativo

Este nivel está integrado por la contadora y la secretaria.

a) Contadora

Es la encargada de llevar registros y libros de todas las transacciones y movimientos realizados dentro de la microempresa, de manera oportuna para la toma de acciones y decisiones para el buen desarrollo de la microempresa. Además cumplir con todas las disposiciones legales que determina la ley.

b) Secretaria

Es la encargada de elaborar las formas y documentos correspondientes al giro de la microempresa. También realiza actividades de apoyo a la Gerencia General y de atención al cliente, se hace cargo de la ubicación del producto en el mercado y proporcionar al público una buena imagen corporativa.

6.4.2.3. Nivel Operativo

Constituye el personal técnico y operador de la producción y comercialización del producto.

a) Jefe de producción

Es el encargado de la planificación, organización, ejecución y control del proceso productivo, a la vez la verificación de la calidad del producto a venderse.

b) Jornaleros

Es el personal que se encargará directamente de la producción, y está subordinado al Jefe de producción.

c) Chofer

Es la persona que se encargará de la movilización y entrega de los productos hacia los diferentes sitios de distribución, también transportará la materia prima e insumos necesarios para la producción, colaborará con la apertura de nuevos clientes.

6.5. MANUAL DE FUNCIONES

La delineación del perfil debe contener preparación académica, características físicas, habilidades técnicas y mentales.

A continuación se detalla la descripción de puestos y funciones que tienen bajo su responsabilidad cada uno de los miembros de esta organización.

6.5.1. Área Administrativa

GERENTE GENERAL

Finalidad del Cargo:

- Establecer un liderazgo de manera que controle y evalúe las actividades de trabajo de manera que mantenga la imagen empresarial.

Funciones:

- Ejercer la representación legal de la microempresa.
- Desarrollar y ejecutar planes y programas para alcanzar los objetivos organizacionales.
- Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa.
- Programar y administrar los recursos económicos.

- Evaluar y analizar los resultados operacionales, administrativos y financieros de la microempresa.

Requerimientos:

Educación

- Superior Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, Administración de Empresas o afines.

Conocimientos

- De Contabilidad, Administración, ventas, marketing, software contable. Experiencia de 2 años en cargos similares.

Habilidades

- Administración, control y orden
- Manejo eficiente de talento humano
- Relaciones interpersonales
- Actitud negociadora

Características

- Honestidad, ética profesional, innovador, creativo

CONTADORA

Finalidad del Cargo:

- Mantener la información actualizada sobre el estado financiero y presupuestario de la microempresa facilitando así la gestión comercial.

Funciones:

Realizar actividades del manejo contable de la microempresa como:

- Elaborar variaciones presupuestarias.
- Archivos de contabilidad.
- Procesar información para elaborar los reportes fiscales.
- Entregar mensualmente estados financieros para la toma oportuna de decisiones.

Requerimientos:

Educación

- Superior Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

Conocimientos

- Software contable, Ley Tributaria, Ley Laboral, computación.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

Habilidades

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- Manejo transparente de sus funciones.
- Facilidad para representar a la empresa en los asuntos concernientes al cargo.

Características

- Cooperación y creatividad
- Honestidad y ética profesional

SECRETARIA

Finalidad del Cargo:

- Elaborar las formas y documentos correspondientes al giro de la empresa
- Apoyo a la gerencia y atención al cliente.

Funciones:

- Coordinar la agenda, reuniones, citas y atender llamadas telefónicas.
- Recibir y despachar comunicaciones, circulares, memorandos.
- Manejar y archivar la documentación.
- Comunicación directa y clara del servicio con clientes.
- Responsable de equipos y suministros de oficina.

Requerimientos:

Educación

- Superior Licenciada en Secretariado Ejecutivo.

Conocimientos

- Manejo de archivos, computación, internet.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

Habilidades

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- Facilidad para establecer contactos.

Características

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa
- Buena presencia.
- Honestidad y ética profesional.

6.5.2. Área Operativa

JEFE DE PRODUCCIÓN

Finalidad del Cargo:

- Control del proceso productivo, para una entrega eficiente al cliente.

Funciones:

- Planear y definir metas de producción.
- Controlar de manera adecuada la obtención de materia prima
- Analizar correctamente la composición química de la materia prima para la realización bajo los estándares de calidad nuestros productos.
- Realizar el control de calidad de los productos antes de su comercialización.
- Buscar los mecanismos para mejorar los tiempos de producción.

Requerimientos:Educación

- Superior Ingeniero en Agroindustrial.

Conocimientos

- Manejo de elaboración de quesos y yogurt.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

Habilidades

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- Facilidad para identificar nuevas técnicas de procesamiento.
- Experiencia en la producción de diversos lácteos.

Características

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa
- Honestidad.

JORNALEROS

Finalidad del Cargo:

- Brindar apoyo en el correcto proceso productivo de elaboración de quesos y yogurt.

Funciones:

- Ejecutar las acciones de producción.
- Operar los equipos necesarios para la producción.
- Mantener la limpieza tanto de las máquinas como de las instalaciones.
- Realizar el proceso de pasteurización de dichos productos
- Manejar la materia prima adecuadamente para que no exista desperdicios de la misma
- Reportar las fallas que existan en la maquinaria, para que pueda ser revisada por técnicos especializados.

- Cuidar y guardar las herramientas que utilicen en su trabajo.
- Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato

Requerimientos:

Educación

- Bachiller Agroindustrial.

Conocimientos

- Manejo de producción láctea.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

Habilidades

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- Creatividad para elaborar nuevos productos.

Características

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa

6.6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN

La microempresa Lácteos Zuleta para realizar la contratación de sus empleados seguirá algunos pasos como son: reclutamiento, selección, contratación, inducción, los que se detallan a continuación:

6.6.1. Reclutamiento

El medio de reclutamiento que se ha escogido es la prensa escrita local como el Diario del Norte, ya que llega a todo el norte del país y atrae a buen número de aspirantes. Se realizará publicaciones los fines de semana sábados y domingos una publicación respectivamente.

6.6.2. Selección

Una vez que se cuente con los aspirantes, se escogerá a los más aptos para desempeñar el puesto requerido. Se procederá a realizar una entrevista para conocer sus habilidades y experiencia que tenga para

cubrir el puesto. Luego se procederá a aplicar pruebas de idoneidad para determinar quien queda con el cargo.

6.6.3. Contratación

En la microempresa Lácteos Zuleta, se establecerán contratos laborales con los trabajadores para un año; los contratos llevarán cláusulas en las que se indique el valor del salario, las prestaciones que establece la ley, la duración del contrato, derechos y obligaciones del contrato entre otras.

Los empleados deberán trabajar 8 horas diarias según lo que dispone la ley, esto es de 7H00 a 12H00 y de 14H00 a 17H00, con dos horas libres para el almuerzo.

6.6.4. Inducción

Una vez que se haya contratado al empleado, se procederá a realizar la inducción, misma que realizará el jefe del área; es decir a los obreros la inducción la realizará el jefe de producción.

La inducción será para dar a conocer al personal nuevo la base filosófica de la microempresa, las funciones del puesto que va a desempeñar; para ello se utilizará diversos medios de soporte como dípticos, manuales, para el área operativa se capacitará sobre el uso y manejo de las maquinarias, el proceso de producción y las presentaciones del productos terminado.

En cuanto a las **capacitaciones** se contratarán instructores especializados en las distintas áreas de la microempresa siempre y cuando los jefes de las mismas no las puedan impartir.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

En el Ecuador debido al masivo deterioro de varios elementos ambientales como la contaminación de los ríos, suelos, aire, problemas graves como la deforestación, la paulatina deforestación de zonas ecologistas no gubernamentales, se han creado organismos de control de la calidad ambiental y la promulgación de leyes, reglamentos y acuerdos ministeriales para definir un marco legal.

Por lo tanto todo proyecto de desarrollo o de inversión debe garantizar el cuidado de impactos negativos tanto para el ambiente como el desarrollo humano.

Por estas razones es de gran importancia el desarrollo del análisis de los impactos que más adelante se detallan.

7.2. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

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

La estimación se dará según los niveles de impacto que en la siguiente tabla se detallan:

7.2.1. Niveles de Impacto

CUADRO Nº 7.1

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

Para el cálculo de la valoración de los impactos se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. De Indicadores}}$$

7.2.2. Impacto Socio Económico

CUADRO N° 7.2

Indicadores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de empleo							x	3
Incentivo al consumo							X	3
Mejoramiento calidad de vida							X	3
Rentabilidad						X		2
Contribuye al desarrollo socio económico de la comunidad						X		2
Total						4	9	$\Sigma 13$

Impacto Socio Económico = $13 / 5 = 2,60 \approx 3$

IMPACTO POSITIVO ALTO

ANÁLISIS:

Este proyecto tiene una incidencia económica de vital importancia para la sociedad ya que se está creando fuentes de trabajo especialmente para los pobladores de la comunidad de Zuleta donde se ubicará la microempresa; esta generación de empleo estará dada por la necesidad de incorporar mano de obra calificada y no calificada. Se mejorará el nivel de calidad de vida ya que se elaborarán productos siguiendo las normas de calidad e higiene señaladas por el INEN, garantizando su consumo, por lo tanto mejorando la alimentación y la salud de las familias. Las personas involucradas en la comercialización incrementarán sus ingresos económicos con la introducción de la nueva marca al mercado.

La ejecución del proyecto impulsará el desarrollo económico social de la comunidad de Zuleta ya que la presencia de expertos en la planta a

través de sus conocimientos y experiencias brindarán asesoramiento técnico a la zona.

7.2.3. Impacto Empresarial

CUADRO Nº 7.3

Nivel de Impacto <i>Indicadores</i>	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Estrategias de mercado						X		2
Competencia							X	3
Satisfacción de necesidades						X		2
Experiencia y capacitación						X		2
Total						6	3	$\Sigma 9$

Impacto Empresarial = $9 / 4 = 2,25 \approx 2$

IMPACTO POSITIVO MEDIO

ANÁLISIS:

El proyecto pretende cubrir la demanda insatisfecha local del producto, ya que Lácteos Zuleta está ubicado en un sitio estratégico. Para ingresar al mercado de la ciudad de Ibarra la microempresa implantará estrategias comerciales que permitan dar a conocer la calidad y beneficios de la nueva marca que satisfaga las necesidades de los consumidores, para ello será necesario contar con personal altamente capacitado y experimentado para poder administrar todos los recursos de la microempresa.

7.2.4. Impacto Educativo Cultural

CUADRO N° 7.4

<i>Indicadores</i>	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de conocimientos							X	3
Preservación de la salud							X	3
Manejo administrativo de los recursos						X		2
Total						2	6	$\Sigma 8$

Impacto Educativo Cultural = $8 / 3 = 2,67 \approx 3$

IMPACTO POSITIVO ALTO

ANÁLISIS:

Las propiedades bacteriostáticas del yogurt evitan las infecciones, siendo un alimento catalogado como un producto de alta digestibilidad; de igual manera el queso ayuda a prevenir enfermedades en los huesos por lo tanto ayudan a preservar la salud. Con la creación de la microempresa los estudiantes de Colegios de la zona podrán realizar pasantías que les permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos y obtener experiencia laboral. Todos los involucrados recibirán continuas capacitaciones tanto en el aspecto técnico operativo como el manejo adecuado de los recursos.

7.2.5. Impacto Ambiental

CUADRO N° 7.5

<i>Indicadores</i>	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Alteraciones sobre el suelo							X	3
Ruido impacto sobre los trabajadores						X		2
Impacto sobre los alrededores							X	3
Contaminación del aire					X			1
Aguas de desecho			X					-1
Total			-1		1	2	6	$\Sigma 8$

Impacto Ambiental = $8 / 5 = 1,6 \approx 2$

IMPACTO POSITIVO MEDIO

ANÁLISIS:

La operación de la planta procesadora de yogurt y queso, no hace uso ni alteraciones sobre el suelo, la edificación ya está construida. La maquinaria que la microempresa va a hacer uso emite un ruido moderado que es tolerable por los seres humanos. Para los vecinos de la planta no tiene ningún efecto dañino ya que no genera desperdicios químicos.

La planta hace uso de energía eléctrica por lo tanto si daña la atmósfera. El proyecto envía las aguas de desecho por el alcantarillado dañando los ríos.

7.2.6. Matriz General

CUADRO N° 7.6

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ámbito							
Socio Económico							X
Empresarial						X	
Educativo Cultural							X
Ambiental						X	
<i>TOTAL</i>						4	6

Σ 10

Nivel General = $10 / 4 = 2,5 \approx 3$

IMPACTO POSITIVO ALTO

ANÁLISIS:

Por lo mostrado en el análisis de impactos que tendrá el proyecto y que es valorado con 3 puntos como promedio en la matriz general, el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al procesamiento de lácteos tendrá un Impacto Positivo Alto por lo que plantea una expectativa de implantar la propuesta, misma que beneficiará directamente a la sociedad productora y consumidora, ya que los ganaderos domésticos de Zuleta tendrán un sitio seguro a quien vender su producción de leche y la población en general podrá adquirir producto fresco de calidad y elaborado en su zona, dará oportunidad de trabajo escoger entre una variedad de productos existentes en el mercado y en lo posible evitará la contaminación del medio ambiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- El diagnóstico situacional entregó importante información de la principal área de vinculación Proyecto, la Comunidad de Zuleta, identificando condiciones óptimas para la implementación de la microempresa de producción y comercialización de quesos y yogurt. Existen las condiciones suficientes para la implantación de la microempresa: producción de leche en grandes cantidades, hábitos de consumo, facilidad de conseguir mano de obra, disponibilidad de recursos financieros y alguna experiencia productiva.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado.
- El estudio de mercado revela que no existe una venta directa del productor al consumidor final, por lo que “Lácteos Zuleta” implementará una distribución que permita satisfacer las necesidades de los clientes con una entrega oportuna y en las mejores condiciones sanitarias. Esta investigación de mercado también demuestra la aceptación de la nueva marca que se quiere introducir en el mercado. Se concluyó, además, que la producción de Lácteos Zuleta en un 50% permitirá ingresar al mercado de la ciudad de Ibarra con la nueva marca.
- Del estudio técnico realizado se desprende que existen las condiciones materiales y experiencias productivas necesarias como para lograr un mayor volumen de producción de quesos y yogurt. Se

establecieron las condiciones técnicas y diagramas de proceso de producción y comercialización. El proyecto comenzará arrendado la planta, beneficiando a la inversionista ya que en un inicio su aporte es razonable.

- El Estudio de factibilidad realizado demuestra que es viable la creación de una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de productos a base de leche vaca como son el queso y el yogurt de sabores en la Comunidad de Zuleta de la Parroquia de Angochagua, pertenecientes al Cantón Ibarra. El Estudio económico-financiero permitió visualizar la información y sobre la base de ésta se logró establecer la factibilidad económica del proyecto diseñado. Así pues, en base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que es factible financieramente debido a presenta un VAN positivo de \$23.722,39, la TIR se ubica en un 21% anual, mayor que el TRM, lo que garantiza que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad, con un tiempo de recuperación de 2 años 5 meses aproximadamente, la relación beneficio costo es de \$1,20; justificando la inversión.

- Se prevé que la nueva empresa inicie sus operaciones y posterior funcionamiento con claras estrategias administrativas y de organización. En cuanto a la mano de obra de la zona será la beneficiada con la creación de la microempresa a través de la oferta de fuentes de empleo, ya que la tecnología a utilizarse no es sofisticada y el manejo siempre tendrá una capacitación previa.

- Del análisis de impactos del Proyecto se desprende que éste tendrá más impactos positivos, puesto que beneficiará directamente a la comunidad de Zuleta y la población colindante, sin que existan mayores riesgos o impactos negativos. A escala de 3 el proyecto tiene un impacto general alto positivo de 2.5.

RECOMENDACIONES:

- Como microempresa no buscar solamente la rentabilidad económica para la misma, sino generar cada vez más fuentes de empleo conforme crezca la producción, promoviendo de esta manera el entorno productivo y económico de la comunidad.
- El presente Proyecto se lo debe considerar como un avance de la investigación en el campo del procesamiento de lácteos. De allí la necesidad de continuar el estudio de otras realidades y concretar en otros proyectos similares, con el fin de ampliar las zonas productivas, dinamizando la economía.
- Se deben Incursionar en el desarrollo de otros productos y de mayor valor comercial pero que aborden el mismo mercado de forma que se amplíen las ventas y se mejoren los márgenes de rentabilidad del proyecto. El tener una demanda insatisfecha en la comunidad de Zuleta, es importante para la microempresa; por lo que, Lácteos Zuleta deberá rebasar las expectativas de los clientes, mediante la entrega de un producto altamente confiable para la salud, calidad y precio. Será necesario realizar campañas publicitarias para promocionar a la microempresa, en donde se realicen degustaciones del producto, ingresar a Escuelas y Colegios, apoyar a evento socio culturales y / o deportivos, y más estrategias que permitan llamar la atención de un target cada más creciente.
- Aprovechar que el proyecto avizora rentabilidad económica que adquirir tecnología propia y en el horizonte del proyecto dejar de arrendar la planta procesadora de lácteos. Se recomienda contactar a los mejores productores de leche de la zona para obtener de esta manera una materia prima de calidad, que cumpla con los requerimientos INEN para garantizar la calidad final del producto.

- Para que la microempresa Lácteos Zuleta funcione legalmente tendrá que realizar los trámites de constitución y obtener todos los permisos de funcionamiento necesarios para no incurrir en negligencias.
- Las capacitaciones oportunas y continuas dictadas a la mano de obra con respecto al uso de maquinarias y aditivos a los productos, al igual que normas de higiene será el plus que tendrá el personal de Lácteos Zuleta.
- Se deben reforzar y ampliar los efectos positivos que tendría el Proyecto; y, por otro lado, contrarrestar al máximo algún impacto negativo, como por ejemplo aguas de desecho o alteraciones sobre el suelo que tienen efectos nocivos para la naturaleza.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA VÉLEZ Germán; Proyectos formulación, evaluación y control, San Fernando, Cali Colombia, 1998.

BACA URBINA Gabriel; Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, Cuarta Edición, México, 2001.

BOYD Harper; Investigación de mercados, textos y casos, Balderas México, 1990.

CALDAS MOLINA Marco; Preparación y evaluación de proyectos, Tercera Edición, Publicaciones H, Quito Ecuador, 1995.

CENTRO de Información y Documentación Empresarial sobre Iberoamérica capítulo Ecuador.

CHILQUINGA J. Manuel; Costos, Primera Edición, Imprenta Offset Graficolor, Ibarra Ecuador, 2007.

CONTRALORÍA General del Estado; Curso de Control de Gestión de la Administración Pública, Ibarra, 2008.

ENCARTA ENCICLOPEDIA; Microsoft 2007.

EROSA Victoria; Proyectos de inversión en ingeniería, Editorial Limusa Noriega, México, 1998.

INSTITUTO de estadísticas y censos INEC 2001.

JÁCOME V. Walter; Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Editorial Universitaria, Ibarra Ecuador, 2005.

KOTLER Philip y **ARMSTRONG** Gary; Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Prentice-Hall Hispanoamericana SA., México, 1998.

MINISTERIO de Agricultura, Ganadería y Pesca **MAGAP**.

PLAN de Manejo y Desarrollo de la Comunidad de Zuleta 2009.

REYES PONCE Agustín; Administración de Empresas teoría y práctica, Trigésima novena reimpresión, Editorial Limusa, México, 1993.

ROMEUF J; Economía Empresarial, Colombia,1980.

SAPAG Nassir; Evaluación de inversión en la empresa, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, Buenos Aires, 2002.

SARMIENTO Rubén; Contabilidad General, Novena Edición, Editorial Voluntad, Quito Ecuador, Agosto 2003

VÁSQUEZ Lola y **SALTOS** Napoleón; Ecuador su realidad, Fundación José Peralta, Quito Ecuador, 2006.

LINKOGRAFÍA

<http://www.alimentosecuador.com>

<http://www.floralp-sa.com>

<http://www.tonisa.com>

<http://www.wikipedia.org>

<http://www.zuleta.com>

ANEXOS