

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS.**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA-
CPA.**

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE DISERTACIÓN DE GRADO.

TEMA:

Tecnificación del proceso, de producción y comercialización de queso en la Hacienda "Cuatro Hermanos", en la Comunidad de Bilsa del Cantón Muisne Provincia de Esmeraldas.

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA-CPA.**

AUTORA:

KAROL AVEIGA OLAVE.

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

DR. ANTONIO PALIZ ARGUELLO.

ESMERALDAS-ECUADOR

2010

Disertación aprobada luego de haber
dado cumplimiento a los requisitos
exigidos por el Reglamento de Grado de
la PUCESE, previo a la obtención del
título de Ingeniería en Contabilidad y
Auditoría-CPA.

DIRECTOR DE DISERTACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTOR(A) DEL PROGRAMA

FECHA: _____

AUTORÍA

Declaro que la responsabilidad por los criterios, ideas y conocimientos expuestos en el presente Proyecto de Grado, me pertenecen, por tanto la utilización de la información contenida en el mismo, para cualquiera de los fines, debe ser bajo mi juramento.

Karol Aveiga Olave

CI. 080278213-6

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a Dios que me dio la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que han estado conmigo en todo momento, gracias por todo papá y mamá por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, los quiero con todo mi corazón y este trabajo que me llevó un año hacerlo es para ustedes, solamente les estoy devolviendo lo que me dieron en un principio. También a una persona muy especial Sra. Rosita López quien estuvo presente en aquellos momentos que mis padres no pudieron estar a mi lado.

A mis hermanos Javier, César, Armando y Oscar gracias por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho. Y a mis cuñadas por estar siempre conmigo y consentirme tanto, las quiero.

Sobrinas y Sobrinos gracias por recibirme siempre con los brazos abiertos y darme esa alegría y cariño, que me han permitido seguir luchando, esperando en el futuro verlos también todos unos profesionales.

A mis maestros y catedráticos por ser esa inagotable fuente de conocimiento de quienes siempre tuve algo que aprender y de manera muy especial al Dr. Antonio Páliz, por haber sido un verdadero guía y amigo que me ayudo con sus sabios consejos en el desarrollo de mi proyecto de grado, de verdad mil gracias a él y a todas las personas que me dieron su aporte para que realizara este proyecto.

Karol Aveiga Olave

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por la inteligencia y sabiduría que me dio.

A mí querida familia por darme su apoyo y quererme sobre todas las cosas.

A mi tutor Dr. Antonio Páliz.

A los maestros de la PUCESE por los valiosos conocimientos adquiridos.

A mis compañeros de estudio.

Karol Aveiga Olave

PRÓLOGO

Una de las etapas que más se puede desarrollar y construir el reto entre el estudiante y el profesional es el poder desarrollar la tesis de investigación, aquí se pone a prueba la capacidad intelectual y el conocimiento que se ha asimilado en todo el procesos de aprendizaje.

El desarrollar esta tesis ha implicado poner a prueba, etapas de investigación que nos ha llevado a conocer los diferentes procesos y etapas que conlleva un estudio investigativo, el conocimiento del entorno donde se desarrollará el proyecto, los procesos productivos que tienen que realizarse para la transformación del producto, el análisis de los requerimientos y maquinarias que intervienen en el proceso, la visita a los negocios que vienen a ser la competencia, donde se ha observado claramente el desarrollo de la producción, enfatizando mucho en el manejo del producto, la forma de comercialización del productos sus canales y los diferentes competidores que existen, donde se puede apreciar la presentación del producto. En la investigación hemos podido analizar y observar que el producto que se vaya ofrecer tiene una sintonía buena, los posibles clientes mayoristas ven muy bien la idea de la presentación del producto.

Todo este proceso de investigación ha llevado a su etapa final que es el desarrollo financiero del proyecto, que nos demuestra la construcción de todos los elementos investigados, a través de los costos, para poder llegar a establecer parámetros de análisis que nos demuestran si el proyecto es factible y viable.

Todo el desarrollo de esta tesis proyecto, nos amplía la visión sobre la necesidad de crear procesos productivos, que lleven a la generación de empleo, activación de la economía, mejora en las condiciones de vida y sobre todo impulsar el desarrollo de ciertos entornos, donde aparentemente no existe procesos productivos, es fundamental que los estudiantes universitarios desarrollen investigación para conocer en donde puede ser importante dar un avance al desarrollo productivo de la Provincia.

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto se explica de manera sistemática la instalación de una planta para la producción de queso fresco de forma industrializada como alternativa de comercialización en el mercado interno. En la actualidad la comunidad de Bilsa perteneciente al Cantón Muisne comercializa quesos solo de manera artesanal, en donde existe una buena producción de leche en este sector, y la mayoría de sus habitantes son productores de queso.

Con el estudio de mercado que se realizó para sustento del proyecto, se demuestra que si existen gran parte de la población que estarían dispuestos a consumir el producto que se elaborara en mejor calidad y condiciones higiénicas, con esta investigación de mercado se logra: descubrir, identificar y evaluar el nivel de aceptación del producto y los competidores.

Para proyectar la demanda del producto se realizaron sus cálculos en base a la demanda histórica del producto y a las investigaciones de mercado que se realizaron. La hacienda tiene una capacidad de producción de 15000 libras de queso al mes, las mismas que se incrementarían a medida del crecimiento del ganado que se obtendrán en la hacienda o incrementen también los proveedores.

La inversión que se determina dentro del proyecto es considerable pero a la vez se demuestra que el proyecto permite la recuperación de esta inversión en los primeros años de funcionamiento.

Analizando la forma común de elaborar el queso en las zonas rurales es el impulso de aplicar equipos adecuados para la producción y comercialización del mismo. Este producto puede someterse a competir con otros que se encuentran en el mercado, ya que contara con las mismas normas y requerimientos que exige el Ministerio de Salud y con este proyecto se incentiva al incremento y desarrollo del sector agro-industrial y puesto en marcha se puede obtener una rentabilidad y lograr que esta empresa garantice la estabilidad laboral de un grupo de trabajadores del sector donde se ubica.

INDICE

Portada.....	1
Aprobación.....	2
Autoría.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Prólogo.....	6
Resumen Ejecutivo.....	7
Índice.....	8
Introducción.....	13

CAPITULO I

1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.1 ANTECEDENTES.....	15
1.2 PROBLEMA.....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4 OBJETIVOS.....	19
1.4.1 Objetivo General.....	19
1.4.2 Objetivos Específicos.....	19
1.5 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	20
1.6 IMPACTOS.....	22
1.6.1 Impacto Económico.....	22
1.6.2 Impacto Social.....	22
1.6.3 Impacto Ambiental.....	23

CAPITULO II

2. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
--	-----------

2.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.1.1 Tipo de Investigación.....	24
2.1.2 Tipos de Métodos.....	24
2.1.2.1 Método Inductivo.....	24
2.1.2.2 Método Deductivo.....	25
2.1.2.3 Método Estadístico.....	25
2.2 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	25
2.2.1 Información Primaria.....	25
2.2.2 Información Secundaria.....	26
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	27
2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	28
2.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	30

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.....	31
3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	31
3.1.1 Análisis e interpretación de los resultados.....	31
3.1.2 Conclusión al análisis de los resultados.....	46
3.2 CARACTERISTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO.....	47
3.3 FUNCIÓN DE LA DEMANDA.....	48
3.4 OFERTA DEL PRODUCTO.....	53
3.5 MERCADO PROVEEDOR.....	54
3.6 MERCADO COMPETIDOR.....	57
3.7 MERCADO DISTRIBUIDOR.....	57

3.8 INFORMACION QUE REPERCUTE EN LA COMPOSICIÓN DEL FLUJO DE FONDOS.....	58
3.8.1 Inversión.....	58
3.8.2 Determinación de los Costos Fijos y Costos Variables del Proyecto....	63
3.8.3 Diseño de la Estrategia Promocional.....	64
3.8.4 Mobiliarios y Equipos.....	65
3.8.5 Letreros.....	66
3.8.6 Números de vehículos de repartos.....	67
3.8.7 Condiciones de Pagos a Proveedores.....	67
3.9 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	68
3.9.1 Análisis de mercado histórico.....	68
3.9.1.1 Crecimiento de la Demanda.....	69
3.9.1.2 Crecimiento de la Oferta.....	71
3.9.2 Identificar los efectos Positivos o negativos que se pueden alcanzar....	74
3.9.3 Análisis de la Situación Vigente.....	74
3.9.4 Apertura Comercial.....	75
3.9.5 Análisis de la Situación Proyectada.....	76
3.10 EL CONSUMIDOR.....	76
3.11 ESTRATEGIA COMERCIAL.....	77
3.11.1 Ciclo de Vida del Producto.....	77
3.11.2 Costos.....	79
3.11.3 Proyección de Ventas.....	80
3.12 ANÁLISIS DEL MEDIO.....	81
3.12.1 Variables Externas.....	81
3.12.2 Análisis FODA.....	83

CAPITULO IV

4. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	86
4.1 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN.....	86
4.1.1 Flujo de Proceso.....	86
4.1.2 Descripción del Proceso.....	87
4.1.3 Sistema de Comercialización.....	89
4.1.4 Tamaño y Localización.....	89
4.1.5 Croquis.....	90
4.1.6 Plano de Instalaciones Físicas.....	90
4.2 ASPECTOS ORGANIZACIONALES.....	90
4.2.1 Características y tipo de Organización.....	90
4.2.2 Trámites y Permisos de Funcionamiento.....	92
4.2.3 Organigrama Estructural.....	95
4.2.4 Manual de Funciones.....	96
4.2.5 Misión, Visión y Objetivos.....	98
4.2.6 Nombre.....	100
4.2.7 Logo.....	100
4.2.8 Propuesta de Ventas (Slogan).....	100

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO.....	101
5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	101
5.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	107
5.3 RESUMEN DE GASTOS.....	108
5.4 RESUMEN DE INVERSIÓN.....	110

5.5 FINANCIAMIENTO.....	110
5.6 TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	113
5.7 ESTADO FINANCIERO INICIAL.....	117
5.8 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	118
5.9 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.....	118
5.10 RESUMEN DE DEPRECIACIÓN.....	122
5.11 RESUMEN DE GASTOS OPERATIVOS.....	123
5.12 DETERMINACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO.....	125
5.13 FLUJO NETO PROYECTADO.....	126
5.14 ANÁLISIS DE EVALUACIÓN.....	129

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	131
6.1 IMPACTO ECONÓMICO.....	132
6.2 IMPACTO SOCIAL.....	133
6.3 IMPACTO AMBIENTAL.....	134
6.4 IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO.....	135
CONCLUSIÓN.....	136
RECOMENDACIÓN.....	138
GLOSARIO.....	139
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	142
ANEXOS.....	144

INTRODUCCION

En el actual proyecto se explica de manera sistemática la instalación de una planta para la producción de queso fresco de forma industrializada como alternativa de comercialización en el mercado local e interno. A través del estudio de mercado se ha establecido que una interesante plaza como mercado meta para la distribución de dicho producto sería el mercado de la Ciudad de Esmeraldas abarcando principalmente las zonas del Cantón Muisne y Atacames.

El queso se trata de un lácteo con una diversidad bastante amplia en cuanto a maneras de preparar y consumir, satisfaciendo así con los gustos y preferencias de los paladares más exigentes, entre la diversidad de quesos encontramos: el queso duro, semiduro, fresco (blando) y cada uno de estos es utilizado para elaborar: adornos de platos en general, bocaditos de sal, pastelerías y también en las diferentes recetas de cocina entre estas: la preparación de sopas, pizzas, lasañas, menestras, bolones, en fin, el consumidor podrá hacer uso de este delicioso ingrediente en las recetas que su imaginación le dicte.

Aprovechando que el cantón Muisne posee las condiciones agrícolas, de cercanía que tiene con el mercado objetivo, además existe la suficiente infraestructura en haciendas para una producción continua de quesos durante todo el año, lo que significa un gran factor de competitividad. Los principales competidores que se tiene serían entonces según el estudio de mercado, los quesos de marca que ya se encuentran en el mercado. El 90% de estas industrias se encuentran en las provincias del centro norte de la sierra (Pichincha, Cotopaxi, Imbabura, Carchi).

En lo referente a los precios de este producto, los precios que se ofertan en el mercado nacional para los quesos son variables, dependen mucho de ciudad que los elabora. Y como se menciona anteriormente la mayoría son de la sierra y que por su distancia incurren en costos para su transportación. En este proyecto no solamente se usufructúa y salvaguarda las características agrícolas y ecológicas de la región, sino que el análisis financiero explicará que este proyecto es económicamente factible para muchos productores. Es una apertura a nuevas iniciativas que hacen de interés el análisis de nuevas alternativas

productivas y así aportar de manera significativa no sólo al desarrollo de la actividad agrícola, sino también al del país.

Todo proyecto necesita un espacio físico en donde consolidarse y operar directamente en el mercado, por tanto se ha explicado en este estudio aspectos importantes para el desarrollo de la industria de queso, como es la localización física de la empresa, dando con esto la oportunidad al lector de aclarar definitivamente el alcance de las operaciones que va desarrollar la empresa.

Como se desarrolla el proceso del producto queso? El proceso esta explicado a través de las diferentes etapas, por las cuales se debe atravesar obligatoriamente para poder cumplir con el objetivo de la empresa, que es procesar un producto. Estas etapas se encuentran detalladas y se las puede comprender de mejor manera mediante el flujo de proceso que se muestra en el capítulo de la Ingeniería del proyecto.

Por último se encuentra el estudio financiero, contenido de todo el análisis de los costos e ingresos proyectados que intervienen en el desarrollo de la actividad de la empresa, determinado en base a datos reales, una proyección de las ventas del producto y el margen de utilidad que se obtiene con las ventas de los mismos, con los resultados presentados en este capítulo final, se ha determinado las conclusiones finales del estudio, demostrando su factibilidad y los beneficios que se obtendrán con su aplicación.

Como autora de este trabajo de investigación espero haber contribuido a la solución del problema determinado y cubrir una necesidad social y educativa, que contribuya y fuente bibliográfica de la institución, por lo que asumo el compromiso y responsabilidad para socializar a los destinatarios.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES

El queso se elabora en algunos lugares del Ecuador, en estos sitios el proceso incluye la pasteurización de la leche para garantizar la calidad, Manabí es la primera provincia en producción de ganado vacuno y la segunda de leche en el país.

Es difícil determinar dónde y cuándo empezó a elaborarse el queso, seguramente fue descubierta por diversas comunidades al mismo tiempo. A partir de la aparición de la ganadería (hace unos 12000 años) y la obtención de la leche durante el ordeño.

El queso se obtiene de la leche cuajada, durante años, se lo ha elaborado en forma artesanal, utilizando el cuajar o las pastillas de cuajo, cuanto más suero se extrae más compacto es el queso, se elabora desde tiempos prehistóricos a partir de la leche de diferentes mamíferos, sin embargo, hoy en día la mayoría de los quesos son de leche de vaca, por lo que es necesario tomar precauciones para garantizar la calidad del producto.

Los alimentos de primera necesidad, que entre esos está el queso, son reconocidos y cotizados en el mercado. Al ser el queso un concentrado de leche, suele tener más nutrientes que la misma, el queso es una importante fuente de calcio, proteínas, vitaminas y minerales, imprescindible para el buen desarrollo de las funciones vitales del cuerpo, desde luego estos nutrientes son muy esenciales para los niños y adolescente por que les ayuda para el crecimiento, cuidado de los huesos y dientes, también para la prevención de osteoporosis, consumir 100g de queso al día cubre las necesidades diarias de calcio.

A nivel provincial no existe un proceso de producción tecnificada, existía hace mucho tiempo que lo inició la Universidad Luis Vargas Torres, pero ésta desapareció, de ahí en adelante no ha existido quien pueda generar una inversión segura y rentable, aprovechando que se posee una producción suficiente y regular, para abastecer el mercado interno y su excedente colocar en los mercados provinciales.

La unidad de producción económica agropecuaria los cuatro hermanos, está localizada en el sitio Bilsa, parroquia san Gregorio cantón Muisne, Provincia de Esmeraldas, en la vía que conduce a Chamanga, a escasamente cuatro kilómetros desde el sitio el Salto, con el transcurrir de los años ha acrecentado una notable experiencia en la producción y elaboración de queso, a la que se dedica por el espacio de 30 años, en la cual empezó con una pequeña cantidad del producto de 8 libras diarias, y este era envuelto en hojas de plátano, pero con el pasar del tiempo se ha ido incrementando la producción a 90 libras diarias actualmente, colocándolo para el prensado en moldes y luego es transportado en envases plásticos para su destino de venta, así mismo han realizado aumento de personal, anteriormente lo elaboraba una sola persona, en lo actual lo realizan dos personas, fuera del personal de ordeño, la forma de elaboración del producto siempre lo han realizado manualmente.

Así mismo como su producción ha aumentado han logrado obtener una acogida en el mercado, anteriormente solo entregaban en el cantón Muisne, en lo actual también abarcan al cantón de Atacames, donde tienen clientes fijos para entregar el producto, por esta razón pueden aprovechar para preparar un proceso tecnificado y obtener un producto de mejor calidad y presentación.

Se considera que actualmente los productos que se derivan de la leche, son en su mayoría abastecido de la zona Sierra, por lo que se puede observar, la posibilidad del proyecto puede ser viable en función de que es un producto necesario y solicitado. Existen clientes potenciales y suficientes donde se puede introducir el producto, tomando en consideración que este producto va a tener una mejor presentación y variedad del mismo.

También se puede decir que el Proyecto pretende mejorar la imagen de la comunidad, aprovechando la oferta del producto y socializando la idea del mejoramiento, proceso y tecnificación de los productos, tratando de lograr mejorar las condiciones de vida de quienes habitan la comunidad, pues las condiciones del hábitat son favorables y hay que aprovechar su infraestructura.

1.2 PROBLEMA

Según datos del Ministerio de Agricultura y ganadería la provincia de Esmeraldas en un 68% es ganadera, de este porcentaje el 65% es ganado de carne y el 35% es ganado de leche, la comunidad de Bilsa que es donde se ubica el proyecto en un 80% se dedica a la ganadería y la materia prima obtenida es procesada manualmente para elaborar el queso, como lo hace también la Hacienda “Cuatro Hermanos” lugar donde se plantea el problema; sin embargo existen dificultades para la elaboración del producto por lo que se requiere tecnificar los procesos para obtener una mayor producción de queso y poder abastecer la demanda de los clientes obteniendo un producto variado y de calidad.

Además de poder obtener un registro propio, que garantice la marca e identifique el lugar de su procedencia, marcando un territorio propio, nuevo y donde se pretende mejorar las condiciones de vida y un precio justo del producto.

Ciertamente que en la zona donde se ubica el Proyecto, se ha dado un mejoramiento en cuanto a la infraestructura, por lo que no puede optimizar el transporte aún cuando el mercado requiere mayor demanda del producto, teniendo actualmente vías de acceso que permiten la facilidad de abastecerse de estos productos, la apertura al turismo que es fundamental, porque une dos provincias netamente turística como son: Manabí y Esmeraldas.

1.3 JUSTIFICACION

Bilsa, lugar donde se encuentra la Hacienda los “Cuatro hermanos”, es una zona netamente ganadera, que desde hace 8 años mantiene una infraestructura vial de primera clase. Ha impulsado su desarrollo turístico y ganadero, como también existe producción cacaotera.

Esta nueva vía de acceso que tiene, le ha permitido para aprovecharse el sector turístico, el mismo que se ha desarrollado, entregando servicios de esparcimiento y descanso a las zonas de la provincia de Esmeraldas y de Manabí, como también el sector agropecuario ha tenido una buena oportunidad, pues ha permitido el fácil acceso a los intermediarios para comprar los productos como: leche, queso y ganado de carne, generando una pequeña transformación, y si se aprovecha la gran oferta de leche y ganado pueda que se logre un proceso tecnológico en alguna de estas ramas, dando una competencia al sector turismo en la generación de fuentes de empleos y desarrollo integral de los sectores donde este se ubica.

Al comercializar los productos estos se venden en estado natural, sin valor agregado, permitiendo a quienes se abastecen de este producto, generar rentabilidad sin realizar ningún esfuerzo, lo que al contrario de quienes lo producen, deben mantener un alto costo en su proceso de producción.

Este análisis ha permitido que se pueda proyectar en una visión más clara, donde pueda existir un proceso tecnológico agro-productivo, pensando en que se generen fuentes de empleo para quienes están en la zona y también recuperar ese valor agregado, que permita mejorar la capacidad de rentabilidad y por ende mejorar las condiciones económicas y de vida de quienes puedan integrar una nueva inversión como lo es, crear un proceso de industrialización del queso y de los derivados de la leche, ofreciendo un producto de mejor calidad hacia un mercado competitivo que existe en los otros cantones con la producción de queso que traen de la región Sierra.

Hay que considerar que lugares como Bilsa, que posee una infraestructura vial en buen estado, accesible en cualquier época del año, puede permitir crear un proceso de industrialización del producto queso y ser pionera en otros procesos que el campo lo pueda dar, proyectándose hacia un desarrollo profesional y empresarial donde se generen fuentes de empleo en esta comunidad.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 GENERAL

Tecnificación del proceso de producción y comercialización del queso en la Hacienda “Cuatro Hermanos” en la comunidad de Bilsa, Cantón Muisne, para mejorar y obtener un producto de buena calidad, que permita aprovechar los valores agregados del mercado y poder crear fuente de mano de obra en el sector de Bilsa.

1.4.2 ESPECIFICO

- ❖ Análisis del Mercado actual para plantear estrategias y poder captar nuevos clientes.
- ❖ Determinar la inversión y fuente de financiamiento para la tecnificación del producto, que permita demostrar la rentabilidad del proyecto.
- ❖ Realizar un análisis de impacto de la transformación del producto en proceso terminado.
- ❖ Definir el proceso de producción y comercialización del producto.

1.5 DESCRIPCION DEL PROYECTO

La investigación de este proyecto es para tecnificar el proceso de producción y comercialización de queso, en la hacienda “Cuatro hermanos” de la comunidad de Bilsa, donde se van a ir desarrollando y explicando cada uno de los objetivos específicos, para llevar a cabo la investigación.

Para realizar el análisis del mercado se tendría que observar el producto del queso que se vende en el mercado municipal, tiendas, como también los supermercados y realizar las entrevistas a las personas que venden queso, por lo visto ambos tienen presentaciones y precios distintos, también se tendría que observar sus formas y tamaños de presentación, para así poder plantear las estrategias para la venta de un producto de calidad, porque de este depende la imagen que se proyecta en relación con los productos competitivos.

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, consiste en buscar las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos en el proceso de tecnificación del producto, se va requerir de los datos necesarios de los materiales y equipos a utilizarse y todo lo que se requiera en el proceso de la producción de queso, como también se necesitan los precios de las maquinarias a implementarse, la infraestructura, remodelando el lugar adecuado y necesario para dicha producción, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto, entre las fuentes de financiamiento habría que averiguar los préstamos bancarios y ver cuál de estas instituciones es más factible en relación con los intereses, y también analizar los recursos propios a aportar en este proyecto.

Para realizar un análisis de impacto de la transformación del producto en proceso terminado, se realizarán visitas previas a las empresas donde realicen este producto tecnificado y también en las haciendas donde lo realizan manualmente se tendrá entrevistas con ellos, en donde se observara de las dos formas que elaboran este producto y cada uno de sus agregados que este lleva al momento de su elaboración, por lo que es necesario conocer que cualquier contaminación puede alterar el proceso de elaboración y sus resultados.

En cuanto al proceso de producción y comercialización del producto, la elaboración de queso es un proceso que se lo realiza lo más limpio posible ya que la leche, la cuajada, el suero, etc. son excelentes medios de cultivo bacteriano, cuando se trata de elaborar un queso de forma artesana es muy importante que este tenga personalidad, porque no se trata de copiar exactamente los quesos comerciales si no de crear un producto original.

1.6 IMPACTOS

1.6.1 IMPACTO ECONÓMICO

Todo proceso de producción nuevo, repercute en las condiciones económicas de un entorno o de un lugar establecido, el hecho de iniciar un proceso de industrialización, mueve una estructura física que involucra una inversión que de ser bien administrada pueda generar rentas a la empresa, es decir, el lugar se convierte en un referente para movilizar diferentes aspectos económicos como técnicos, dando lugar a un proceso integral de comercialización, donde las personas ubicarán estrategias para implementar nuevos mercados y nuevos servicios, pues el hecho de crear un proceso productivo, da al sector posibilidades de aperturar mercados de comercio, de servicio, de capacitación y hasta educacionales.

1.6.2 IMPACTO SOCIAL

Bilsa como otros sectores del campo, no deja de tener problemas sociales, mujeres abandonadas, niños con parasitosis, pobreza familiar, hogares con problemas de planificación familiar, desempleo, familias protegidas por el gobierno a través del bono de la pobreza, toda una situación donde se refleja, que los problemas económicos y el mal manejo del país impacta en todos los sectores y en especial en donde los recursos son limitados y donde no existe procesos de desarrollo productivo y agrario, que una pequeña industria podría ayudar a su comunidad.

Si se diera la factibilidad de colocar la procesadora de quesos, habría una posibilidad de aprovechar la mano de obra del sector, lo que repercutiría en mejorar las condiciones de vida de algunas personas, tomando en consideración que este sector no existe un producto tecnificado.

1.6.3 IMPACTO AMBIENTAL

El cambio tecnológico que se pretende implementar, ocasionaría ciertas alteraciones en el medio natural, en especial cuando en este sector, no ha existido ningún tipo de industrialización, y al iniciar un proceso de transformación pueda que genere, alteraciones al medio ambiente, para lo cual es necesario realizar un análisis de los desechos, que pueda dejar el proceso transformativo de leche a queso y ver si estos pueden ser utilizados en algún tipo de proceso, sin embargo los productos plásticos que genere el empaque si pueda que cause un nuevo tipo de basura no degradable, y se debería proponer como realizar el reciclaje de este desecho.

En lo relacionado al aspecto humano, quienes laboren en el proceso utilizarán los respectivo equipos necesarios para la operatividad del proceso, guardando la respectiva asepsia del producto, además que el proceso no arroja ninguna contraposición al ser humano, además se deberá cumplirse con todas las normas que emita el Ministerio de Medio Ambiente, sobre este producto y su proceso, para evitar daños en el entorno y además, evitar problemas con la comunidad del sector.

CAPITULO II

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 METODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Sirven para realizar la recopilación de información y obtener datos reales de libros, internet, etc. sobre el tema a desarrollarse para la investigación y también los métodos y técnicas que se van a utilizar en el proceso.

2.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Esta investigación se desarrollará en base a un tipo de investigación descriptiva, debido a que se trabajará en función de la descripción de las situaciones y eventos del mercado, como el comportamiento de la demanda, analizando en base a las encuestas, análisis de la oferta que actualmente hay en el mercado, todo esto implica la recopilación de datos, como también describir las condiciones que favorecerían a la implementación de la tecnificación de queso en la comunidad Bilsa, Cantón Muisne.

2.1.2 TIPOS DE MÉTODO

2.1.2.1 MÉTODO INDUCTIVO

Este método facilitará la observación de las empresas que procesan el producto del queso, con estos elementos es fácil hacer las experimentaciones y comparaciones de todos los hechos, para luego obtener las conclusiones del trabajo.

2.1.2.2 MÉTODO DEDUCTIVO

Este método permitirá que paso a paso se realice una agrupación de todos los procesos para llegar a lo que será el motivo por el cual se está investigando este tema.

2.1.2.3 MÉTODO ESTADISTICO

Este método permitirá cuantificar los resultados de las encuestas y entrevistas, que se realizaran en el transcurso del trabajo, las cuales serán resumidas en porcentajes para luego representarlos en forma gráfica.

2.2 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA

2.2.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

Se utilizará una serie de técnicas que proporcionará la investigación científica para recolectar información primaria las mismas que fundamentalmente serán: Observación Directa, Encuestas y Entrevistas.

OBSERVACIÓN DIRECTA

En la presente investigación será necesario comprobar la información que se capte mediante la encuesta y la entrevista por lo tanto el mecanismo para captar dicha acción será la observación la cual se obtendrá en el objeto y parámetros que el presente proyecto contiene; utilizando generalmente las fichas para recoger la información de campo.

FICHA DE OBSERVACIÓN

LOCALIDAD:	Nro.:
COMUNIDAD:	INVESTIGADOR:
TITULO:	FECHA:
CONTENIDO:	

ENCUESTAS

Esta técnica ayudará a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesen al investigador.

Se utilizará un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escritos, y será aplicada a los consumidores finales.

ENTREVISTAS

Se necesitara información especialmente para el diagnóstico informativo que puedan proporcionar como expertos en la temática, la misma que será captada a través de una serie de entrevistas diseñadas, la cual será aplicada a los dueños de los supermercados y tiendas.

2.2.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Se ha recopilado toda la información necesaria de libros, documentos, revistas, folletos, leyes y páginas web, entre otros, para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de investigación.

2.3 POBLACION Y MUESTRA

La población o universo que se tomará de la presente investigación son las siguientes: Muisne contando con 90 comerciales, Atacames con 320 y Esmeraldas con 2800, dando una totalidad en la población de 3210.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

N	Población	3210
D	deviación	0,5
Z	Nivel de Confianza	1,96
e	error de muestreo	0,05

Fórmula:

$$\frac{N * D^2 * Z^2}{(N-1) * e^2 + d^2 * Z^2} = \frac{(3210) * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(3210-1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2} = \frac{3082,884}{8,9829} = 343$$

Obteniendo una muestra de 343, de esta se tomara para encuestar a unos 90 consumidores finales y la diferencia de 253 se realizarán entrevistas a los dueños de negocios.

2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

OBJETIVOS	VARIABLES	DEFINICION	INDICADORES	TECNICA/FUENTES	OBSER.
Análisis del mercado actual para plantear estrategias y poder captar nuevos clientes.	- Estrategias. - Clientes.	Alternativas que se analizan de manera interna y externa en el negocio.	- F.O.D.A	- Entrevistas. - Trabajo de campo.	
Determinar la inversión y fuente de financiamiento para la tecnificación del producto, que permita demostrar la rentabilidad del proyecto.	- Inversión. - Tecnificación.	La inversión se logrará mediante préstamos. Se adquirirán maquinarias, equipos y herramientas.	- Préstamos. - Producción y Competitividad.	- Bancos o Financieras. - Supervisión.	
Realizar un análisis de impacto de la transformación del producto en proceso terminado.	- Impacto. - Transformación.	Efectos que causara la transformación del producto. Cambios que obtendrá el producto en el transcurso de su proceso.	- Normas. - Métodos de producción	- Ministerio del Ambiente. - Ministerio de salud Pública. - Supervisión.	

Definir el proceso de producción y comercialización del producto.	-Producción. - Control de calidad.	Atender la demanda local y provincial y generar fuentes de empleo con la empresa puesta en marcha.	-Control de calidad. - N° de trabajadores. - Relación costo beneficio. - VAN. - TIR.	-Supervisión. - Entrevista y selección de personal. - Contabilidad de costos.
---	---	--	--	---

2.7 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

RECURSO HUMANO

Para el presente se trabajará con un asesor de tesis, un estudiante investigador, y la colaboración de las personas que son propietarios de fincas en donde se desarrollara la investigación.

RECURSO MATERIAL

Para desarrollar el siguiente proyecto se va a utilizar el siguiente material:

- ❖ Lápiz
- ❖ Esferos
- ❖ Resmas de hojas bond
- ❖ Carpetas
- ❖ Clips
- ❖ Tinta de impresión
- ❖ Grapadora
- ❖ Flash Memory

RECURSO TÉCNICO

- ❖ Cámara Filmadora
- ❖ Computadora

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado posee una serie de factores que intervienen en el desempeño de un mercado específico, con la finalidad de poder tomar decisiones necesarias en relación con el cumplimiento del proyecto.

Con la finalidad de incursionar en el mercado de fabricación de quesos, para la obtención de un margen de ganancias a bajos costos, es necesario tomar en cuenta una serie de factores que son determinantes para la elaboración de cualquier producto, nuevo o no, entre los cuales se encuentra el mercado productor, proveedor, competidor y distribuidor; ya que son los entes principales que intervienen en el mercado y en el desarrollo de un proyecto.

El principal factor al cual debe tenerse mucho cuidado es el competidor, porque solo conociendo y analizando nuestra competencia podemos determinar o estudiar cuáles son sus debilidades y fortalezas para poder competir con ellos de manera efectiva y así de esta manera permitir la implementación de estrategias para brindar al consumidor el mejor producto del mercado.

3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1.1 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

TABULACIÓN

Encuestas

La cual se les realizó a los consumidores finales del Cantón Muisne, Atacames y Esmeraldas para saber la importancia de tecnificación del proceso, de producción y comercialización de queso.

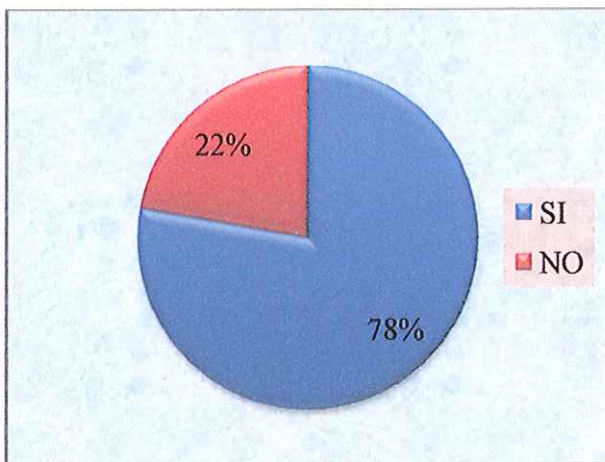
PREGUNTA # 1

¿Cree usted que el consumo de queso en su hogar es primordial y de primera necesidad?

Cuadro N° 1

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	70	78%
NO	20	22%
TOTAL	90	100%

Gráfico N° 1



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

El 78% de las personas encuestadas indicaron que para ellos el queso es un producto primordial y de primera necesidad en sus hogares, mientras que el 22% piensa que no es primordial en su hogar, indicando una adquisición constante del producto.

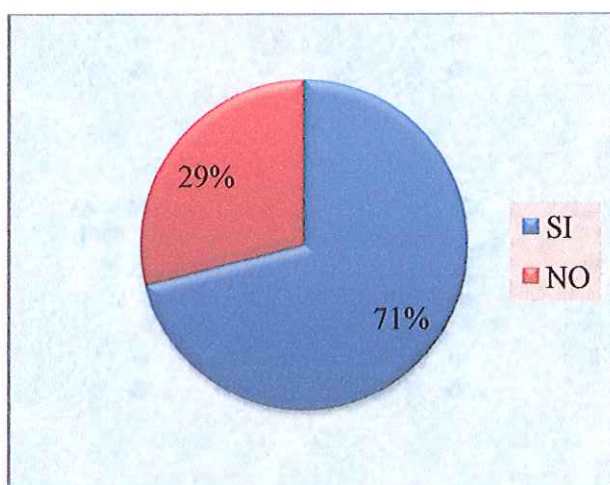
PREGUNTA # 2

¿Cree usted que el queso es un alimento nutritivo?

Cuadro N° 2

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	64	71%
NO	26	29%
TOTAL	90	100%

Gráfico N° 2



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

El 71% de las personas respondieron que sí es un alimento nutritivo, y el 29% piensa que el queso no es un alimento nutritivo, indicando de esta manera una inclinación hacia su consumo.

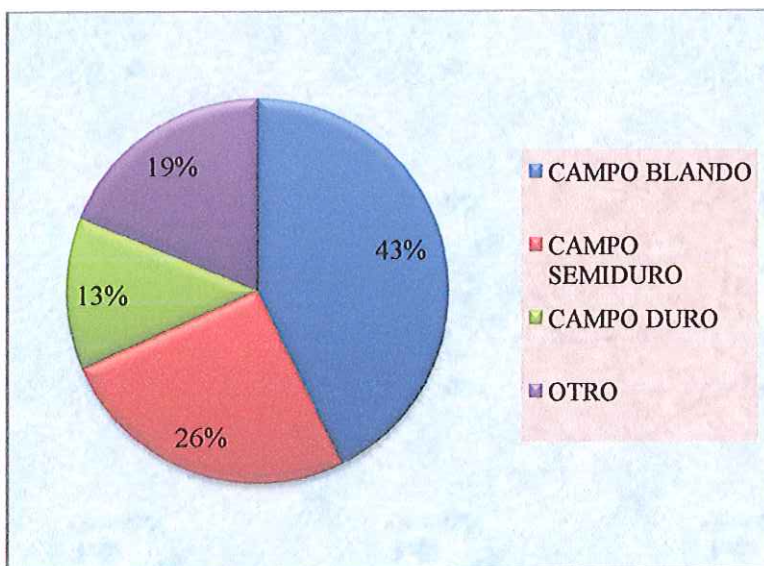
PREGUNTA # 3

¿Cuál es el tipo de queso que más le agrada y consume Ud.?

Cuadro N° 3

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Campo Blando	50	43%
Campo Semiduro	30	26%
Campo Duro	15	13%
Otros	22	19%
TOTAL	117	100%

Gráfico N° 3



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

Claramente se puede apreciar que el 43% de las personas se inclinan por el Queso de Campo Blando, sin dejar de tener importancia que el Queso de Campo semiduro tiene una preferencia del 26%. Indicando que es más probable y aceptable el consumo, y por ende, la producción de queso de Campo Blando.

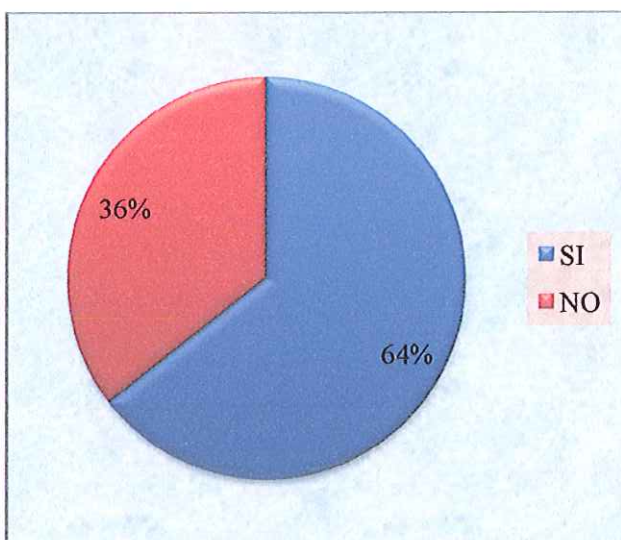
PREGUNTA # 4

¿Al momento de adquirir queso toma en cuenta el precio?

Cuadro N° 4

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	64%
NO	32	36%
TOTAL	90	100%

Gráfico N° 4



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

Claramente se puede determinar que el 64% de las personas toman en consideración el precio del queso al momento de adquirirlo, mientras que un 36% no toma en cuenta el precio, lo que indica que el precio es de relevante importancia para los consumidores.

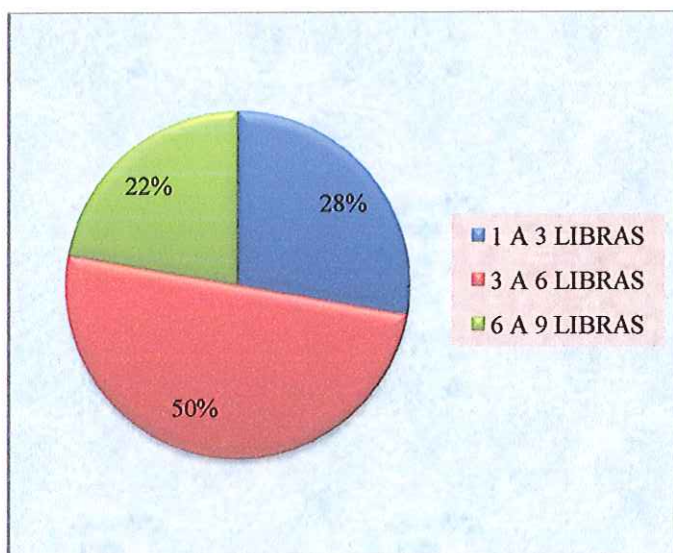
PREGUNTA # 5

¿Conoce usted la cantidad de consumo de queso en promedio semanal en su hogar?

Cuadro N° 5

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3 libras	25	28%
3 a 6 libras	45	50%
6 a 9 libras	20	22%
TOTAL	90	100%

Gráfico N° 5



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

El 50% de las personas encuestadas indicaron que consumen de 3 a 6 libras semanales promediándose en 5 libras, lo cual indica un buen consumo de queso.

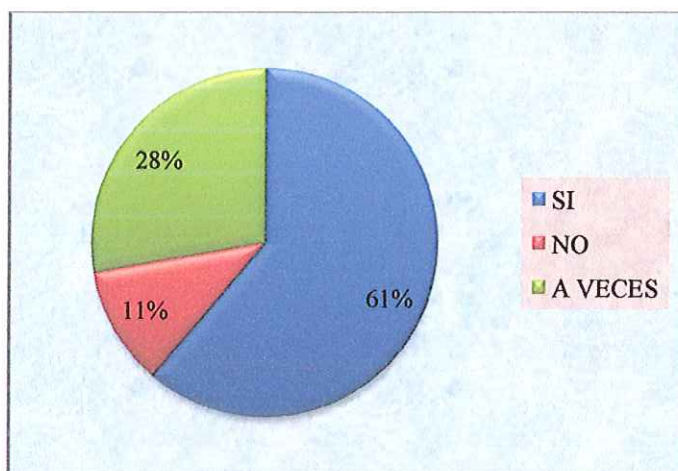
PREGUNTA # 6

¿Cuándo adquiere queso, toma en cuenta las condiciones higiénicas del lugar?

Cuadro N° 6

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	55	61%
NO	10	11%
A veces	25	28%
TOTAL	90	100%

Gráfico N° 6



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

Claramente se aprecia que el 61% de las personas encuestadas toman en consideración las condiciones higiénicas del lugar donde adquieren quesos, lo cual indica que al instante de colocar este producto en el mercado se debe hacerlo en un lugar con buena higiene.

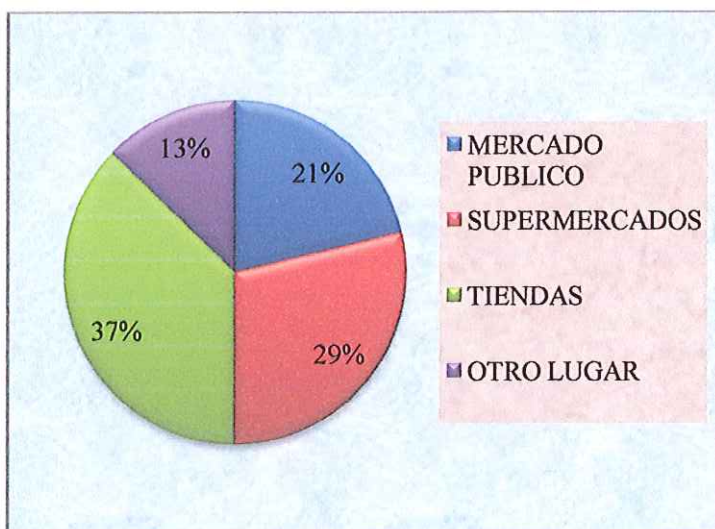
PREGUNTA # 7

¿En qué lugares acostumbra usted a adquirir queso?

Cuadro N° 7

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado Público	20	21%
Supermercado	27	29%
Tiendas	35	37%
Otro Lugar	12	13%
TOTAL	94	100%

Gráfico N° 7



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

El 37% de las personas encuestadas indicaron que acostumbran a adquirir Quesos en las Tiendas, también se tiene un porcentaje del 29% que consumen en los Supermercados, lo que indica, que al momento de tomar como puntos de venta nuestros productos, están como primera e importante opción los puntos de ventas mencionados.

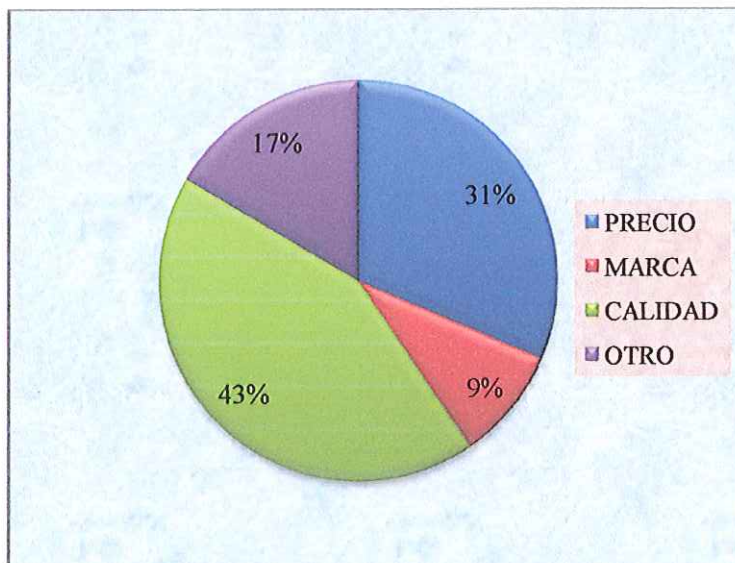
PREGUNTA # 8

¿Que considera usted como primera opción al adquirir queso?

Cuadro N° 8

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	38	31%
Marca	11	9%
Calidad	52	43%
Otro	20	17%
TOTAL	121	100%

Gráfico N° 8



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

El 43% de las personas encuestadas indicaron tener inclinación hacia la calidad del Queso al momento de adquirirlo, siendo este porcentaje el más elevado, también se tiene una inclinación por el precio con el 31%, lo que indica que al momento de producir el queso es de suma importancia producirlo con eficiente calidad.

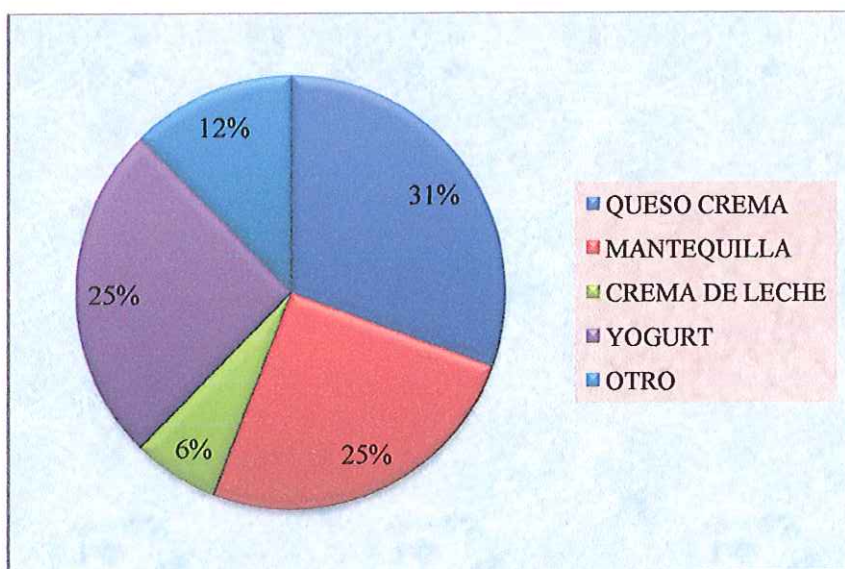
PREGUNTA # 9

¿Indique otros productos que usted consume de los derivados de la leche?

Cuadro N° 9

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Queso Crema	52	31%
Mantequilla	43	25%
Crema de Leche	11	6%
Yogurt	43	25%
Otro	21	12%
TOTAL	170	100%

Gráfico N° 9



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

El 31% de las personas encuestadas se inclinan por el consumo de Queso Crema, seguido de este tenemos también un 25% en el consumo de yogurt y 25% en mantequilla, esto indica que entre los competidores indirectos el más fuerte es el queso crema.

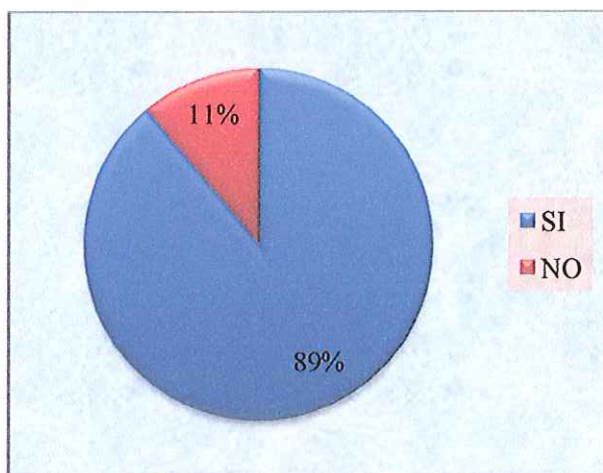
PREGUNTA # 10

¿El queso que compra normalmente en las despensas, si viniera mejor empacado, por libras y al mismo precio, lo compraría?

Cuadro N° 10

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	89%
NO	10	11%
TOTAL	90	100%

Gráfico N° 10



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

Como se puede apreciar el 89% de las personas encuestadas si consumirían el queso en las despensas, si esté viniera en mejor presentación ya que se obtendría un producto en mejores condiciones de higiene y calidad, y es un beneficio para el consumidor final.

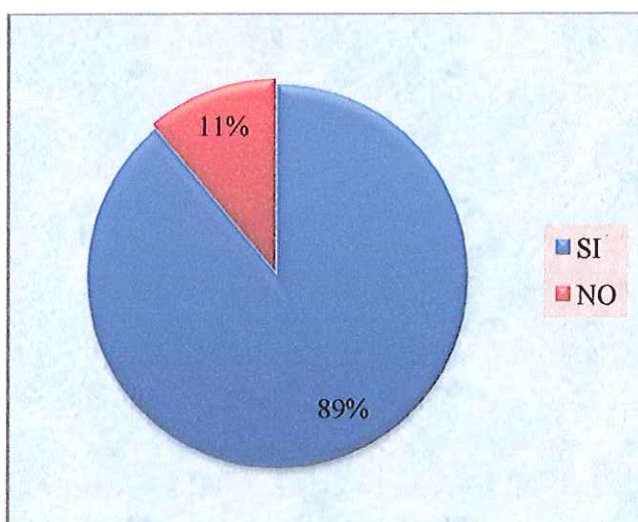
PREGUNTA # 11

¿Estaría dispuesta/o a pagar un precio justo por este queso si se lo ofrecieran?

Cuadro N° 11

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	89%
NO	10	11%
TOTAL	90	100%

Gráfico N° 11



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final

Análisis

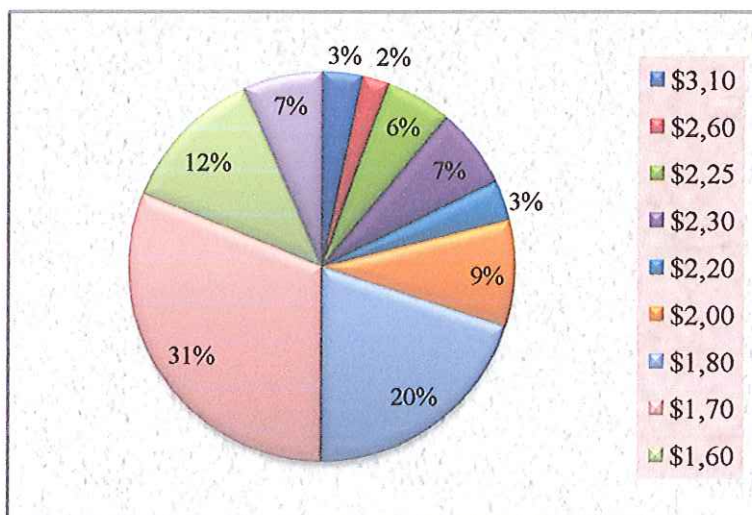
El 89% de los encuestados respondieron que si pagarían un precio justo por este queso si se lo ofrecieran ya que vendría en mejor presentación y con sello de calidad.

PREGUNTA # 12

¿Actualmente cual es el precio que paga por libra? \$

VARIABLES PRECIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$3.10	3	3%
\$2.60	2	2%
\$2.25	5	6%
\$2.30	6	7%
\$2.20	3	3%
\$2.00	8	9%
\$1.80	18	20%
\$1.70	28	31%
\$1.60	11	12%
\$1.50	6	7%
TOTAL	90	100%

Cuadro N° 12



Elaborado por: Karol Aveiga Olave

Fuente: Consumidor Final.

Análisis

Se puede apreciar que el 31% de los encuestados pagan por este producto un precio de \$1.70 y \$1.80 que obtuvo el 20%, que vendría a ser los que consumen este producto en las tiendas y mercado público.

NOTA EXPLICATIVA.

A continuación se presenta el formato de las entrevistas que fueron realizadas a las personas que tienen locales comerciales, la cual se les realizó un sin número de preguntas para saber que opinaban estas personas acerca de la nueva presentación que se le va a dar al producto y si ellos estarían dispuestos a seguirlo comprando.

Entrevista.

La cual se les realizó a los dueños de negocios del Cantón Muisne, Atacames y Esmeraldas para saber la importancia de tecnificación del proceso, de producción y comercialización de queso.

1. ¿Conoce de alguna empresa tecnificada en la provincia que realice el proceso de producción de queso?

Si.....

No.....

2. ¿Qué opina de que exista en nuestra provincia una pequeña empresa procesadora de queso de campo?

.....
.....

3. ¿Quiénes le proveen a Ud. el queso para su negocio?

Dueños de fincas Empresas procesadoras

3.1 ¿Me podría indicar el lugar de donde vienen

3.2 ¿Cómo lo entregan? Bultos de 10 o 20 libras,....., en empaques individual....., y protegidos en baldes...., cajas de madera....., en fundas plásticas..... U otros.....

4. ¿Conoce sobre cómo se elabora el queso en forma manual?

Si

No



4.1 ¿Qué opina de su elaboración?

.....
.....

5. ¿Estaría usted de acuerdo que le entreguen este producto en mejor presentación, sin perder su calidad de campo y a un precio justo?

Si Por qué.....

No Por qué.....

6. ¿Cuáles son los tipos de quesos que le consumen más los clientes?

De campo blando De campo Semiduro De campo Duro

Otro Indique cuál.....

7. ¿En la forma como lo entregan actualmente, al despachar el queso tienen problemas con los clientes al momento de cortar?

Si Por qué.....

No Por qué.....

8. Si se le ofreciera este tipo de queso, cómo desearía la presentación?

½ libra 1 libra 2 libras 3 libras

9. ¿Qué otros productos vende Ud., derivados de la leche?

a. Yogurt

b. Crema de Leche

c. Mantequilla

d. Otro

e. Ninguno

10. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por la libra de queso? \$.....

3.1.2 CONCLUSIÓN AL ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Tomando en consideración los análisis respectivos de cada una de las preguntas realizada a los consumidores finales se puede determinar que si es factible la creación de una microempresa procesadora de quesos en la comunidad de Bilsa, Cantón Muisne Provincia de Esmeraldas, ya que las personas encuestadas como consumidores finales manifestaron tener inclinación hacia el queso de Campo blando en un 43%, el cual es el producto principal, además indicaron que el queso es nutritivo y de primera necesidad, se pudo determinar que el principal producto competidor indirecto es el queso crema en un 31%, lo cual indica que hay que aplicar estrategias para abarcar ese punto; indicaron además que toman en cuenta la calidad del queso al instante de adquirirlo en un 43%, también un 61% toman en cuenta las condiciones higiénicas del lugar donde adquieren queso, un 80% indico que si pagarían un precio justo y consumirían este producto si viniera en mejor presentación sin perder la calidad del mismo y como punto resaltante nos dieron un promedio de consumo semanal de 3 a 6 libra de quesos por familias, lo cual demanda suficiente.

También en las entrevistas que se les realizo a los dueños de negocios manifestaron casi en su totalidad de que no existe una empresa procesadora de quesos en la Provincia de Esmeraldas y por opiniones de estas personas manifestaron que es una excelente idea de que exista una pequeña empresa de este tipo en la provincia ya que esto impulsaría al desarrollo empresarial. Se pudo determinar que los negocios en su mayoría se abastecen del producto de los dueños de fincas, también supieron decir que desearían que les entreguen este producto en mejores condiciones pero sin perder su calidad de campo, ya que así mismo el que más les consumen los clientes es el de Campo blando o también conocido como queso fresco, manifestaron también que tenían dificultades al momento de cortar el queso porque a veces les entregaban este producto con demasiada agua (refiriéndose al suero), y otros venían con huequitos por dentro y al pesarlo esto es un reclamo de sus clientes, generando pérdidas para los dueños de los negocios, la presentación como desearían el producto es de ½ libra, 1 libra y 2 libras porque con estos pesos ellos combinan las libras del producto a lo que el cliente les pida.

3.2 CARACTERISTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO

EFFECTOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO PARA EL PROYECTO.

Sin duda, el crecimiento económico es preferible al estancamiento y constituye la base para generar y disponer de los recursos necesarios para alcanzar mejores condiciones de vida, pero la posibilidad de contar con ingresos adicionales no garantiza que éstos se transformen en desarrollo humano.

Esta visión del desarrollo humano requiere de una plataforma suficiente de crecimiento económico, impulsado por ganancias continuas en productividad, bajo condiciones de eficiencia social, económica y ambiental en el uso de los recursos.

Según desde las perspectivas del Plan Nacional de Desarrollo sustenta que “El proceso de desarrollo humano, requiere mayores niveles de valor agregado, con el fin de incrementar el ingreso generado a partir de la explotación de bienes primarios, de la producción de bienes agrícolas susceptibles de transformación en la industria agroalimentaria, de la producción de bienes intermedios y de la producción de bienes y servicios de alta tecnología”.

Este proyecto requiere de mercados de factores, bienes y servicios capaces de generar una adecuada distribución y uso de los recursos para competir en el mercado por lo que se genera fuentes de trabajo al introducir nuevas empresas al mercado, en la actualidad todo proyecto tendrá que tener un formato que lo entrega SENPLADES por lo que esta hace un seguimientos de los fondos a utilizarse para un proyecto y no se desvinculen los fondos para otras cosas que no van a ayudar a la productividad del país y esto ayuda a que las personas en realidad trabajen, generen rentabilidad y fuentes de empleos.

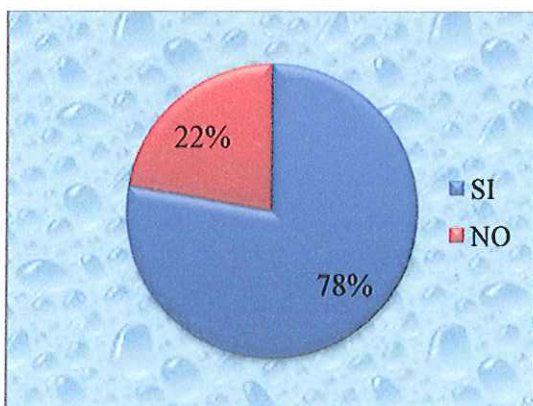
3.3 FUNCIÓN DE LA DEMANDA

NATURALEZA DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO.

Desde las antiguas civilizaciones, el queso se ha almacenado para las épocas de escasez y se le considera un buen alimento para los viajes, siendo apreciado por su facilidad de transporte, buena conservación y alto contenido en grasa, proteínas, calcio y fósforo. El queso es más ligero, más compacto y se conserva durante más tiempo que la leche a partir de que se la obtiene.

Los nutrientes del queso fresco, se asimilan y aprovechan mejor que los de la leche, gracias a la fermentación producida por las bacterias acidolácticas o el cuajo, por los datos que se han obtenido en las encuestas a los consumidores finales este es un producto muy consumido en sus alimentos diarios como en los desayunos ya que este tiene ciertos suplementos alimenticios que son esenciales para el desarrollo del cuerpo humano, a continuación se presenta datos obtenidos:

Gráfico N° 13



Como se puede apreciar en el gráfico las personas manifestaron en su mayoría que el queso es un producto primordial y de primera necesidad en sus hogares ya que lo utilizan en sus comidas diarias como (sanduches, sopas, entre otros), por lo que se podría decir que se encuentra en su canasta básica, al menos en épocas de clases es muy consumido.

ESTRUCTURA DE PREFERENCIAS O GUSTOS.

Según la información que se obtuvo mediante las entrevistas dirigido a la mayoría de los que ejercen su negocio estos tienen una preferencia en comprar este producto a los dueños de fincas, por encontrarse este en estado natural y fresco, porque así mismo sus clientes les consumen el queso blando (fresco), pero también existen unos que compran a las empresas procesadoras por su presentación y se evitan estar cortando, cabe recalcar que también manifestaron que si este producto lo llegarían a vender en una mejor presentación si lo comprarían pero tomando en cuenta que este no tendrá perder su calidad de campo.

NIVEL DE INGRESO DEL COMPRADOR.

Los compradores del producto son los dueños de negocios y según información obtenida en las entrevistas estos lo adquieren en maquetas de 10lbs y 20lbs, y luego de ahí lo distribuyen a los consumidores finales por libras de acuerdo al pedido de sus clientes y también en muchos locales adquieren el producto en empaques individuales, quesos que son traídos de las empresas procesadoras de las otras ciudades. Estas personas entrevistadas manifestaron que dicho producto si lo seguirán comprando en su nueva presentación sin que este tenga una alteración en el precio ya que de esta manera se evitarían el trabajo de estar cortando en pedazos y también les favorece porque a veces este producto les viene con mucha agua (suero) y con esta nueva presentación de empaque individual se evitarían perdidas para su negocio.

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS RELACIONADOS.

Los precios de los productos relacionados con la competencia que se tiene en el mercado en diferentes marcas y por pesos de gramos se presentan a continuación:

Cuadro N° 13

Nombre del producto	Precio
Rey queso 750gr.	\$4.58
Rey queso 500gr.	\$3.29

Rey queso 250gr.	\$1.50
Queso fresco el caserío 400gr.	\$2.51
Queso fresco Alfonso 400gr.	\$2.51
Queso fresco marco`s 700gr.	\$3.49
Queso fresco marco`s 250gr.	\$2.49
Queso andino 500gr.	\$3.61
Queso kiosko ricotta 500gr.	\$2.00
Queso semipausterizado 500gr.	\$2.18
Queso semipausterizado 600gr.	\$2.61
Leche el litro en las fincas	\$0.45

Como se observa en el cuadro se tienen una variedad de precios en el mercado con los productos relacionados a la competencia.

DEMANDA DEL PRODUCTO (INELÁSTICA)

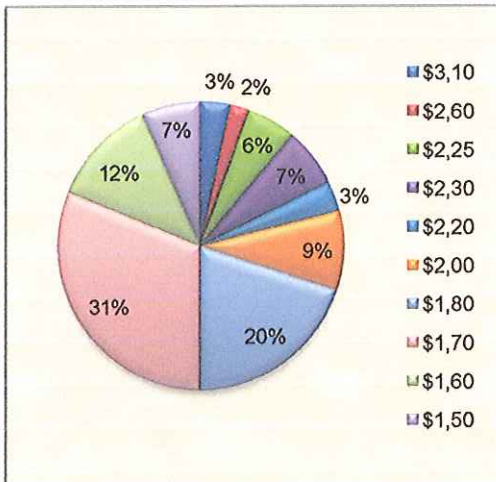
En general, los bienes de consumo de primera necesidad tienen una demanda relativamente inelástica, por lo que este producto es poco sensible a las variaciones del precio, el precio del queso no es el mismo durante todo el año, varía de acuerdo con la estación, la producción, el comportamiento del mercado y los procesos que se emplean. Así en verano la producción sube, mientras que en invierno la producción baja, en cuanto al comportamiento del mercado sube en marzo o abril, cerca de la Semana Santa, cuando la tradición católica prohíbe el consumo de carne, también se podría decir que en la provincia de Esmeraldas no existe un tipo de empresa del producto que se va introducir en nuevas presentaciones al mercado actual, por lo que en si no se obtendría una competencia fuerte.

CONDICIONES DEL MERCADO PARA SU COMERCIALIZACIÓN (COMPETENCIA PERFECTA)

El producto se encuentra en una competencia perfecta, por lo que se pretenden obtener mayores beneficios y se debe recurrir al máximo aprovechamiento de la tecnología, osea incorporar los últimos avances en técnicas productivas. Por lo tanto, en una situación de competencia perfecta la búsqueda de mayores beneficios va asociada a la combinación más

eficiente y rentable de los factores productivos y a la modernización tecnológica y en cuanto a sus precios estos casi no varían como se puede observar en el gráfico que se presenta a continuación:

Gráfico N° 14



Se observa que estos fluctúan en el mercado a un precio de \$1.70 y \$1.80 por libra, según los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los consumidores finales.

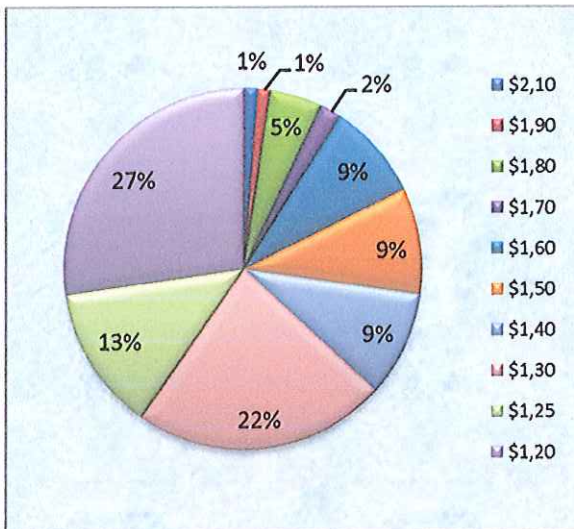
MARGEN DE DURABILIDAD

La Hacienda los Cuatro hermanos, donde se va a tecnificar la producción de queso tiene un margen de durabilidad a largo plazo ya que se encuentran elaborando y comercializando el producto por un lapso de 30 años, en donde requieren incrementar las instalaciones, dando un mejoramiento genético, transformando el derivado lácteo.

COMPORTAMIENTO DE INGRESO DE LOS COMPRADORES

Con respecto al ingreso de los que compran el producto para ofrecer en los mercados, lo adquieren a un precio de \$1.20 y \$1.30 que son los dueños de negocios para después ofrecerlos al consumidor final, por lo general este es el precio que se mantiene por el momento aunque en este producto no existe mucha variación en el año, a continuación se presentan datos obtenidos de los precios que adquieren el producto los dueños de negocios.

Gráfico N° 15



Se observa que existen varios precios que el comprador cancela para adquirir el producto y estos van subiendo de acuerdo a la calidad y presentación que tenga el mismo.

BIEN INDEPENDIENTE

La estacionalidad de la producción nacional del queso no es fija ni constante, según los datos del MAGAP la producción aumenta a medida que aumentan su UPAS (crías de ganado vacuno) en la cual destinan más leche para la producción de queso y en algunos casos para otros productos lácteos.

Es un bien independiente porque la demanda u oferta no dependen del comportamiento de los precios de los otros productos, el producto puede someterse a competir con otros que se encuentran en el mercado, ya que contará con las mismas normas y requerimiento que exige el Ministerio de Salud.

3.4 OFERTA DEL PRODUCTO

INCENTIVOS PARA LA PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO.

Según referencias del MAGAP, para este tipo de proyecto no existen incentivos de producción o alguna institución que los incentive, las personas que desean colocar una

empresa de este tipo de producción deben hacerlo con sus propios recursos o buscar otros métodos como hacer una sociedad para obtener un capital y poder invertir, o también mediante préstamos a instituciones financieras buscando la que pueda dar el interés más bajo y condiciones que convenga para la realización del proyecto.

FACTORES DE INDUSTRIALIZACIÓN.

Los quesos pueden elaborarse a nivel artesanal, normalmente en granjas, fincas, a partir de la leche recién ordeñada y donde ocurre una fermentación espontánea, o también de manera industrial.

En la industria quesera, donde se utiliza una fermentación controlada, la leche procedente de diversos ganaderos se pasteuriza, destruyendo la mayoría de los microorganismos y haciendo necesaria la adición de cultivos iniciadores para que lleven a cabo la maduración. La ventaja del queso industrial se basa en las garantías que ofrece desde el punto de vista higiénico-sanitario, no obstante, presenta el inconveniente de que se pierda el carácter peculiar de aroma, textura, color, etc., distintivo típico de los quesos artesanales.

Por lo tanto para el proceso de industrialización se debe tomar precaución en todas sus etapas para poder conservar la biodiversidad propia de los quesos artesanales.

COMPORTAMIENTO EN EL ENTORNO ECUATORIANO.

Un país con tantos antagonismos como el Ecuador, tan polarizado y dividido, vive hoy una situación crítica en su historia, la nueva Constitución de la República, como era de esperar, no ha contentado a todos los sectores. La ganadería ecuatoriana tiene un fantasma que suele visitarla con frecuencia llamada fiebre aftosa y cuando esta aparece se obtienen fuertes pérdidas económicas afectando al país entero, las personas cuando escuchan de estos a veces dejan de consumir los productos derivados del hato ganadero y también otro caso sería por la crisis económica que se está atravesando por lo cual se tiene un alto índice de

desempleo y esto afecta en que se baja la demanda en el mercado y es a nivel nacional afectando la economía del país.

TIEMPO ESTIMADO DE OPERACIÓN DEL PROYECTO

El tiempo de operación que se estima para el presente proyecto son 10 años en donde se va a poder observar si es factible o no, si en realidad este va a ser rentable, si se tiene una aceptación del producto en el mercado para así poner en marcha la empresa, con el tiempo que se estima permite una aproximación al rendimiento real en la quesería.

El control del rendimiento quesero es un parámetro económico productivo de gran interés, podría utilizarse en estudios sobre la influencia de la alimentación animal en la calidad composicional, así como sobre la aptitud de la leche para la coagulación y para la producción de queso.

3.5 MERCADO PROVEEDOR

Los proveedores son las compañías o personas físicas que proporcionan los recursos que necesita la empresa para producir sus bienes. Una buena gerencia de un administrador es analizar, estudiar, evaluar las posibles adquisiciones de los materiales necesarios para la elaboración del producto, tomando en cuenta y comparando las políticas de los proveedores; uno de estos factores sería la calidad, precios, disponibilidad, políticas de cobro, entre otras.

Para la fabricación del producto (Queso) se requieren las siguientes materias primas y materiales indirectos:

Materias Primas:

1. Leche.
2. Cuajo.
3. Sal

Materiales Indirectos:

1. Envases.
2. Etiquetas.

A continuación se detallan los proveedores que se tienen en la actualidad de las materias primas (cuajo, sal y calcio) y con los que se continuaran abasteciéndose para la elaboración del producto.

Proveedor de Cuajo y Sal

Cuadro N° 14

Proveedor	Calidad	Disponibilidad	Características del Producto	Precio.
Dayagro (Cuajo)	A	1 día	Frascos de 1 litro (Marshall).	\$16.50
Dayagro (Calcio)	A	1 día	Frascos de 1 litro	\$3,50
Sr. Juan Chicaiza (Sal)	A	1 día	1 quintal	\$5.00

Calidad: A: Optima, B: Buena, C: Regular

También se va a requerir proveedores de materia prima (leche) estos si serán proveedores nuevos que ayudaran para la implementación del proyecto detallados a continuación:

Proveedores de Leche

Cuadro N° 15

Proveedor	Calidad	Disponibilidad	Cantidad	Precio
Finca "La tormenta"	A	Inmediata	200 litros	\$0.45

“Rancho Chico”	A	Inmediata	250 litros	\$0.45
Finca “Rancho Alegre”	A	Inmediata	260 litros	\$0.45
Rancho “San Antonio”	A	Inmediata	150 litros	\$0.45
Rancho “Don Omar”	A	Inmediata	180 litros	\$0.45
Finca “La Guaripera”	A	Inmediata	160 litros	\$0.45

Calidad: A: Optima, B: Buena. C: Regular

Nota: Cabe recalcar que también se cuenta con 300 litros diarios que produce la Hacienda “Cuatro Hermanos”, lo que en total para iniciar la producción se obtendrían 1,500 litros diarios.

A continuación se detallan proveedores de los materiales indirectos:

Materiales de Envases y Etiquetas.

Cuadro N° 16

Proveedor	Calidad	Disponibilidad	Características del Producto.	Precio.
Plásticos del Litoral	A	2 días	Fundas de empaques para quesos.	\$2.50 las 100 unidades

3.6 MERCADO COMPETIDOR

En cuanto al mercado competidor a nivel provincial no se encuentra con ninguna empresa competitiva por lo que en la provincia de Esmeraldas no existen empresas procesadoras de quesos y lo que da credibilidad para hacer una inversión en este proyecto por lo que según

las encuestas realizadas si sería factible que exista una empresa productora de queso, por lo que una buena parte de la provincia se dedica a la ganadería y esto sería un impulso para elaborar un producto en el territorio Esmeraldeño y que no venga de otras partes.

En si la competencia que existiría es con el producto (queso) que ingresan de las otras ciudades a la provincia de Esmeraldas y están posesionadas en el mercado, en los mercados donde la competencia es muy intensa no basta con diseñar una oferta que permita satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ya que los competidores pueden hacer lo mismo. Es necesario hacer una oferta que supere a los competidores.

3.7 MERCADO DISTRIBUIDOR

Este mercado es quizás, el que requiere del estudio de un menor número de variables, aun así no deja de ser importante. La disponibilidad de un sistema que garantice la entrega oportuna de los productos al consumidor, en muchos proyectos es relevante, sin embargo hay que determinar canales de distribución, que se lo define como: una serie de organizaciones interdependientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario final puedan consumir el producto.

En cuanto a los canales de distribución que se utilizaran son:

Productor → Distribuidor → Consumidor.

Para la transportación del producto se lo realizara en vehículo propio ya que se cuenta con este recurso para llevarlo a su destino final.

Los tiempos de entrega para el producto se lo realizaran de acuerdo al cronograma que establezca la empresa con cada cliente para el abastecimiento del mismo.

La ventaja que se tiene con los de la competencia que elaboran este producto es que en la Hacienda “Cuatro Hermanos” se lo va a entregar en mejores condiciones higiénicas y de calidad que las otras haciendas por lo que elaboran de manera artesanal.

La desventaja sería que los clientes a último momento no lleguen a consumir el producto y prefieran el que se elabora de manera artesanal y también que los proveedores de leche dejen de vendernos la materia prima y prefieran seguir elaborando su propio producto.

3.8 INFORMACIÓN QUE REPERCUTE EN LA COMPOSICIÓN DEL FLUJO DE FONDOS

3.8.1 INVERSIÓN

Para la realización de este proyecto se requiere de inversión tanto para el capital operacional como para financiar el conjunto de máquinas y activos necesarios para el funcionamiento de la planta. El capital en este proyecto es la inversión con la que se va a colocar en marcha la empresa, en representaciones reales el dinero significa lo necesario para mantener en funcionamiento las operaciones diarias. A continuación se detalla la inversión fija del presente proyecto.

INVERSION FIJA

Cuadro N° 17

EQUIPOS INFORMATICOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1	Unid.	Computador.	1,100.00	1,100.00
1	Unid.	Impresora-copiadora	300.00	300.00
		TOTAL EQUIPOS INFORMÁTICOS		\$1,400.00

Cuadro N° 18

MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
2	Unid.	Escritorio pequeño.	330.00	660.00
1	Unid.	Sillón ejecutivo.	90.00	90.00
1	Unid.	Silla giratoria con brazos.	75.00	75.00
8	Unid.	Sillas de espera.	35.00	280.00
1	Unid.	Vitrina archivador.	300.00	300.00
1	Unid.	Archivador de gaveta de 4 cajones.	210.00	210.00
		TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$1,615.00

Cuadro N° 19

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1	Unid.	Sumadora.	35.00	35.00
1	Unid.	Ventilador.	65.00	65.00
1	Unid.	Dispensador de agua.	125.00	125.00
1	Unid.	Teléfono fax.	100.00	100.00
		TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		\$325.00

Cuadro N° 20

TERRENO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1000	M2	Superficie (25 mt. X 40 mt.)	30.00	30,000.00
		TOTAL TERRENO		\$30,000.00

Cuadro N° 21

EDIFICIO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
250	Unidad	Edificio (construcción 10 mt. X 25 mt.)	280.00	70,000.00
1	Unidad	Instalación de Equipos	3,200.00	3,200.00
		TOTAL EDIFICIO		\$73,200.00

Cuadro N° 22

MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
3	Unidad	Descremadora italiana capacidad 130 litros.	2800.00	8,400.00
1	Unidad	Olla de doble fondo. En acero inoxidable.	830.00	830.00
1	Unidad	Prensa normal	210.00	210.00
2	Unidad	Mesa de molde en acero inoxidable AISI 430 de 1,5mm de plancha entera con inclinación de 5% hacia la salida, pedestal en tubo de 38mm HG.	325.00	650.00
1	Unidad	Mesa de trabajo en acero inoxidable 430 de 1 X 2 m con pedestal y plancha de madera.	380.00	380.00
100	Unidad	Moldes rectangulares en acero inoxidable para queso fresco.	2.80	280.00

20	Unidad	Moldes cuadrados en acero inoxidable con base para mantequilla de 8.5 X 8.5	3.20	64.00
100	Unidad	Tacos plásticos.	2.50	250.00
1	Unidad	Maquina selladora de plástico.	28.00	28.00
10	Unidad	Cintas selladoras.	1.50	15.00
1	Unidad	Lira horizontal con piola nylon.	40.00	40.00
1	Unidad	Agitador en acero inoxidable.	25.00	25.00
4	Unidad	Tina de salmuera en acero inoxidable AISI 430 para 120 quesos, con pedestal en tubo HG de 38 mm. con tapa	420.00	1,680.00
1	Unidad	Percha de almacenamiento en acero inoxidable de 1.80 X 0,30 cm. con 5 divisiones.	400.00	400.00
1	Unidad	Bomba de agua de 2" de 2 hp.	380.00	380.00
1	Unidad	Generador de luz de 1.200WTS	875.00	875.00
1	Unidad	Quemador de 4 llaves.	115.00	115.00
1	Unidad	Batidor de mantequilla en acero inoxidable 304 con motor de 110 volt. capacidad de 20 litros.	800.00	800.00
1	Unidad	Empacadora al vacio marca Vac - master modelo SVP-10 extiende la vida de los productos de 3 A 5 veces. Elimina la quemadura por refrigeración y deshidratación. Barra de sellado de 10 pulgadas. Medidas de la cámara de 25.4 de ancho x 38.1 profund. x 12,7 alta. 40 segundos por ciclo 47 libras de peso	2800.00	2,800.00
1	Unidad	Kit de control.	200.00	200.00
TOTAL MAQUINARIA				\$18,422.00

Cuadro N° 23

INSUMOS Y REACTIVOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
20	Litros	Hidróxido de sodio.	8.50	170.00
4	ml.	Fenolftaleína.	5.50	22.00
4		CMT.	3.50	14.00
2	Frascos	Alcohol etílico.	8.50	17.00
8	Litros	Cuajo Marshall.	16.50	132.00
4	Litros	Calcio.	3.50	14.00
4	Quintales	Sal	5.00	20.00
100	Cientos	Fundas para quesos.	2.50	250.00
TOTAL DE INSUMOS Y REACTIVOS				\$639.00

Cuadro N° 24

ROPA DE TRABAJO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
10		Cofias de Tela	2.00	20.00
10		Mascarillas de Tela	1.50	15.00
10		Botas	13.00	130.00
10		Delantales Plásticos	10.00	100.00
20		Mandiles de Tela	22.00	440.00
10		Guantes	4.50	45.00
TOTAL DE ROPA DE TRABAJO				\$750.00

Cuadro N° 25

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
NO FUNGIBLES				-
2	Unidad	Grapadora.	4.50	9.00
1	Unidad	Perforadora.	8.50	8.50
1	Unidad	Sacapuntas de escritorio.	10.50	10.50
3	Unidad	Porta clip.	1.10	3.30
3	Unidad	Tijera.	2.20	6.60
2	Unidad	Regla plástica.	0.22	0.44
1		Varios.	5.00	5.00
TOTAL NO FUNGIBLES				\$43.34
FUNGIBLES				
2	Resmas	Hojas A 4.	3.80	7.60
6	Unidad	Esferográficos.	0.35	2.10
2	Unidad	Goma.	1.80	3.60
5	Caja	Grapas.	1.75	8.75
6	Unidad	Carpeta archivador ideal.	1.90	11.40
25	Unidad	Carpetas manila.	0.25	6.25
3	Unidad	Liquid paper.	0.70	2.10
TOTAL FUNGIBLES				\$41.80
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA				\$85.14

Cuadro N° 26

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		
10	Unidad	Escobas.	2.00	20.00
5	Unidad	Trapeadores.	3.00	15.00
3	Unidad	Pala recogedor de basura.	1.50	4.50
8	Unidad	Tachos de basura.	3.00	24.00
		TOTAL NO FUNGIBLES		\$63.50
		FUNGIBLES		
5	Paquete	Fundas de basura grandes 10 *1	1.00	5.00
5	Paquete	Fundas de basura pequeñas 10*1	0.75	3.75
15	Unidad	Papel higiénico.	0.80	12.00
5	Galones	Creso.	12.50	62.50
6	Galones	Pinoklin.	11.80	70.80
1	Kilos	Detergente.	3.80	3.80
		TOTAL FUNGIBLES		\$157.85
		TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		\$221.35

Cuadro N° 27

UTILERIA DE PRODUCCION

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
5	Unidad	Baldes.	12.00	60.00
5	Unidad	Tanques plásticos de 25 galones.	3.00	15.00
4	Unidad	Ollas grandes inoxidable.	40.00	160.00
4	Unidad	Ollas medianas.	25.00	100.00
4	Unidad	Jarras de cuatro litros.	6.00	24.00
		TOTAL UTILERIA DE PRODUCCION		\$359.00

Cuadro N° 28

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Permisos de Salud.	150.00
Registro Sanitario.	300.00
Permiso Municipio.	120.00
Permiso Bomberos.	120.00
R.U.C.	10.00
Inscripción Cámara Producción.	80.00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	\$780.00

TOTAL INVERSION FIJA

\$127,796.49

3.8.2 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES DEL PROYECTO

COSTOS FIJOS

Los Costos Fijos son periódicos, se suele incurrir en ellos por el simple transcurrir del tiempo, entre los costos fijos tenemos:

- ❖ Sueldos.
- ❖ Honorarios profesionales.
- ❖ Planilla de agua.
- ❖ Planilla de luz.
- ❖ Planilla de teléfono.
- ❖ Pago de intereses crédito bancarios.
- ❖ Suministros de limpieza.
- ❖ Suministros de oficina.
- ❖ Combustible y Lubricantes.
- ❖ Repuestos.
- ❖ Pasajes y Movilización.

- ❖ Publicidad.
- ❖ Depreciación de Activos Fijos.
- ❖ Gastos de Constitución.
- ❖ Otros gastos.

COSTOS VARIABLES

Costos Variables están directamente involucrados con la producción, entre los variables para el presente proyecto tenemos:

- ❖ Leche (Materia Prima).

3.8.4 DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Para promocionar el producto se empezara por colocar rótulos al paso de las vías más transitorias como en la “Y” del Salto porque aquí los vehículos hacen estadía para después continuar con su destino de viaje, otra manera sería en los medios de comunicación de la localidad (radio, prensa), para dar a conocer la empresa y el producto que se va a lanzar en nueva presentación, también se hará mediante las ventas personales que es donde se hace presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

Al mismo tiempo, la comunicación rebasa estas herramientas de promoción específicas, en donde se da a conocer el diseño del producto, su precio, la forma, su empaque, de todo se comunica algo a los compradores. Así, toda la mezcla de mercadotecnia - la promoción y el producto, el precio y el lugar deben coordinarse para obtener el mejor impacto de comunicación.

También se podría mediante la muestra del producto para lograr que el cliente pruebe el producto ya sea gratis o mediante el pago de una suma mínima con el objeto que conozca el sabor del producto y de esa forma, el cliente lo comprará por voluntad propia; básicamente el éxito del producto depende de su naturaleza.

3.8.5 MOBILIARIOS Y EQUIPOS

Para el presente proyecto se va a requerir de mobiliarios y equipos que se detallaran a continuación:

Cuadro N° 29

MOBILIARIOS Y EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador	1	1.100,00	1.100,00
Sillas de esperas	8	35,00	280,00
Silla giratoria con brazos	1	75,00	75,00
Impresora –copiadora	1	300,00	300,00
Escritorios	2	330,00	660,00
Sillón ejecutivo	1	90,00	90,00
Vitrina archivador	1	300,00	300,00
Archivador de cajones	1	210,00	210,00
Teléfono base	1	100,00	100,00
Sumadora	1	35,00	35,00
Ventilador	1	65,00	65,00
Dispensador de agua	1	125,00	125,00
Descremadora italiana con capacidad para 130 litros.	3	2.800,00	8.400,00
Olla doble fondo de acero inoxidable.	1	830,00	830,00
Prensa Normal	1	210,00	210,00
Mesa de moldeo en acero inoxidable.	2	325,00	650,00
Mesa de trabajo en acero inoxidable.	1	380,00	380,00

Moldes rectangulares en aceros inoxidables para queso frescos.	100	2,80	280,00
Moldes cuadrados en acero inoxidable con base para mantequilla.	20	3,20	64,00
Tacos Plásticos	100	2,50	250,00
Máquina selladora de plásticos.	1	28,00	28,00
Cintas selladoras	10	1,50	15,00
Lira horizontal con piola nylon.	1	40,00	40,00
Agitador en acero inoxidable.	1	25,00	25,00
Tina de salmuera en acero inoxidable.	4	420,00	1.680,00
Percha de almacenamiento en acero inoxidable.	1	400,00	400,00
Quemador de 4 llaves	1	115,00	115,00
Empacadora al vacío	1	2.800,00	2.800,00
Batidor de mantequilla en acero inoxidable.	1	800,00	800,00
Kit de control	1	200,00	200,00
Bomba de agua de 2" de 2hp.	1	380,00	380,00
Generador de luz 1200 wts	1	875,00	875,00
TOTAL			\$21.762,00

Elaborado por: Karol Aveiga Olave

3.8.6 LETREROS

Se utilizarán letreros para dar a conocer la empresa que se va implementar en la Comunidad de Bilsa que además sería como un medio de publicidad, el cual se lo colocara en el recinto el Salto, en la "Y" donde se desvían las personas a sus distintos destinos de viajes como por decir los que van a Muisne, Chamanga y Esmeraldas, entonces sería bueno porque las

personas que van ingresando a Chamanga u otro destino de acceso por esas vías se van informando donde se encuentra la empresa que elabora el producto y a qué distancia de el recinto el Salto queda, en donde el letrero llevara el nombre de la empresa, logo del producto, lugar de la empresa y los kilómetros de distancia.

3.8.7 NÚMEROS DE VEHÍCULOS DE REPARTO

En la actualidad se cuenta con un vehículo tipo camioneta para repartir el producto, con el cual seguirán trabajando, y de acuerdo a la producción que se vaya a obtener en el transcurso del tiempo puede llegar a existir una mayor demanda y entonces ahí sí se puede llegar a requerir de un vehículos más para abastecer del producto a los clientes.

3.8.8 CONDICIONES DE PAGO DE PROVEEDORES

A continuación se presenta un cuadro de las condiciones de pago de los proveedores las cuales son:

Cuadro N° 30

PROVEEDOR	PRODUCTO	FACILIDAD DE PAGOS
Dayagro S.A.	Cuajo, calcio y otros insumos.	Crédito
Sr. Juan Chicaiza	Sal	Contado
Las Fincas que proveen leche.	Leche	Contado
Plásticos del litoral	Envases y etiquetas	Contado

Elaborado por: Karol Aveiga Olave

3.9 ANÁLISIS DEL MERCADO

3.9.1 ANÁLISIS HISTÓRICO DEL MERCADO

La elaboración de quesos al igual que otros derivados son integrantes naturales de la cadena agropecuaria correspondiente a la producción de leche. En el contexto nacional, 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.

Desde el principio de la Revolución Industrial y hasta las primeras décadas de este siglo, la gestión de la producción dominó el pensamiento empresarial. Se trataba de elaborar productos de calidad a bajo costo: el problema posterior de la venta se resolvía sin esfuerzo, dada la gran variedad de necesidades insatisfechas en los consumidores. A este planteamiento hoy se le denomina orientación a la producción.

A medida que crecía la competencia y las necesidades se iban cubriendo, se pasó a una orientación a las ventas. Los productos técnicamente buenos no se vendían ya por sí mismos, de forma que se era necesario crear grandes fuerzas de ventas. Bajo esta concepción, lo importante no es ya sólo crear buenos productos a bajo costo, sino, prioritariamente, realizar el esfuerzo de ventas preciso para venderlos.

Aunque todavía hay empresas que parten de puntos de vista como los anteriores, destacando el papel de la producción y las ventas, son también muchas las que siguen una orientación al mercado: lo primordial es determinar lo que desean los consumidores para a continuación producirlo y ofrecérselo con un beneficio. El objetivo de la empresa se convierte en satisfacer las necesidades de los consumidores, y a ello se deben dirigir todas sus actividades para, así, generar beneficios aunque no se maximicen las ventas. Este cambio de orientación empresarial ha supuesto el paso de una perspectiva técnica a otra basada en las necesidades del mercado, de forma que son éstas las que orientan las decisiones de la empresa.

La orientación al consumidor debe completarse con una orientación a la competencia, basada en el logro de ventajas sobre los competidores. La competencia consiste en la lucha constante de las empresas para desarrollar, mantener o incrementar sus ventajas diferenciales respecto a las demás empresas. En puridad, a diferencia de la orientación al consumidor, la orientación a la competencia considera a los consumidores como un premio obtenido a costa de los competidores.

Actualmente, considerando superada incluso la mera orientación al mercado, diversos autores defienden la tendencia hacia una orientación social de la empresa, dirigida a procurar la satisfacción y el bienestar del público a largo plazo. Ello implica incorporar objetivos sociales, basarse en los verdaderos valores de los productos sin crear beneficios imaginarios, y renunciar a procesos contaminantes, publicidad equívoca o productos que afecten negativamente a la sociedad.

3.9.1.1 CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

La demanda se puede medir por la cantidad de clientes dispuestos a comprar el queso. Por ejemplo, en época de inicio de clases, en semana santa la mayoría de las personas comprarán quesos, lo cual permite subir el precio de estos, sin correr peligro de no venderlos.

Cuadro N° 31

DEMANDA		
90	365	32,850
630	365	229,950
1250	365	456,250

SE PRODUCE
CONSUMO

Tasa de crecimiento

$$i = 1.40\%$$

Cuadro N° 32

456,250		DEMANDA ANUAL ACTUAL				
AÑOS	CONSUMO		X			
	APARENTE Y	X	X - X	XY	X ²	
2005	431,569.81	1	-2	(863,139.62)	4	
2006	437,611.79	2	-1	(437,611.79)	1	
2007	443,738.35	3	0	-	0	
2008	449,950.69	4	1	449,950.69	1	
2009	456,250.00	5	2	912,500.00	4	
SUMATORIA	2,219,120.64	15	0	61,699.28	10	

FORMULA DE REGRESIÓN LINEAL PARA LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

$$A = \frac{\sum Y}{N} = \frac{2,219,120.64}{5} = 443,824.13$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{61,699.28}{10} = 6,169.93$$

Cuadro N° 33

$$Y = A + BX$$

AÑOS	CALCULO	TOTAL
Y2010	443824,13 + 6169,93 *3	462,333.91
Y2011	443824,13 + 6169,93 *4	468,503.84
Y2012	443824,13 + 6169,93 *5	474,673.77
Y2013	443824,13 + 6169,93 *6	480,843.70
Y2014	443824,13 + 6169,93 *7	487,013.62

PROYECCION DE LA DEMANDA

Cuadro N° 34

AÑOS	CANTIDAD
2010	462,334
2011	468,504
2012	474,674
2013	480,844
2014	487,014

Esta información revela un ingreso proyectado para el año 2011 de 468,504, con una variación de 6170, consumidores al año, por lo que el crecimiento de la demanda se da de acuerdo a la natalidad de una ciudad o población.

Frente a esto tenemos un 78% de los encuestados que manifestaron que el consumo de queso en sus hogares es primordial y de primera necesidad, en lo que también se podría decir que se tiene un consumo de 3 a 6 libras semanales manifestándolo así en un 50%, como se puede observar se tiene una buena demanda del producto en el mercado.

3.9.1.2 CRECIMIENTO DE LA OFERTA

La oferta está dada por la cantidad de quesos que estén a la venta, ya sea la empresa o por otros queseros. Si la cantidad de productos es muy alta, los precios deben tender a bajar, para no quedarse con los quesos y tener que volver con ellos. Esto está muy ligado con la demanda.

Cuadro N° 35

PRODUCCION DE LECHE EN EL 2009		
90	365	32,850
630	365	229,950

PROYECCION DE LA OFERTA

Cuadro N° 36

AÑOS	OFERTA HISTORICA	OFERTA POTENCIAL
	CONSUMIDORES	CONSUMIDORES
2005	217,511	
2006	220,556	
2007	223,644	
2008	226,775	
2009	229,950	
2010		233169
2011		236434
2012		239744
2013		243100
2014		246504

Cuadro N° 37

229,950	OFERTA ANUAL ACTUAL				
AÑOS	CONSUMO APARENTE Y	X	X - X	XY	X ²
2010	233,169.30	1	-2	(466,338.60)	4
2011	236,433.67	2	-1	(236,433.67)	1
2012	239,743.74	3	0	-	0
2013	243,100.15	4	1	243,100.15	1
2014	246,503.56	5	2	493,007.11	4
SUMATORIA	1,198,950.42	15	0	33,335.00	10

FORMULA DE REGRESIÓN LINEAL PARA LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

$$A = \frac{\sum Y}{N} = \frac{1,198,950.42}{5} = 239,790.08$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{33,335.00}{10} = 3,333.50$$

Cuadro N° 38

$$Y = A + BX$$

AÑOS	CALCULO	TOTAL
Y2010	239790,08 + 3333,50 *3	249,791
Y2011	239790,08 + 3333,50 *4	253,124
Y2012	239790,08 + 3333,50 *5	256,458
Y2013	239790,08 + 3333,50 *6	259,791
Y2014	239790,08 + 3333,50 *7	263,125

OFERTA VS DEMANDA**Cuadro N° 39**

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	462,334	249,791	212,543
2011	468,504	253,124	215,380
2012	474,674	256,458	218,216
2013	480,844	259,791	221,053
2014	487,014	263,125	223,889

La estacionalidad de la producción nacional del queso no es fija ni constante. Según datos del MAGAP las industrias aumentan su producción a medida que aumentan su UPAS (crías de ganados) en la cual destina más leche para la producción de quesos u otros productos lácteos.

El precio del queso no es el mismo durante todo el año. Varía de acuerdo con la estación, la producción, el comportamiento del mercado y los procesos que se emplean. Los precios que se ofertan en el mercado nacional para los quesos son variables, dependen mucho de ciudad que los elabora.

3.9.2 IDENTIFICAR EFECTOS POSITIVOS O NEGATIVOS QUE SE PUEDEN ALCANZAR

Los efectos positivos que se pueden alcanzar mediante el presente proyecto son la creación de empleo productivo y el reconocimiento del valor social y los valores éticos del trabajo, impulsando al crédito, la asistencia técnica, la capacitación y el acceso a mercados e información, la investigación y tecnología para aplicarla al desarrollo de la agricultura, productividad y competitividad, mejorando la producción del país. También al desarrollo productivo de la zona y a la transformación de los productos y buscar siempre el valor agregado en la transformación de la agro-producción y un aumento del crecimiento económico del sector.

En cuanto a los efectos negativos que se podrían dar es que los propietarios de las fincas tomen otra medida como de no vender la materia prima (leche) y no se llegue a proveer de este producto y se obtenga una producción baja para llegar a abastecer al mercado. También que los consumidores finales obtén por comprar los otros productos que ya se encuentran posesionados en el mercado.

3.9.3 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN VIGENTE

La visión del desarrollo humano requiere de una plataforma suficiente de crecimiento económico, impulsado por ganancias continuas en productividad, bajo condiciones de eficiencia social, económica y ambiental en el uso de los recursos. Una inserción competitiva en el mercado mundial se basa en el desarrollo regional y local armónico, que integre políticas productivas, sociales y ambientales. Junto a la demanda interna, la promoción de la demanda de los mercados internos expande las posibilidades de crecimiento integral, reduce las brechas de productividad y contribuye a ampliar la oferta de mejores productos con mayor incorporación de valor agregado.

En la medida en que los mercados no se autorregulan, la corrección de sus imperfecciones (información deficiente, tendencia a la monopolización, elevados costos de transacción,

calidad de los productos) requiere una estructura institucional cooperativa, independiente y técnica.

Para incrementar la producción de bienes y servicios es necesario dar prioridad a la apropiación y reinversión nacional del excedente económico, racionalizar el uso de los recursos, mejorar la productividad, diversificar los bienes y perfeccionar su calidad, gestión empresarial (pública y privada) y actividades de autogestión más eficaces e ingresos dignos (expresados como salarios o como el resultado neto de la producción de comunidades o trabajadores asociados), sin desmejorar ningún otro factor involucrado. Este proceso virtuoso requiere de mercados de factores, de bienes y de servicios capaces de generar una adecuada distribución y uso de los recursos.

3.9.4 APERTURA COMERCIAL

El alto grado de apertura comercial demuestra que ha quedado liquidado el modelo de sustitución de importaciones. La estructura rígida de las exportaciones, enfocada principalmente en productos primarios sin mucho valor tecnológico, vuelve vulnerable a la producción nacional frente a shocks externos y fluctuaciones de los precios internacionales. Las diversas normas exigidas por los países en desarrollo como cumplir con requisitos fitosanitarios, de propiedad intelectual y medio ambiente son difíciles de acatar por las sociedades latinoamericanas debido a las fuertes presiones sociales y déficits fiscales existentes. La dolarización y la profundización de la apertura obligarán al país a modernizarse para mejorar la calidad y eficiencia productivas.

La globalización ha demostrado que cualquier decisión adoptada por los países grandes y medianos tiene serias repercusiones en el resto de naciones, más aún para el Ecuador que usa el dólar como moneda oficial.

Los cambios y beneficios del comercio. Los avances en materia de telecomunicaciones han revolucionado el comercio internacional durante la década del noventa. Además, debido a la poca profundidad de los mercados financieros, el comercio exterior se convierte en la

puerta principal para que países pequeños como Ecuador accedan a los beneficios de la globalización.

El intercambio de bienes y servicios permite a las empresas, entre otras cosas, mejorar su productividad, acceder a menores costos de bienes de capital y diversificar su producción. Al mismo tiempo los consumidores locales se benefician de una diversidad de productos a precios competitivos.

3.9.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PROYECTADA

Con todo el estudio realizado se observa la factibilidad del proyecto, en donde también se pueden hacer proyecciones futuras para la empresa en donde se pueda incrementar un hato ganadero que de una buena producción de leche (ganado de leche), para así llegar a crecer en su producción y obtener la materia prima (leche) en su totalidad propia de la empresa, para la elaboración del producto, también se va a implementar una nueva técnica de cómo utilizar el suero que sale al momento de realizar el proceso productivo del queso, el cual se lo ocupara para elaborar mantequilla que será otro producto adicional de ingreso y se generen mayores rentabilidad para la empresa.

3.10 EL CONSUMIDOR

Representa la serie de compradores, presentes y en potencia de un producto. Este mercado es sin duda alguna uno de los que más tiempo toma su estudio, ya que la complejidad del consumidor hace que se tornen más imprescindibles varios estudios específicos sobre él. En este estudio hay que tomar en cuenta los hábitos y motivaciones de compra, los cambios de gustos del consumidor, cambios tecnológicos, cambios en las normativas legales de consumo; esto enmarcado en los cambios que puedan presentarse en el medio ambiente. Todos y cada uno de estos aspectos serán determinantes al definir el consumidor real.

Este producto va dirigido a personas de todas las edades, que puedan consumir el producto e influir en su adquisición. Es necesario aclarar, que en este caso, el consumidor es aquel que está dispuesto a adquirir el producto.

3.11 ESTRATEGIA COMERCIAL

3.11.1 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Los productos presentan un ciclo vital, un período de tiempo durante el cual nacen, crecen, maduran y mueren. Clásicamente, en el ciclo vital de un producto se distinguen cuatro etapas:

❖ Etapa de iniciación o de lanzamiento

En esta etapa como es un producto que se va lanzar en una nueva presentación al mercado, la empresa que lo fabrica necesita realizar previamente unos gastos en investigación y posteriormente en inversiones para adquirir los equipos necesarios para su producción, y también hacer inversión en publicidad.

Como para el gran público es desconocido, sus ventas en este período de lanzamiento son pequeñas y el crecimiento lento. En esta etapa, las empresas muchas veces saben registrar pérdidas, puesto que los gastos son cuantiosos y las ventas reducidas.

❖ Etapa de crecimiento

Una vez que el producto empieza a ser conocido, se inicia otra etapa caracterizada por un elevado crecimiento del volumen de ventas. Se generan beneficios para la empresa que explota el producto e incluso comienzan a aparecer en el mercado otros productos sustitutivos lanzados por otras empresas con la intención de captar una parte de los beneficios que proporciona el mercado.

❖ Etapa de madurez

Cuando ocurre esto, la velocidad de crecimiento de las ventas comienzan a estabilizarse y el producto entra en otra etapa conocida como fase de maduración, en la que se mantienen

las ventas y los beneficios relativamente estables pero con tendencia a decrecer a medida que va pasando el tiempo.

❖ **Etapas de declive o saturación**

El mercado se va saturando, los productos sustitutos que han ido apareciendo van acaparando cada vez una cuota mayor del mercado, las ventas descienden y paralelamente los beneficios.

Estos beneficios pueden convertirse en pérdidas y las ventas empiezan su descenso anunciando la muerte del producto si no se toman medidas a propósito.

TAMAÑO

El tamaño del producto será de acuerdo a los pedidos de los clientes que con respecto a las encuestas manifestaron que desearían en pesos de 1lbr, 2lbs, y 3lbs, por lo que se registró de acuerdo a este tamaño que fue el resultado obtenido de la investigación.

MARCA

Una marca es un nombre o una señal cuya finalidad es identificar el producto de los grupos de vendedores, para poder diferenciarlo de los productos rivales. En este particular se tomara como nombre para el producto **“Queso Sabor del Campo”**.

TIPO DE ENVASE

Es un elemento contenedor del producto en el cual estará adherida o impresa la etiqueta, que a su vez contendrá la marca. Se tomara en cuenta un empaque esterilizado de plástico el cual tendrá capacidades de 1lbr, 2lbs, y 3lbs, respectivamente. De esta manera el empaque es el elemento que va a contener el producto, para protegerlo, conservarlo y hacerlo llegar de la mejor manera al consumidor final.

3.11.5 COSTOS

Se consideran los costos como desembolso de efectivo que se deben estimar como parte de la técnica de plantación, para medir la rentabilidad del proyecto. Entendiéndose Costo como todos los recursos y esfuerzos que intervienen para producir el producto, y que se pueden identificar fácilmente.

A continuación se presentan los costos que intervienen en la producción del producto queso:

Costo de Producción de un Queso.

Cuadro N° 40

Producto	Modo de Compra	Valor Unitario	Unidades a Utilizar	Total
Leche	Litros	0.38	1,500.00	570.00
Cuajo	Litros	16.50	0.17	2.75
Sal	Libras	0.04	23.00	0.92
Calcio	Litros	3.50	0.75	2.63
Funda	Unidad	0.01	467.00	4.67
Costo de Producción				580.97
Litros de Leche por Queso.				500
Costo de Queso por Unidad.				1.16
Precio por Libra.				1.80
Diferencia.				0.64
Utilidad Diaria.				319.04
Utilidad mensual.				7,656.84

Se procederá también a elaborar un producto adicional como es la mantequilla utilizando el suero que sale del queso presentando a continuación los costos de este producto.

Costo de Producción De Mantequilla

Cuadro N° 41

Producto	Modo de Compra	Valor Unitario	Unidades a Utilizar	Total
Suero	Litros			-
Sal	Litros	0.04	0.50	0.02
Funda	unidad	0.01	467.00	4.67
Costo de Producción				4.69
Libras Diarias				90
Costo por Libra				0.05
Precio por Libra				0.70
Diferencia				0.65
Utilidad diaria				58.31
Utilidad mensual				1,399.44

3.11.6 PROYECCIÓN DE VENTAS

Cuadro N° 42

PRODUCTOS	CANTIDAD	MENSUAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Queso de 1 libra	500	30	1.80	27,000.00	324,000.00
Mantequilla Batida	90	30	0.70	1,890.00	22,680.00
TOTAL				28,890.00	646,680.00

Las ventas mensuales que se obtendrían en el negocio son de \$28,890.00 dólares y anuales dan un resultado de \$646,680.00 dólares.

3.12 ANALISIS DEL MEDIO

3.12.1 VARIABLES EXTERNAS

POLÍTICA EXTERIOR

El análisis de la política exterior implica el estudio del cómo el estado hace política exterior. Desde esta perspectiva el estado es considerado como el actor principal y básico de las relaciones internacionales.

Debido a que el análisis de la política exterior implica tanto el estudio de la política internacional como de los asuntos domésticos, la disciplina académica se localiza e incide en la intersección entre la teoría de las relaciones internacionales y la política pública. La política exterior se nutre de disciplinas como el estudio de la diplomacia, de la guerra (o del conflicto), de las organizaciones intergubernamentales, y de las sanciones económicas, cada una de las cuales cobran una importancia capital por la cual el estado puede llevar a cabo su política exterior.

Académicamente hablando, el análisis de la política exterior se encuentra más comúnmente estudiado dentro de la ciencia política y las relaciones internacionales.

POLÍTICA DE EMPLEO

Ecuador ha sido uno de los países de la región que ha experimentado de forma más drástica las importantes transformaciones relacionadas con el proceso de globalización, la apertura de las economías y la descentralización del proceso productivo. Estos cambios han afectado fuertemente los patrones de comportamiento del mercado de trabajo, la capacidad de creación de empleos ha sufrido un deterioro en la calidad de sus empleos. Los efectos de estos cambios no han sido los mismos para toda la población. Mientras grandes contingentes de personas viven en condiciones de marginalidad, pobreza y exclusión social, el resultado de este proceso ha sido un aumento de las desigualdades.

POLÍTICA FISCAL

La política fiscal tiene una importancia fundamental en el logro de la estabilidad macroeconómica. Una gestión laxa de las finanzas del Estado puede comprometer el logro de resultados positivos en materia de inflación, tasas de interés y tipo de cambio, lo cual incidiría fuertemente en el desempeño económico.

Hay un claro consenso en los últimos años, en la necesidad de corregir la posición de las cuentas públicas y aplicar más bien una política conservadora, ajustada a las expectativas de ingresos y gastos, sin descuidar la corrección de los problemas estructurales que por lo general limitan la acción pública y su proyección social.

POLÍTICA ECONÓMICA

La situación financiera global ha jugado un papel importante en el desempeño económico del país. La caída de los mercados ha generado un clima tenso, donde es imperante el ahorro, por lo que la demanda de algunos de los productos de exportación del Ecuador ha caído considerablemente.

La nueva economía exige una rápida adaptación a los cambios. Estos se producen con mucha rapidez y por lo tanto se debe estar preparados para poder crecer en la medida que nuestras propias necesidades así lo requieran.

La concepción de crecimiento económico “liderado por la demanda” permitirá que se forme un “círculo virtuoso” a través del crecimiento e incrementos en la productividad de los factores. Para la formación del círculo virtuoso, se consideran la importancia del capital y del trabajo, en otras palabras, el lado de la oferta también es importante para el crecimiento económico.

POLÍTICA MONETARIA Y CREDITICIA

La norma no desarticula la dolarización y fija las reglas generales de un manejo soberano de la moneda, aunque aquel nazca supeditado a los plazos y a las coyunturas políticas.

El Artículo 303 señala que la formulación de las políticas monetarias, crediticia, cambiaria y financiera es exclusiva del Ejecutivo y se instrumentará a través del Banco Central y que la Ley regulará la circulación de la moneda con poder liberatorio en el país.

Además define al Central como persona jurídica de derecho público y señala que la ejecución de la política crediticia y financiera "también" se ejercerá a través de la banca pública.

En la presentación del primer articulado, los voceros del Régimen de Desarrollo destacaron la importancia de un estado con gran capacidad interventora, en particular en materia económica. El texto de política monetaria tiene, entre otros objetivos: suministrar medios de pago para la operación económica, fijar niveles de liquidez global o promover relaciones entre tasas activas y pasivas para ahorro y actividades productivas en pro de la estabilidad de precios y equilibrios monetarios.

3.12.2 ANÁLISIS F.O.D.A

Es importante en este estudio el análisis interno de las fortalezas y oportunidades, así como el análisis externo de las debilidades y amenazas, respecto a la producción de queso de la zona.

INTERNO FORTALEZAS - OPORTUNIDADES.

FORTALEZAS

- Imagen de la marca.
- Optimo nivel de tecnología en el proceso de fabricación.
- Adecuada estrategia de precios.
- Amplia red de distribución local.

OPORTUNIDADES

- Mercado creciente en el canal de distribución.
- Incremento en la frecuencia de compra del producto.
- Alta rentabilidad en el canal de distribución.

- Cambios de estilo de vida del consumidor.

EXTERNOS DEBILIDADES – AMENAZA.

DEBILIDADES

- Inadecuada estructura de ventas.
- Bajos niveles de inversión publicitaria.
- Falta de recursos tecnológicos.
- Carencia de normalización de los procesos.

AMENAZA

- Importación de productos a precios competitivos.
- Actividades promocionales de la competencia.
- Alto índices de desempleo.

ESTRATEGIAS FORTALEZAS - OPORTUNIDADES

- La imagen de la marca le da la posibilidad de introducir un producto diferenciado, en cuanto a empaque y beneficios del producto, en el canal de distribución.
- Fortalecer la distribución de ventas en el canal de distribución, lo que permite obtener un mayor flujo de efectivo y por ende mayor rentabilidad, si se tiene en cuenta que este canal paga de contado.
- Establecer un diferencial de precios del 5% por encima del precio de venta del producto de distribución, para suplir los costos de mano de obra y empaque.
- Desarrollar un producto diferenciado en corto tiempo, gracias al alto nivel tecnológico y capacidad productiva que adquirirá la empresa.

ESTRATEGIAS FORTALEZAS - AMENAZAS

- Fortalecer la estructura local de ventas, lo que permite aumentar la distribución numérica y ponderada de la marca, bloqueando las actividades de la competencia.
- Dar a conocer el posicionamiento de la marca a través de estrategias promocionales y de comunicación que incrementen las barreras de entrada a productos importados.

ESTRATEGIAS DEBILIDADES - OPORTUNIDADES

- Diseñar un producto diferenciado, dirigido a los consumidores del canal de distribución, los cuales buscan productos prácticos e innovadores sin alterar sus propiedades físicas.
- Establecer procesos de normalización en las operaciones de venta y entrega de producto, lo que permite a la empresa ser más eficiente y rentable en la gestión de ventas.
- Incrementar la inversión publicitaria hacia el canal de distribución, lo que permite obtener mayor participación de ventas y aumento de la distribución numérica y ponderada.

ESTRATEGIAS DEBILIDADES - AMENAZAS

- Diseñar productos diferenciados de empaque uni-personal, los cuales se adapten a las necesidades de compra diaria que requiere el mercado en el canal de distribución.
- Implementar un programa de reconversión de la fuerza de ventas hacia el alto desempeño a través de una normalización de procesos, lo cual la volvería más competitiva y tecnificada.
- Suministrar a la fuerza de ventas equipos de terminales portátiles que hagan más eficiente la gestión de ventas, la logística de entrega de productos y los indicadores de gestión en el canal de distribución.
- Diseñar estrategias promocionales con la nueva presentación del producto, dirigidas al canal de distribución, que permitan mejorar el posicionamiento del producto.
- Desarrollar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer la nueva presentación del producto a través de un direccionamiento del mensaje hacia la compra en el canal de distribución

CAPITULO IV

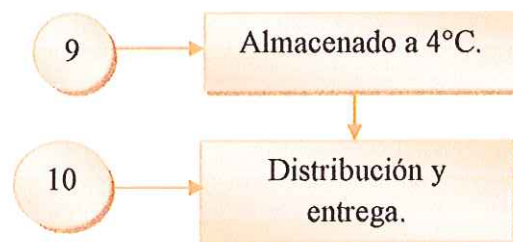
INGENIERIA DEL PROYECTO

4.1 PROCESO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN

4.1.1 FLUJO DE PROCESO

En este proceso se describe gráficamente los pasos a seguir para la obtención del producto final, describiendo así en cada punto su aplicación y de manera continua, siguiendo cada uno de los pasos de manera ordenada y adecuada al proceso.





4.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Etapa 1. Recepción de la leche cruda.- El proceso productivo se inicia desde que ingresan las materias primas en la planta para la elaboración del queso momento en el que se procede a documentar la cantidad recibida, en donde se procede a remitir la leche al tanque de pasteurización, en donde se hace el respectivo análisis con un termómetro para saber si la leche se encuentra en buena calidad para el proceso de transformación.

Etapa 2. Pasteurización.- El proceso consiste en calentar la leche a temperaturas específicas por tiempos predeterminados. Este procedimiento destruye los microorganismos patógenos indeseables, la pasteurización también previene que estos microorganismos interfieran con las cepas de cultivo, asegurando la calidad y la seguridad para el consumo del producto final.

Esencialmente, se han establecidos las temperaturas y tiempos para llevar a cabo la pasteurización que se presenta en la siguiente tabla:

Cuadro N° 43

TEMPERATURA	TIEMPO
63°C	30 minutos
72°C	15 segundos
89°C	1 segundo
96°C	0.05 segundos
100°C	0.01 segundos

La pasteurización debe ser suficiente como para matar las bacterias capaces de afectar la calidad del queso, la pasteurización normal, que se hace es a 72- 73 °C durante 15 segundos, es la más comúnmente aplicada.

Etapa 3. Fortalecimiento del Calcio.- Luego de la pasteurización pasa a unas tinajas donde se les realiza el fortalecimiento de calcio, porque en el momento de la pasteurización la leche sabe perder sus contenidos de calcio y por lo tanto se debe restablecerle el calcio.

Etapa 4. Adición del cuajo.- En esta etapa se le agrega el cuajo para coagular la leche, se disuelve la cantidad necesaria por cada 10 litros de leche lleva 1cm de cuajo el cual va disuelto en agua, al momento que se le adiciona el cuajo a la materia prima esta no se deja de mover durante 3 minutos y luego se deja reposar durante unos 15 a 30 minutos.

Etapa 5. Eliminación del Suero y molido.- El suero se deja escurrir a través de un colador puesto en el desagüe moviendo la cuajada hacia el lado opuesto. Los obreros deberán mover la cuajada de un lado al otro con una paleta de madera por 5 minutos donde se deja en reposo y se le saca el 30%, luego se procede a un segundo batido para que tome su consistencia de granulado y se le saca el otro 70% de suero.

Etapa 6.- Salado.- Se agrega la cantidad de sal necesaria y se esparce la sal sobre la cuajada mezclándola bien cada vez. Después de la adición de la sal, se sigue mezclando la masa durante 25 minutos hasta que toda la sal esté incorporada uniformemente.

Etapa 7. Moldeado y prensado.- Se coloca la cantidad necesaria de cuajada en el molde de prensado. Luego se ajusta la prensa de tal manera que sea eliminado el suero restante y sea homogenizado. Las finalidades del prensado son por demás concretas: desueroar o agotar la cuajada, formar corteza y dar forma al queso.

Las casas especializadas en la venta de material y equipo para la industria láctea suelen vender moldes fabricados del tamaño y forma para moldear el tipo de queso que interese en cada caso. Para ello basta indicar el peso que ha de tener el queso terminado que se vaya a fabricar.

Etapa 8. Empacado y etiquetado.- En esta etapa se traslada el producto terminado al área de empackado se envasan por libras el queso en sus respectivos empaques se sellan y se le adhiere la etiqueta.

Etapa 9. Almacenado.- En esta etapa el queso ya empackado y etiquetado los obreros lo trasladan en cestas de manera que queden bien almacenados a una temperatura de 4 °C.

Etapa 10. Distribución y entrega.- El proceso concluye con la distribución y entrega del producto final a los clientes.

4.1.3 SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

Una vez transformada la materia prima en queso, el productor requiere llevarlo al mercado, para que cumpla con su condición de mercancía y es aquí donde la comercialización desempeña una tarea elemental, como engranaje de la producción y el consumo final, dando liquidez y solvencia al proceso de producción. Esta actividad que arranca del proceso productivo y llega hasta el consumidor es conocida como “sistema de comercialización”.

Los productos obtenidos por la empresa se dirigen hacia un mercado donde serán asignados a sus consumidores, se ha optado que para la comercialización se realice por medio de: las tiendas de abarrotes como se lo ha venido realizando hasta la actualidad, que se distribuye en el cantón Muisne y Atacames, también ciertos distribuidores de la ciudad de Esmeraldas van a adquirir este producto en los predios donde se elabora el producto, y con proyecciones de llegar abarcar a otros locales comerciales para la distribución del producto.

4.1.4 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO

Según el tamaño en que se formará es como pequeña empresa, el lugar donde se implementará el proyecto va a ser terreno propio, ya que en la Hacienda los “Cuatro Hermanos” se va a tecnificar una producción que ya se elabora por lo cual ellos ya cuentan con su propio terreno y también poseen cierto hato de ganado donde se obtiene

parte de la materia prima, las actividades se concentran en el dueño de la empresa, que es el que ejerce el control y dirección gerencial de la misma.

LOCALIZACIÓN

La ubicación donde funcionará la empresa será en la comunidad de Bilsa, a escasamente 4km de el sitio el Salto Vía a Chamanga perteneciente al Cantón Muisne, lugar donde se encuentra la hacienda los “Cuatros Hermanos”, estas vías se encuentran en buen estado en donde se obtiene la facilidad para comercializar el producto, además como es una vía que tiene acceso a la Provincia de Manabí, Pedernales y también a la parroquia de Mompiche que es bastante concurrida, por lo que las personas que viajan por este paso tienen la facilidad de comprar el producto, también en este lugar se cuenta con los servicios básicos necesarios, para la implementación de la empresa.

4.1.5 CROQUIS

VER ANEXOS N°3

4.1.6 PLANO DE INSTALACIONES FÍSICO

VER ANEXOS N°4

4.2 ASPECTOS ORGANIZACIONALES

4.2.1 CARACTERÍSTICAS Y TIPOS DE ORGANIZACIÓN

Uno de los aspectos importantes en el diseño del proyecto es el basamento legal con el cual se organizara la empresa. Se diseñara el modelo legal que la empresa tendrá tomando en consideración los siguientes aspectos:

En este particular la empresa estará clasificada de la siguiente manera: según su función económica es una empresa manufacturera, que según se describe como la forma especial de la producción, mediante la cual la materia prima y los materiales terminados son procesados y convertidos en productos terminados, necesarios para los consumidores.

En cuanto a la forma jurídica: se constituirán como Compañía de Responsabilidad Limitada esta no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías que es de \$400, estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías, y esta puede estar integrada por familiares.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Según por origen de capital: se formaran como empresa privada, entendiéndose por empresa privada aquella en que la propiedad del capital, la gestión, la toma de decisiones, y el control de la misma son ejercidos por agentes económicos privados y en las cuales el Estado no tiene ninguna injerencia.

Según el tamaño se formaran como pequeña empresa, definida como organización económica en la que el número de empleados no supera las 45 personas, dedicadas a actividades administrativas y operativas. Las actividades se concentran en el dueño de la empresa, que es el que ejerce el control y dirección gerencial de la misma.

Según el control de capital esta empresa se constituirá como matriz, ya que será la entidad principal donde se originará el producto principal.

4.2.2 TRÁMITES Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Requisitos de la Superintendencia de Compañías.

- 1.- Que tipo de compañía va a formar.
- 2.- Reserva del nombre (Se llevan 3 nombres y se selecciona uno de los tres).
- 3.- Luego se va al banco a abrir una cuenta especial de “Integración de Capital”, que será abierta a nombre de la compañía en formación.
- 4.- El banco le da un certificado de integración de capital.
- 5.- Se va donde un Abogado a realizar la minuta.
- 6.- Luego todo esto se lleva a la Superintendencia de Compañía.

Requisitos del SRI para la obtención del RUC.

- 1.- Formularios RUC 01-A, que corresponden a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes; y RUC 01-B, que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimiento de las sociedades; ambos formularios será suscritos por el Representante Lega. (Debidamente llenados por el contribuyente).
- 2.- Presentar original o copia certificada del documento del documento de constitución, debidamente legalizado por el organismo de control respectivo e inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple del mismo.
- 3.- Presentar original o copia certificada del nombramiento vigente del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple.
- 4.- Original de la cédula de identidad o pasaporte del representante legal y de ser el caso, el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- 5.- Original y copia de las cuatros hojas de los datos generales del registro de sociedades emitidas por la superintendencia de Compañías.

6.- Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección donde realiza la actividad económica: Planilla de servicio eléctrico, telefónico, o de agua potable. (Cualquiera de estos documentos a nombre de la Sociedad o el Representante Legal o de uno de los accionistas).

7.- Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador.

8.- Si son más de 8 socios o accionistas debe presentar una ficha técnica en medio magnético con la información de los mismos. El formato deberá solicitarlo también en medio magnético en las ventanillas del SRI.

Requisitos del Cuerpo de Bomberos.

1.- Copia de cédula y papel de votación.

2.- Copia del RUC.

3.- Nombre del local.

4.- Lo que hay que cancelar lo dicen en el momento de sacar el permiso.

Requisitos del Municipio para el permiso de funcionamiento.

1.- Copia de Cédula y RUC.

2.- Copia del Cuerpo de Bombero.

3.- Una especie valorada. (Lo que hay que cancelar lo dicen en el momento).

Requisitos del Ministerio de Salud para obtener el permiso sanitario.

Debido a la razón comercial de esta empresa, donde se manipularan y elaboraran alimentos de consumo humano, el permiso sanitario es un documento necesario y obligatorio para el funcionamiento de la empresa.

❖ **Requisitos técnicos.**

- 1.- Área amplia (libre de contaminación).
- 2.- Definición de áreas (Bodega, pediluvios, etc.).
- 3.- Material interno (piso, paredes y techos adecuados).
- 4.- Equipos (Tamices, pasteurizado, termómetro, rilada, moldes de PVC o acero inoxidable y prensas).
- 5.- No utilizar moldes de madera.
- 6.- Mesas (mesones de acero inoxidable).
- 7.- Refrigeración:
 - Técnico
 - Higiénico.
- 8.- Personal:
 - Tarjeta de salud (Para obtener la tarjeta deben realizarse exámenes de: Coproparasitario, V.D.R.L. y Reacción de Widall).
 - Indumentaria (Mandil limpios pueden ser de algodón o plásticos depende el área, botas, mallas para el cabello, guantes).
- 9.- Técnico que asesore.

❖ **Requisitos Legales.**

- 1.- Oficio de apertura dirigido al Director Provincial de Salud.
- 2.- Proporcionar plano 1:1 de la planta física y conexiones.
- 3.- Informe de Inspección (Dado por el Ministerio de Salud una vez que ha realizado la inspección de la planta).

4.- Registro Sanitario (Este se lo saca en Quito o Guayaquil).

5.- Se realiza el depósito en el Banco Pichincha en la Cta. Cte. que ellos proporcionan, se llena en una papeleta de institución pública a nombre de la Dirección Provincial de Salud de Esmeraldas, valor que ellos indican).

Una vez realizado el depósito se lleva al Ministerio de Salud la siguiente documentación para obtener el permiso de funcionamiento:

- Papeleta de depósito (original y 3 copias).
- 2 copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- 2 copias del RUC.
- 2 copias del permiso de funcionamiento (actualizado).
- 1 copia del certificado de salud de cada empleado (El certificado de salud debe comprarlo en el departamento de Tesorería de la Dirección Provincial de Salud, en caso de otro lugar adjuntar la licencia del instituto).

4.2.3 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa, vertical u horizontal, de la empresa.



Mediante el organigrama se puede observar cómo se encuentra integrada la empresa en su área administrativa.

4.2.4 MANUAL DE FUNCIONES

GERENTE ADMINISTRATIVO.

PERFIL.

- ❖ Estudios Superiores (Titulo de Ing. Comercial).
- ❖ Experiencia dos años en cargos administrativos.
- ❖ Conocimientos de: Finanzas, Marketing, Computación.
- ❖ Capacidad de relaciones interpersonales, innovación, creatividad.

FUNCIONES.

- ❖ Supervisar y dirigir el trabajo del personal a cargo.
- ❖ Verificar que las operaciones sean registradas de acuerdo con las normas establecidas.
- ❖ Preparar los presupuestos de operación.
- ❖ Comparar el presupuesto y datos reales.
- ❖ Autorizar la adquisición de insumos.
- ❖ Analizar el reporte diario de ventas.
- ❖ Evaluar periódicamente a los empleados.

CONTADORA-SECRETARIA.

PERFIL.

- ❖ Estudios superiores (Titulo de CPA).
- ❖ Experiencia 3 años en cargos similares.
- ❖ Conocimiento en contabilidad y computación (Tributación, código de trabajo, Word, excel, etc.).
- ❖ Tener buenas relaciones humanas.
- ❖ Disponibilidad de tiempo.

FUNCIONES.

- ❖ Efectuar el control previo a la documentación contable.
- ❖ Elaborar los estados financieros.
- ❖ Elaborar roles de pagos y cheques.
- ❖ Cancelar a los proveedores.
- ❖ Archivar todas las facturas y requerimientos.

TRABAJADORES.

PERFIL.

- ❖ Mínimo bachiller (No indispensables).
- ❖ Experiencia en elaboración de queso.
- ❖ Mayor de edad.
- ❖ Responsable, honesto.
- ❖ Buenas relaciones humanas.

FUNCIONES.

Ellos tendrán la tarea de encargarse de todo lo que se va a realizar en el proceso productivo para la elaboración del producto queso.

CHOFER.

PERFIL

- ❖ Buenas relaciones humanas.
- ❖ Licencia de conducción.
- ❖ Experiencia de 2 años como chofer.
- ❖ Honesto, responsable.
- ❖ Capacidad de iniciativa.

FUNCIONES.

- ❖ Entregar el producto a los clientes.
- ❖ Revisar y controlar el estado del vehículo.
- ❖ Mantenimiento y limpieza del vehículo.

GUARDIÁN.

PERFIL.

- ❖ Mínimo bachiller.
- ❖ Conocimiento de técnica de defensa personal.
- ❖ Honesto, responsable.
- ❖ Experiencia en trabajos similares.
- ❖ Buenas relaciones humanas.

FUNCIONES.

- ❖ Velar por la seguridad de las instalaciones.
- ❖ Velar por la seguridad de los trabajadores.
- ❖ Informar al administrador sobre daños o pérdidas ocurridas dentro de las instalaciones.
- ❖ Ser intermediario en situaciones conflictivas que se produzcan dentro de las instalaciones.

4.2.5 MISIÓN, VISIÓN, Y OBJETIVOS

MISIÓN

Proporcionar a los clientes el más alto nivel de servicio con el fin de alcanzar su total satisfacción y ser una empresa procesadora de alimento de consumo humano con un amplio aporte nutricional, en beneficios de todos los consumidores, y así desarrollar y comercializar un producto lácteo de buena calidad que genere satisfacción en los consumidores al entregar un producto seguro.

VISIÓN

Ser una empresa líder en la distribución de su producto asegurando la calidad y desarrollo tecnológico, competir ética y dinámicamente para lograr que la empresa mantenga la más destacada posición de liderazgo en el entorno industrial, desarrollando las habilidades de trabajo en equipo, de colaboración responsable con los proveedores y satisfaciendo siempre las necesidades de los clientes.

OBJETIVOS

- ❖ En el área de administración la empresa espera coordinar todos los recursos disponibles para lograr una firmeza administrativa, para mantener operaciones y estructura organizacional satisfactoria.
- ❖ En cuanto a los objetivos comerciales se espera lograr una penetración efectiva al mercado contando con la aceptación del producto en los diferentes puntos de venta, así como el acoplamiento efectivo con los proveedores, para así lograr estar delante de los competidores.
- ❖ El área financiera se espera alcanzar un margen óptimo de ganancia superior al 25%, aumentar las utilidades, incrementando las ventas y disminuyendo los costos, esto anexado a las estrategias comerciales.
- ❖ En el aspecto productivo se concibe que la empresa logre una ampliación de sus productos, logrando una mezcla de los mismos para así consolidarse como una empresa productora de diferentes tipos de queso. De igual manera comparar los resultados con los planes generales.
- ❖ En el ámbito social se logrará implementar nuevos puestos de trabajo, brindar ayudas sociales a planes comunitarios.

- ❖ Por parte de los objetivos técnicos se basa en lograr la capacitación y calificación de cada uno de los componentes e integrantes de la empresa para que su desarrollo dentro de la organización sea efectivo y eficaz.

4.2.6 NOMBRE

El nombre con el cual se va a identificar el producto y poder diferenciarlo de los otros que se encuentran en el mercado, en este particular se tomara como nombre para el producto de “Queso Sabor del Campo”.

4.2.7 LOGO

Para el presente producto se ha diseñado el siguiente logo que se presenta a continuación:



4.2.8 PROPUESTA DE VENTAS (SLOGAN)

El slogan que se utilizara para la empresa es el siguiente:

“El arte y sabiduría de fabricar un buen queso”

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

La última etapa del análisis de viabilidad de un proyecto es el estudio financiero, los objetivos principales de esta son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, en esta etapa deben definirse aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

La inversión inicial que se requiere para tecnificar el proceso de producción de queso, la adquisición de muebles y equipos, el acondicionamiento del local y cubrir los primeros gastos de operación se presenta a continuación según el detalle de los siguientes cuadros:

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

INVERSION FIJA

Cuadro N° 44

EQUIPOS INFORMATICOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1	Unid.	Computador.	1,100.00	1,100.00
1	Unid.	Impresora-copiadora	300.00	300.00
		TOTAL EQUIPOS INFORMÁTICOS		\$1,400.00

Cuadro N° 45

MUEBLES DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
2	Unid.	Escritorio pequeño.	330.00	660.00
1	Unid.	Sillón ejecutivo.	90.00	90.00
1	Unid.	Silla giratoria con brazos.	75.00	75.00
8	Unid.	Sillas de espera.	35.00	280.00
1	Unid.	Vitrina archivador.	300.00	300.00
1	Unid.	Archivador de gaveta de 4 cajones.	210.00	210.00
		TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$1,615.00

Cuadro N° 46

EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1	Unid.	Sumadora.	35.00	35.00
1	Unid.	Ventilador.	65.00	65.00
1	Unid.	Dispensador de agua.	125.00	125.00
1	Unid.	Teléfono fax.	100.00	100.00
		TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		\$325.00

Cuadro N° 47

TERRENO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
1000	M2	Superficie (25 mt. X 40 mt.)	30.00	30,000.00
		TOTAL TERRENO		\$30,000.00

Cuadro N° 48

EDIFICIO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
250	Unidad	Edificio (construcción 10 mt. X 25 mt.)	280.00	70,000.00
1	Unidad	Instalación de Equipos	3,200.00	3,200.00
		TOTAL EDIFICIO		\$73,200.00

Cuadro N° 49

MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
3	Unidad	Descremadora italiana capacidad 130 litros.	2800.00	8,400.00
1	Unidad	Olla de doble fondo. En acero inoxidable (304-430).	830.00	830.00
1	Unidad	Prensa normal	210.00	210.00
2	Unidad	Mesa de molde en acero inoxidable AISI 430 de 1,5mm de plancha entera con una inclinación de 5% hacia la salida, pedestal en tubo de 38mm HG.	325.00	650.00
1	Unidad	Mesa de trabajo en acero inoxidable 430 de 1 X 2 m con pedestal y plancha de madera.	380.00	380.00
100	Unidad	Moldes rectangulares en acero inoxidable para queso fresco.	2.80	280.00
20	Unidad	Moldes cuadrados en acero inoxidable con base para mantequilla de 8.5 X 8.5	3.20	64.00
100	Unidad	Tacos plásticos.	2.50	250.00
1	Unidad	Maquina selladora de plástico.	28.00	28.00
10	Unidad	Cintas selladoras.	1.50	15.00
1	Unidad	Lira horizontal con piola nylon.	40.00	40.00
1	Unidad	Agitador en acero inoxidable.	25.00	25.00
4	Unidad	Tina de salmuera en acero inoxidable AISI 430 para 120 quesos, con pedestal en tubo HG de 38 mm. con tapa	420.00	1,680.00
1	Unidad	Percha de almacenamiento en acero inoxidable de 1.80 X 0,30 cm. con 5 divisiones.	400.00	400.00
1	Unidad	Bomba de agua de 2" de 2 hp.	380.00	380.00
1	Unidad	Generador de luz de 1.200WTS	875.00	875.00
1	Unidad	Quemador de 4 llaves.	115.00	115.00
1	Unidad	Batidor de mantequilla en acero inoxidable 304 con motor de 110 volt. capacidad de 20 litros.	800.00	800.00
1	Unidad	Empacadora al vacio marca Vac - master modelo SVP-10 extiende la vida de los productos de 3 A 5 veces. Elimina la quemadura por refrigeración y deshidratación. Barra de sellado de 10 pulgadas. Medidas de la cámara de 25.4 de ancho x 38.1 profund. x 12,7 alta. 40 segundos por ciclo 47 libras de peso	2800.00	2,800.00
1	Unidad	Kit de control.	200.00	200.00
TOTAL MAQUINARIA				\$18,422.00

Cuadro N° 50

INSUMOS Y REACTIVOS

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
20	Litros	Hidróxido de sodio.	8.50	170.00
4	ml.	Fenolftaleína.	5.50	22.00
4		CMT.	3.50	14.00
2	Frascos	Alcohol etílico.	8.50	17.00
8	Litros	Cuajo Marshall.	16.50	132.00
4	Litros	Calcio.	3.50	14.00
4	Quintales	Sal	5.00	20.00
100	Cientos	Fundas para quesos.	2.50	250.00
		TOTAL DE INSUMOS Y REACTIVOS		\$639.00

Cuadro N° 51

ROPA DE TRABAJO

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
10		Cofias de Tela	2.00	20.00
10		Mascarillas de Tela	1.50	15.00
10		Botas	13.00	130.00
10		Delantales Plásticos	10.00	100.00
20		Mandiles de Tela	22.00	440.00
10		Guantes	4.50	45.00
		TOTAL DE ROPA DE TRABAJO		\$750.00

Cuadro N° 52

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		-
2	Unidad	Grapadora.	4.50	9.00
1	Unidad	Perforadora.	8.50	8.50
1	Unidad	Sacapuntas de escritorio.	10.50	10.50
3	Unidad	Porta clip.	1.10	3.30
3	Unidad	Tijera.	2.20	6.60
2	Unidad	Regla plástica.	0.22	0.44

1		Varios.	5.00	5.00
		TOTAL NO FUNGIBLES		\$43.34
		FUNGIBLES		
2	Resmas	Hojas A 4.	3.80	7.60
6	Unidad	Esferográficos.	0.35	2.10
2	Unidad	Goma.	1.80	3.60
5	Caja	Grapas.	1.75	8.75
6	Unidad	Carpeta archivador ideal.	1.90	11.40
25	Unidad	Carpetas manila.	0.25	6.25
3	Unidad	Liquid paper.	0.70	2.10
		TOTAL FUNGIBLES		\$41.80
		TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		\$85.14

Cuadro N° 53

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
		NO FUNGIBLES		
10	Unidad	Escobas.	2.00	20.00
5	Unidad	Trapeadores.	3.00	15.00
3	Unidad	Pala recogedor de basura.	1.50	4.50
8	Unidad	Tachos de basura.	3.00	24.00
		TOTAL NO FUNGIBLES		\$63.50
		FUNGIBLES		
5	Paquete	Fundas de basura grandes 10 *1	1.00	5.00
5	Paquete	Fundas de basura pequeñas 10*1	0.75	3.75
15	Unidad	Papel higiénico.	0.80	12.00
5	Galones	Creso.	12.50	62.50
6	Galones	Pinoklin.	11.80	70.80
1	Kilos	Detergente.	3.80	3.80
		TOTAL FUNGIBLES		\$157.85
		TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		\$221.35

Cuadro N° 54

UTILERIA DE PRODUCCION

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
5	Unidad	Baldes.	12.00	60.00
5	Unidad	Tanques plásticos de 25 galones.	3.00	15.00
4	Unidad	Ollas grandes inoxidable.	40.00	160.00
4	Unidad	Ollas medianas.	25.00	100.00
4	Unidad	Jarras de cuatro litros.	6.00	24.00
		TOTAL UTILERIA DE PRODUCCION		\$359.00

Cuadro N° 55

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Permisos de Salud.	150.00
Registro Sanitario.	300.00
Permiso Municipio.	120.00
Permiso Bomberos.	120.00
R.U.C.	10.00
Inscripción Cámara Producción.	80.00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	\$780.00

TOTAL INVERSION FIJA

\$127,796.49

ROL DE PAGO PROFORMA

N°	Función	Remuneración Mínima Unificada	Porcentaje de Liquidación					Vacaciones	IESS Patronal 12,15%	Total Sueldo Mensual	Total Anual
			Remunerac. Unificada Tabla Sect.	Total	10° Tercero	10° Cuarto	Fondo de Reserva				
1	Administrador	500.00	500.00	41.67	19.17	41.67	20.83	60.75	684.08	8,209.00	
1	Contadora-Secretaria	300.00	300.00	25.00	19.17	25.00	12.50	36.45	418.12	5,017.40	
5	Trabajadores	230.00	1,150.00	95.83	38.33	95.83	47.92	139.73	1,567.64	18,811.70	
1	Chofer	230.00	230.00	19.17	19.17	19.17	9.58	27.95	325.03	3,900.34	
1	Guardián	250.00	250.00	20.83	19.17	20.83	10.42	30.38	351.63	4,219.50	
9	TOTAL	1510.00	2430.00	202.50	115.00	202.50	101.25	295.25	3346.50	40157.94	
			PROVISION PARA LIQUIDACION DE EMPLEADOS								
			TOTAL REMUNERACIONES ANUALES								
	APORTE IESS PATRONAL	12.15%							836.62	10039.485	
									4183.12	50197.43	

1	Descremadora Italiana Capacidad 130 litros	54	4	30	120	6.48	3.37	3.37
1	Maquina selladora de plástico.	32	2	30	60	1.92	1.00	0.00
10	Cintas selladoras.	25	2	30	60	1.5	0.78	0.00
	Batidor de mantequilla en acero inoxidable 304 con motor de 110 volt. capacidad de 20 litros.							
1	Empacadora al vacio marca VAC - Master modelo SVP-10 extiende la vida de los productos de 3 A 5 veces. Elimina la quemadura por refrigeración.	342	3	30	90	30.78	16.01	0.00
1	Bomba de agua de 2" de 2 hp.	184	6	30	180	33.12	17.22	0.00
1		84	2	30	60	5.04	2.62	0.00
	TOTAL MENSUAL					78.84	41.00	3.37

CONSUMO DE PLANILLA TELEFONICA 60.00

5.4 RESUMEN DE INVERSIÓN

Cuadro N° 59

RESUMEN DE INVERSION INICIAL FIJA			
DESCRIPCION			TOTAL
Equipos Informáticos.			1,400.00
Muebles de Oficina.			1,615.00
Equipos de Oficina.			325.00
Terreno.			30,000.00
Ropa de Trabajo.			750.00
Edificio.			73,200.00
Maquinaria y Equipo.			18,422.00
Insumos y Reactivos.			639.00
Suministros de Oficina.			85.14
Suministros de Limpieza.			221.35
Utilería de Producción.			359.00
Gastos de Constitución.			780.00
Materia Prima Leche.			16,200.00
Remuneraciones.	3	4,183.12	12,549.36
Rol de Honorarios.	3	250.00	750.00
TOTAL INVERSION INICIAL			157,295.85

5.5 FINANCIAMIENTO

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Cabe mencionar que el valor de la inversión inicial, será financiado con ahorro de los propietarios en un 16% y el 84% restante a través de un crédito a la Corporación Financiera Nacional, a una tasa de interés 9.24% anual.

DESTINO

La Corporación Financiera concede créditos desde \$10000,00 hasta 7,000000.00 dólares para invertir en activos fijos: obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y

semoviente. Para capital de trabajos: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.

GARANTÍAS

- Negociadas entre CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la ley general de instituciones del sistema financiero, a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.
- Las inversiones fijas que se efectúen en bienes inmuebles hipotecados a la CFN, podrán considerarse como mayor valor de la garantía, previo el análisis técnico que efectúe la Corporación.
- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

PERIODO DE GRACIA

Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja esperado.

DESEMBOLSO

De acuerdo al cronograma de inversiones y desembolsos aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.

Cuadro N° 60

FUENTES DE FINANCIAMIENTO						
COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	157,295.85					
DESCRIPCION	APORTE DE CAPITAL	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO	TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO	
APORTE PROPIO	25,000.00	0.158936	Tasa Pasiva 4.87	0.0487	0.00774	
OTROS APORTES		0.000000	TASA ACTIVA	0	0.00000	
PRESTAMO BANCARIO	132,295.85	0.841064	Tasa Activa 9.24	0.0924	0.07771	
TOTAL INVERSION	157,295.85	1.000000			0.085454	
COSTO DE CAPITAL						
8.55%						

5.6 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Del análisis de la tabla de amortización que se detalla a continuación se observa que el capital de \$132,295.85 generara un interés del 9.24% en 10 años plazo, por lo tanto el valor de la deuda ascenderá a \$203,171.96 y las cuotas de pagos serán de \$1,693.10.

$$p = \frac{c \times i}{1 - (1 + i)^{-t}} = \frac{132,295.85 \times 0.0077}{1 - (1 + 0.0077)^{-120}} = 1,693.10$$

Cuadro N° 61

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL				
METODO		CUOTA FIJA 12		
CAPITAL	132,295.85	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	9.24%	PERIODOS	120	
PLAZO	10	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	0.77%	PAGO PERIODICO		1,693.10
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				132,295.85
1	1,693.10	1,018.68	674.42	131,621.42
2	1,693.10	1,013.48	679.61	130,941.81
3	1,693.10	1,008.25	684.85	130,256.96
4	1,693.10	1,002.98	690.12	129,566.84
5	1,693.10	997.66	695.43	128,871.41
6	1,693.10	992.31	700.79	128,170.62
7	1,693.10	986.91	706.19	127,464.43
8	1,693.10	981.48	711.62	126,752.81
9	1,693.10	976.00	717.10	126,035.70
10	1,693.10	970.47	722.62	125,313.08
11	1,693.10	964.91	728.19	124,584.89
12	1,693.10	959.30	733.80	123,851.09
TOTAL	20,317.20	11,872.44	8,444.75	
13	1,693.10	953.65	739.45	123,111.65

14	1,693.10	947.96	745.14	122,366.51
15	1,693.10	942.22	750.88	121,615.63
16	1,693.10	936.44	756.66	120,858.97
17	1,693.10	930.61	762.49	120,096.49
18	1,693.10	924.74	768.36	119,328.13
19	1,693.10	918.83	774.27	118,553.86
20	1,693.10	912.86	780.23	117,773.62
21	1,693.10	906.86	786.24	116,987.38
22	1,693.10	900.80	792.30	116,195.08
23	1,693.10	894.70	798.40	115,396.68
24	1,693.10	888.55	804.55	114,592.14
TOTAL	20,317.20	11,058.24	9,258.96	
25	1,693.10	882.36	810.74	113,781.40
26	1,693.10	876.12	816.98	112,964.42
27	1,693.10	869.83	823.27	112,141.14
28	1,693.10	863.49	829.61	111,311.53
29	1,693.10	857.10	836.00	110,475.53
30	1,693.10	850.66	842.44	109,633.09
31	1,693.10	844.17	848.92	108,784.17
32	1,693.10	837.64	855.46	107,928.70
33	1,693.10	831.05	862.05	107,066.66
34	1,693.10	824.41	868.69	106,197.97
35	1,693.10	817.72	875.38	105,322.59
36	1,693.10	810.98	882.12	104,440.48
TOTAL	20,317.20	10,165.53	10,151.66	
37	1,693.10	804.19	888.91	103,551.57
38	1,693.10	797.35	895.75	102,655.82
39	1,693.10	790.45	902.65	101,753.17
40	1,693.10	783.50	909.60	100,843.57
41	1,693.10	776.50	916.60	99,926.96
42	1,693.10	769.44	923.66	99,003.30
43	1,693.10	762.33	930.77	98,072.53
44	1,693.10	755.16	937.94	97,134.59
45	1,693.10	747.94	945.16	96,189.42
46	1,693.10	740.66	952.44	95,236.98
47	1,693.10	733.32	959.77	94,277.21
48	1,693.10	725.93	967.17	93,310.04
TOTAL	20,317.20	9,186.76	11,130.44	
49	1,693.10	718.49	974.61	92,335.43
50	1,693.10	710.98	982.12	91,353.31
51	1,693.10	703.42	989.68	90,363.63
52	1,693.10	695.80	997.30	89,366.33

53	1,693.10	688.12	1,004.98	88,361.35
54	1,693.10	680.38	1,012.72	87,348.64
55	1,693.10	672.58	1,020.52	86,328.12
56	1,693.10	664.73	1,028.37	85,299.75
57	1,693.10	656.81	1,036.29	84,263.46
58	1,693.10	648.83	1,044.27	83,219.19
59	1,693.10	640.79	1,052.31	82,166.87
60	1,693.10	632.68	1,060.41	81,106.46
TOTAL	20,317.20	8,113.61	12,203.58	
61	1,693.10	624.52	1,068.58	80,037.88
62	1,693.10	616.29	1,076.81	78,961.07
63	1,693.10	608.00	1,085.10	77,875.97
64	1,693.10	599.64	1,093.45	76,782.52
65	1,693.10	591.23	1,101.87	75,680.64
66	1,693.10	582.74	1,110.36	74,570.28
67	1,693.10	574.19	1,118.91	73,451.38
68	1,693.10	565.58	1,127.52	72,323.85
69	1,693.10	556.89	1,136.21	71,187.65
70	1,693.10	548.14	1,144.95	70,042.69
71	1,693.10	539.33	1,153.77	68,888.92
72	1,693.10	530.44	1,162.65	67,726.27
TOTAL	20,317.20	6,937.00	13,380.19	
73	1,693.10	521.49	1,171.61	66,554.66
74	1,693.10	512.47	1,180.63	65,374.03
75	1,693.10	503.38	1,189.72	64,184.31
76	1,693.10	494.22	1,198.88	62,985.43
77	1,693.10	484.99	1,208.11	61,777.32
78	1,693.10	475.69	1,217.41	60,559.90
79	1,693.10	466.31	1,226.79	59,333.11
80	1,693.10	456.86	1,236.23	58,096.88
81	1,693.10	447.35	1,245.75	56,851.13
82	1,693.10	437.75	1,255.35	55,595.78
83	1,693.10	428.09	1,265.01	54,330.77
84	1,693.10	418.35	1,274.75	53,056.02
TOTAL	20,317.20	5,646.95	14,670.25	
85	1,693.10	408.53	1,284.57	51,771.45
86	1,693.10	398.64	1,294.46	50,476.99
87	1,693.10	388.67	1,304.43	49,172.56
88	1,693.10	378.63	1,314.47	47,858.09
89	1,693.10	368.51	1,324.59	46,533.50
90	1,693.10	358.31	1,334.79	45,198.71
91	1,693.10	348.03	1,345.07	43,853.64

92	1,693.10	337.67	1,355.43	42,498.21
93	1,693.10	327.24	1,365.86	41,132.35
94	1,693.10	316.72	1,376.38	39,755.97
95	1,693.10	306.12	1,386.98	38,368.99
96	1,693.10	295.44	1,397.66	36,971.33
TOTAL	20,317.20	4,232.51	16,084.69	
97	1,693.10	284.68	1,408.42	35,562.91
98	1,693.10	273.83	1,419.27	34,143.64
99	1,693.10	262.91	1,430.19	32,713.45
100	1,693.10	251.89	1,441.21	31,272.24
101	1,693.10	240.80	1,452.30	29,819.94
102	1,693.10	229.61	1,463.49	28,356.45
103	1,693.10	218.34	1,474.75	26,881.70
104	1,693.10	206.99	1,486.11	25,395.59
105	1,693.10	195.55	1,497.55	23,898.03
106	1,693.10	184.01	1,509.08	22,388.95
107	1,693.10	172.39	1,520.70	20,868.24
108	1,693.10	160.69	1,532.41	19,335.83
TOTAL	20,317.20	2,681.70	17,635.50	
109	1,693.10	148.89	1,544.21	17,791.62
110	1,693.10	137.00	1,556.10	16,235.51
111	1,693.10	125.01	1,568.09	14,667.43
112	1,693.10	112.94	1,580.16	13,087.27
113	1,693.10	100.77	1,592.33	11,494.94
114	1,693.10	88.51	1,604.59	9,890.35
115	1,693.10	76.16	1,616.94	8,273.41
116	1,693.10	63.71	1,629.39	6,644.01
117	1,693.10	51.16	1,641.94	5,002.07
118	1,693.10	38.52	1,654.58	3,347.49
119	1,693.10	25.78	1,667.32	1,680.16
120	1,693.10	12.94	1,680.16	0.00
TOTAL	20,317.20	981.37	19,335.83	
	203,171.96	70,876.11	132,295.85	

5.8 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

Fórmula:

Total Activos Corrientes – Total Pasivos Corrientes.

$$31,583.85 - 8,444.75 = 23,139.10 \Rightarrow \text{Capital de Trabajo}$$

5.9 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

La depreciación de los activos fijos se contabilizará por medio del método línea recta, cuya fórmula se presenta así:

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Costo Bien} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de vida Útil del bien}}$$

Años de vida Útil del bien

Cuadro N° 63

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS INFORMÁTICOS	
COSTO		1,400.00	
VIDA ÚTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	140.00
DEPRECIACIÓN ANUAL			420.00
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			1,400.00
1	420.00	420.00	980.00
2	420.00	840.00	560.00
3	420.00	1,260.00	140.00
	1,260.00		

Cuadro N° 64

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MUEBLES DE OFICINA	
COSTO		1,615.00	
VIDA ÚTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	161.50
DEPRECIACIÓN ANUAL			145.35
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			1,615.00
1	145.35	145.35	1,469.65
2	145.35	290.70	1,324.30
3	145.35	436.05	1,178.95
4	145.35	581.40	1,033.60
5	145.35	726.75	888.25
6	145.35	872.10	742.90
7	145.35	1,017.45	597.55
8	145.35	1,162.80	452.20
9	145.35	1,308.15	306.85
10	145.35	1,453.50	161.50
	1,453.50		

Cuadro N° 65

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE OFICINA	
COSTO		325.00	
VIDA ÚTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	32.50
DEPRECIACIÓN ANUAL			29.25
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			325.00
1	29.25	29.25	295.75

2	29.25	58.50	266.50
3	29.25	87.75	237.25
4	29.25	117.00	208.00
5	29.25	146.25	178.75
6	29.25	175.50	149.50
7	29.25	204.75	120.25
8	29.25	234.00	91.00
9	29.25	263.25	61.75
10	29.25	292.50	32.50
	292.50		

Cuadro N° 66

TABLA DE DEPRECIACIÓN ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EDIFICIO	
COSTO		73,200.00	
VIDA ÚTIL		20 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	7,320.00
DEPRECIACIÓN ANUAL			3,294.00
V.U.	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			73,200.00
1	3,294.00	3,294.00	69,906.00
2	3,294.00	6,588.00	66,612.00
3	3,294.00	9,882.00	63,318.00
4	3,294.00	13,176.00	60,024.00
5	3,294.00	16,470.00	56,730.00
6	3,294.00	19,764.00	53,436.00
7	3,294.00	23,058.00	50,142.00
8	3,294.00	26,352.00	46,848.00
9	3,294.00	29,646.00	43,554.00
10	3,294.00	32,940.00	40,260.00
11	3,294.00	36,234.00	36,966.00
12	3,294.00	39,528.00	33,672.00
13	3,294.00	42,822.00	30,378.00
14	3,294.00	46,116.00	27,084.00

15	3,294.00	49,410.00	23,790.00
16	3,294.00	52,704.00	20,496.00
17	3,294.00	55,998.00	17,202.00
18	3,294.00	59,292.00	13,908.00
19	3,294.00	62,586.00	10,614.00
20	3,294.00	65,880.00	7,320.00
	65,880.00		

5.10 RESUMEN DE DEPRECIACIÓN

Cuadro N° 67

RESUMEN DE DEPRECIACIONES						
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA ÚTIL EN AÑOS	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL	
Equipos de Informático	3	1,400.00	35.00	420.00	140.00	
Muebles de Oficina	10	1,615.00	12.11	145.35	161.50	
Equipos de Oficina	10	325.00	2.44	29.25	32.50	
Edificio	20	73,200.00	274.50	3,294.00	7,320.00	
TOTAL		76,540.00	324.05	3,888.60	7,654.00	

NOTA: El valor residual equivale al 10% del costo del activo fijo.

5.11 RESUMEN DE GASTOS OPERATIVOS

Cuadro N° 68

RESUMEN DE GASTOS MENSUALES		
DESCRIPCION	VALOR	TOTAL ANUAL
Sueldos	4183.12	50,197.43
Honorarios Profesionales	250.00	3,000.00
Planilla de Agua	5.00	60.00
Planilla de Luz	50.00	600.00
Planilla de Teléfono	60.00	720.00
Pago de Intereses Crédito Bancarios	989.37	11,872.44
Suministros de Limpieza	65.00	780.00
Suministros de Oficina	35.00	420.00
Combustible y Lubricantes	720.00	8,640.00
Repuestos	50.00	600.00
Pasajes y Movilización	35.00	420.00
Publicidad	100.00	1,200.00
Depreciación de Activos Fijos	324.05	3,888.60
Gastos de Constitución	65.00	780.00
Otros Gastos	100.00	1,200.00
TOTAL GASTOS MENSUALES	7,031.54	84,378.47

	Diarios	Mensual	P/Unitario	Total
Materia Prima	1,500.00	36,000.00	0.45	16,200.00

CUADRO DE INGRESOS Y COSTOS

Cuadro N° 69

PRODUCTOS	CANTIDAD	MENSUAL	COSTO UNIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL MES	PRECIO TOTAL MES
Quesos	500	30	1.16	1.80	17,400.00	27,000.00
Mantequilla Batida	90	30	0.05	0.70	135.00	1,890.00
TOTAL VENTAS					17,535.00	28,890.00
				Costo Total	17,535.00	17,535.00
				Gastos Mensuales		7,031.54
						4,323.46

5.12 DETERMINACIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro Nº 70

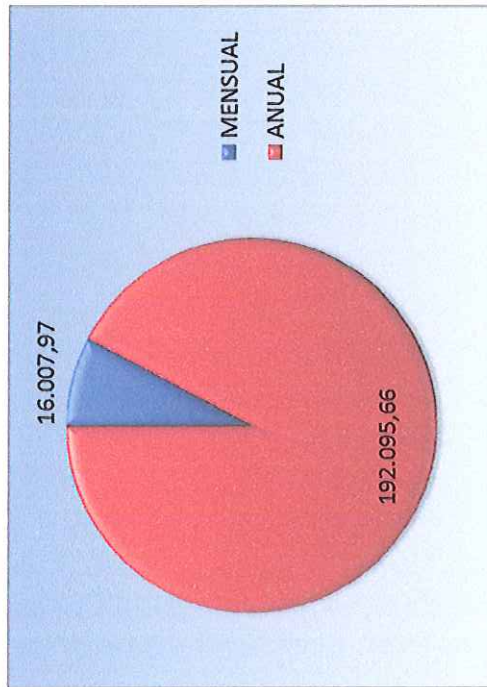
DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	4,183.12		4,183.12	50,197.43		50,197.43
Honorarios Profesionales	250.00		250.00	3,000.00		3,000.00
Planilla de Agua	5.00		5.00	60.00		60.00
Planilla de Luz	50.00		50.00	600.00		600.00
Planilla de Teléfono	60.00		60.00	720.00		720.00
Pago de Intereses Crédito Bancarios	989.37		989.37	11,872.44		11,872.44
Suministros de Limpieza	65.00		65.00	780.00		780.00
Suministros de Oficina	35.00		35.00	420.00		420.00
Combustible y Lubricantes	720.00		720.00	8,640.00		8,640.00
Repuestos	50.00		50.00	600.00		600.00
Pasajes y Movilización	35.00		35.00	420.00		420.00
Publicidad	100.00		100.00	1,200.00		1,200.00
Depreciación de Activos Fijos	324.05		324.05	3,888.60		3,888.60
Gastos de Constitución	65.00		65.00	780.00		780.00
Otros Gastos	100.00		100.00	1,200.00		1,200.00
Leche		16,200.00	16,200.00		194,400.00	194,400.00
TOTAL	7,031.54	16,200.00	23,231.54	84,378.47	194,400.00	278,778.47

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro N° 71

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	28,890.00	346,680.00
COSTOS FIJOS TOTALES	7,031.54	84,378.47
COSTOS VARIABLES TOTALES	16,200.00	194,400.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	16,007.97	192,095.66

Gráfico N° 16



Por los datos obtenidos en el punto de equilibrio se puede observar que se tiene una utilidad neta de \$16,007.97 mensual por las ventas del producto y anual nos arroja un valor de \$192,095.66, por lo que se puede decir que el proyecto es rentable y se lo puede poner en marcha.

5.13 FLUJO NETO PROYECTADO PROYECTADO

CUADRO Nº 72	VIDA UTIL DEL PROYECTO											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
INDICE DE CRECIMIENTO	10.00%											
INGRESOS												
Quesos	27,000.00	324,000.00	356,400.00	392,040.00	431,244.00	474,368.40	521,805.24	573,985.76	631,384.34	694,522.77	763,975.05	5,163,725.57
Mantequilla Batida	1,890.00	22,680.00	24,948.00	27,442.80	30,187.08	33,205.79	36,526.37	40,179.00	44,196.90	48,616.59	53,478.25	361,460.79
TOTAL INGRESOS		346,680.00	381,348.00	419,482.80	461,431.08	507,574.19	558,331.61	614,164.77	675,581.24	743,139.37	817,453.31	5,525,186.36
EGRESOS												
Costo de Producción	17,535.00	210,420.00	231,462.00	254,608.20	280,069.02	308,075.92	338,883.51	372,771.87	410,049.05	451,053.96	496,159.35	3,353,552.88
Total Costos de Producción		210,420.00	231,462.00	254,608.20	280,069.02	308,075.92	338,883.51	372,771.87	410,049.05	451,053.96	496,159.35	3,353,552.88
GANANCIA BRUTA EN VENTAS		136,260.00	149,886.00	164,874.60	181,362.06	199,498.27	219,448.09	241,392.90	265,532.19	292,085.41	321,293.95	2,171,633.48
GASTOS OPERACIONALES												
Gastos de Administración												
Sueldos	4,183.12	50,197.43	55,217.17	60,738.88	66,812.77	73,494.05	80,843.45	88,927.80	97,820.58	107,602.64	118,362.90	800,017.68
Honorarios profesionales	250.00	3,000.00	3,300.00	3,630.00	3,993.00	4,392.30	4,831.53	5,314.68	5,846.15	6,430.77	7,073.84	47,812.27
Planilla de agua	5.00	60.00	66.00	72.60	79.86	87.85	96.63	106.29	116.92	128.62	141.48	956.25
Planilla de luz	50.00	600.00	660.00	726.00	798.60	878.46	966.31	1,062.94	1,169.23	1,286.15	1,414.77	9,562.45
Planilla de teléfono	60.00	720.00	792.00	871.20	958.32	1,054.15	1,159.57	1,275.52	1,403.08	1,543.38	1,697.72	11,474.95
Pago de intereses crédito bancarios	989.37											
Suministros de limpieza	65.00	780.00	858.00	943.80	1,038.18	1,142.00	1,256.20	1,381.82	1,520.00	1,672.00	1,839.20	12,431.19
Suministros de oficina	35.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	4,200.00
Combustible y Lubricantes	720.00	8,640.00	9,504.00	10,454.40	11,499.84	12,649.82	13,914.81	15,306.29	16,836.92	18,520.61	20,372.67	137,699.35

Repuestos	50.00	600.00	660.00	726.00	798.60	878.46	966.31	1,062.94	1,169.23	1,286.15	1,414.77	9,562.45
Pasajes y Movilización	35.00	420.00	462.00	508.20	559.02	614.92	676.41	744.06	818.46	900.31	990.34	6,693.72
Publicidad	100.00	1,200.00	1,320.00	1,452.00	1,597.20	1,756.92	1,932.61	2,125.87	2,338.46	2,572.31	2,829.54	19,124.91
Depreciación de Activos Fijos	324.05	3,888.60	4,277.46	4,705.21	5,175.73	5,693.30	6,262.63	6,888.89	7,577.78	8,335.56	9,169.12	61,974.27
Gastos de Constitución	65.00	780.00	858.00	943.80	1,038.18	1,142.00	1,256.20	1,381.82	1,520.00	1,672.00	1,839.20	12,431.19
Otros gastos	100.00	1,200.00	1,320.00	1,452.00	1,597.20	1,756.92	1,932.61	2,125.87	2,338.46	2,572.31	2,829.54	19,124.91
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		72,506.03	79,714.63	87,644.09	96,366.50	105,961.15	116,515.26	128,124.79	140,895.27	154,942.80	170,395.08	1,153,065.59
GASTOS FINANCIEROS												
Intereses sobre préstamos bancarios		11,872.44	11,058.24	10,165.53	9,186.76	8,113.61	6,937.00	5,646.95	4,232.51	2,681.70	981.37	70,876.11
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		11,872.44	11,058.24	10,165.53	9,186.76	8,113.61	6,937.00	5,646.95	4,232.51	2,681.70	981.37	70,876.11
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		84,378.47	90,772.87	97,809.63	105,553.26	114,074.76	123,452.27	133,771.74	145,127.78	157,624.49	171,376.44	1,223,941.70
UTILIDAD OPERACIONAL		51,881.53	59,113.13	67,064.97	75,808.80	85,423.50	95,995.83	107,621.17	120,404.41	134,460.92	149,917.51	947,691.78
15% Participación trabajadores	15%	7,782.23	8,866.97	10,059.75	11,371.32	12,813.53	14,399.37	16,143.17	18,060.66	20,169.14	22,487.63	142,153.77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		44,099.30	50,246.16	57,005.23	64,437.48	72,609.98	81,596.45	91,477.99	102,343.75	114,291.78	127,429.88	805,538.01
25% Impuesto a la Renta	25%	11,024.83	12,561.54	14,251.31	16,109.37	18,152.49	20,399.11	22,869.50	25,585.94	28,572.94	31,857.47	201,384.50
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS		33,074.48	37,684.62	42,753.92	48,328.11	54,457.48	61,197.34	68,608.49	76,757.81	85,718.83	95,572.41	604,153.51
Depreciación de Activos fijos		3,888.60	3,888.60	3,888.60	3,888.60	3,888.60	3,888.60	3,888.60	3,888.60	3,888.60	3,888.60	38,886.00
INVERSION INICIAL		-157,295.85										-157,295.85
PRESTAMO BANCARIO		132,295.85										132,295.85
AMORTIZACION DE DEUDA		-8,444.75	-9,258.96	-10,151.66	-11,130.44	-12,203.58	-13,380.19	-14,670.25	-16,084.69	-17,635.50	-19,335.83	-132,295.85
FLUJO NETO		38,518.32	32,314.27	36,496.86	41,584.27	46,142.90	51,595.35	57,833.84	64,561.73	71,671.84	79,175.18	585,743.68

5.14 ANÁLISIS DE EVALUACIÓN

Cuadro N° 73

INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO									
INVERSION INICIAL		-157,295.85		TASA MENOR		TASA DE INCERTIDUMBRE		TASA MAYOR	
TASA PASIVA REFERENCIAL		4.87%		0.0855		0.1000		0.1855	
TASA ACTIVA REFERENCIAL		9.24%		8.545%		10.00%		18.55%	
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS		FLUJO PRESENTE NETO 7,59%		FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO		FLUJO PRESENTE NETO 17,59	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO
0	-25,000.00								
1	28,518.32	28,518.32	0.9212731	26,273.16	-128,777.52	0.8436	-128,777.52	24,056.87	24,056.87
2	32,314.27	60,832.59	0.8487441	27,426.54	-96,463.26	0.7116	-96,463.26	22,994.53	22,994.53
3	36,490.86	97,323.45	0.7819251	28,533.12	-59,972.40	0.6003	-59,972.40	21,904.30	21,904.30
4	41,086.27	138,409.73	0.7203665	29,597.18	-18,886.12	0.5064	-18,886.12	20,804.50	20,804.50
5	46,142.50	184,552.23	0.6636543	30,622.67	27,256.38	0.4271	27,256.38	19,709.55	19,709.55
6	51,705.75	236,257.97	0.6114068	31,613.25	78,962.13	0.3603	78,962.13	18,630.71	18,630.71
7	57,826.84	294,084.82	0.5632727	32,572.28	136,788.97	0.3040	136,788.97	17,576.62	17,576.62
8	64,561.73	358,646.54	0.5189279	33,502.88	201,350.70	0.2564	201,350.70	16,553.74	16,553.74
9	71,971.94	430,618.48	0.4780743	34,407.94	273,322.63	0.2163	273,322.63	15,566.80	15,566.80
10	80,125.18	510,743.66	0.4404370	35,290.10	353,447.81	0.1825	353,447.81	14,619.08	14,619.08
	485,743.66								

INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO		
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO	309,839.11	192,416.70
INVERSION INICIAL	157,295.85	157,295.85
VAN	152,543.27	35,120.85
PRC	3.2382	
TIR	21.54%	
R.C.B.	3.09	

Estudiando el flujo con los indicadores financieros (V.A.N, T.I.R, R.C.B), se determino que:

Se puede indicar que el proyecto de inversión es rentable, dado que el TIR es 21.54% que por ende es superior a la esperada, así mismo el VAN del proyecto es positivo, demostrando flujos de fondos a una tasa de 8.55% que cubre la inversión y deja un saldo positivo de \$152,543.27.

La Relación Costo Beneficio indica que por cada dólar de capital invertido se tiene un beneficio neto de \$3.09 dólares.

El periodo de recuperación empieza a partir del tercer año.

CAPITULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Después de dar cumplimiento a las fases iniciales del estudio, el paso siguiente es realizar ciertos análisis dar un criterio más preciso de cómo esta investigación va a afectar el entorno, es por ello que a continuación se analizara el proyecto en base a diferentes enfoques.

Para hacer mucho más fácil la interpretación del trabajo, se ha considerado una metodología sencilla de acuerdo a los instrumentos bibliográficos aportados por la comunidad; y, como se detallo en un inicio, para determinar los niveles de impactos se ha utilizado la información del texto guía.

Cuadro N° 74

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	ALTO NEGATIVO
-2	MEDIO NEGATIVO
-1	BAJO NEGATIVO
0	NO HAY IMPACTO
1	BAJO POSITIVO
2	MEDIO POSITIVO
3	ALTO POSITIVO

Para determinar el impacto se desarrollo una fórmula matemática en la que se divide la sumatoria de los niveles de impactos de cada indicador para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis; indicador en el que se fundamenta los motivos o las razones por los que asigno determinado nivel de impacto de cada indicador.

6.1 IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro N° 75

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTOS							□
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejor estándar de vida						x		2
Actividad de producción							x	3
Cambios tecnológicos							x	3
TOTAL						2	6	8
<p>NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = $\frac{\text{Sumatoria (} \square \text{)}}{\text{Números de indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = $\frac{8}{3}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO = 2,7 Alto Positivo</p>								

Análisis

El nivel de impacto es alto positivo, el producto que va a ofertar la empresa, nos proyectaran a nuevos ingresos, los cuales serán destinados a un mejoramiento continuo de las instalaciones, maquinarias de nuevas tecnologías y desde luego incrementar en un mejor hato ganadero para obtener una mejor producción y así poder contar con un propio recurso de materia prima para la empresa.

6.2 IMPACTO SOCIAL

Cuadro N° 76

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTOS							□
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuente de empleo							x	3
Seguridad						x		2
Salud de los trabajadores							x	3
TOTAL						2	6	8
<p>NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = $\frac{\text{Sumatoria (} \square \text{)}}{\text{Números de indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = $\frac{8}{3}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO SOCIAL = 2,7 Alto Positivo</p>								

Análisis.

El nivel de impacto es alto positivo, ya que uno de los principales objetivos de este proyecto es generar fuente de empleo que permita la contratación de mano de obra local, la misma que será capacitada y de esta manera mejorar las condiciones de vida y las de sus familiares. También se contará con una seguridad de buen nivel, factor importante en la actualidad para las personas que laboraran en la empresa.

En cuanto a la salud de los trabajadores que también es muy importante estos utilizarán mascarillas, botas de cauchos anti-deslizantes, mandiles de telas o plásticos de acuerdo al área donde se encuentren, además que el proceso no arroja ninguna contraposición al ser humano pero se deberá tener precaución al utilizar las máquinas para no causar ningún tipo de daño.

6.3 IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro N° 77

NIVELES DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	□
INDICADOR								
Recolector de basura					x			1
Proceso de higiene						x		2
Vías de acceso						x		2
Gestión de residuos							x	3
TOTAL					1	4	3	8
<p>NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = $\frac{\text{Sumatoria (} \square \text{)}}{\text{Números de indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = $\frac{8}{4}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL = 2 Medio Positivo</p>								

Análisis.

El nivel de impacto es medio positivo, en este sector se cuenta con un programa de recolección de basura, además de contribuir mediante la separación de desechos orgánicos e inorgánicos para de esta manera conservar el medio ambiente, en cuanto al liquido sólido que sale en la producción del queso se lo mantiene controlado dándole como alimentos a los animales y también este servirá para la producción de la mantequilla. Básicamente los procesos de higiene implican uso de agua y sustancias químicas desinfectantes lo que trae aparejado líquidos con cargas contaminantes, por lo que constituye uno de los principales impactos ambientales y hay que tener mucho cuidado con estos productos para que no causen ningún daño en la producción ni en el medio ambiente y se deberá cumplir con

todas las normas que emita el Ministerio de Medio Ambiente, sobre este producto y su proceso para evitar daños en el entorno.

6.4 IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO

Cuadro N° 78

NIVELES DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	<input type="checkbox"/>
INDICADOR								
Económico							x	3
Social							x	3
Ambiental						x		2
TOTAL						2	6	8
<p>NIVEL DE IMPACTO GLOBAL = $\frac{\text{Sumatoria (} \square \text{)}}{\text{Números de indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO GLOBAL = $\frac{8}{3}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO GLOBAL = 2,7 Alto Positivo</p>								

Análisis.

Todo proyecto de inversión que este orientado a mejorar las condiciones de vida de una sociedad; y, fomenta el cambio y desarrollo de la misma debe ser considerado ALTO POSITIVO, por cuanto demostrará que es un proceso de cambios que va más allá de ser un buen negocio.

CONCLUSIÓN

Dados los resultados obtenidos en esta investigación, se puede resaltar los siguientes puntos:

- Con la Instalación de la Planta Procesadora de queso sus productores podrán vender sus productos a la planta obteniendo estabilidad en sus precios, y así mismo varias personas del lugar manifestaron de que a nivel Provincial no existe una empresa de este tipo y por ende esta es una excelente propuesta ya que se impulsaría al desarrollo empresarial en las zonas rurales.
- El Estudio de Mercado nos dice que es factible la implementación de la Planta Procesadora de queso, hay la demanda suficiente, se cuenta con el recurso para obtener la materia prima ya que mediante la investigación que se realizó se conversó con algunos productores de esta zona y están dispuestos a vendernos su producción y con la promoción y publicidad que se le dé, influirá en la decisión de compra.
- Con la implementación de esta Planta Procesadora de queso también se mejora el estatus económicos de los beneficiarios directa e indirectamente, ya que el personal operativo de esta planta será del área de donde se va colocar la Planta.
- El Estudio Técnico demuestra que mediante la visita a las fábricas de queso se pudo comprobar que existen recursos para la producción e implementación de la misma, y de esta manera se comprobó que mediante la elaboración tecnificada a más de que la leche pasa por el proceso de pasteurización existe una reducción en los pasos en cuanto al proceso de elaboración manual.

- La planta tendrá una capacidad de producir 500 libras de quesos diarias y al mes serían 15,000 libras de quesos, y en cuanto a su presentación nuestro producto va a obtener un peso de 500gr a diferencia de otras marcas de queso que tienen un peso neto de 400gr a 450gr, y esto sería una ventaja para competir con ciertos productos que tienen menos pesos que el nuestro.

- En el Estudio Financiero tomando en cuenta que la vida útil del proyecto es de 10 años, el Valor Actual Neto (VAN) que obtenemos es de \$ 152,543.27, la Tasa Interna de Retorno (TIR) que se obtiene es del 21.54%. Por estas razones se concluye que la implementación del proyecto es aconsejable, se puede recuperar la inversión a corto plazo, es decir a partir del tercer año, se puede ir notando la rentabilidad del proyecto.

RECOMENDACIÓN

- Implementar la Planta Procesadora de queso, con la misión de ofrecer un buen producto y servicio a los clientes, un precio justo, para de esa manera satisfacer las necesidades de los consumidores.

- Realizar una adecuada promoción y publicidad de los productos que oferta la planta y la zona para lograr así un posicionamiento en el mercado.

- Aplicar el proceso de mejora continua ya sea en la producción, ventas, recurso humano, entre otros para así lograr mayores ventas y mejores beneficios para la empresa.

- Que este proyecto no solo sea un material bibliográfico que repose en la biblioteca de la Universidad, sino que se convierta en un instrumento de inversión capaz de generar rentas y promover el desarrollo Provincial.

- Que la Universidad aplique más procesos de investigación hacia la zona rural.

- Que se considere a los proyectos productivos, como ejes para desarrollar procesos de inversión compartidos, capaz de lograr generación de impacto económico y social.

GLOSARIO

Tecnificación.- Significa introducir procedimientos técnicos en actividades donde no se empleaban.

Queso de campo blando.- Consiste en cuajar y deshidratar la leche, por eso reduce la cantidad de grasa prácticamente a cero y las calorías a más de la mitad. Debe mantenerse siempre refrigerado para conservar su frescura. Con sabores suaves y texturas poco consistentes.

Queso de campo semiduro.- De consistencia firme pero elástica y de sabor suave y bien definido. Algunos poseen ojos o agujeros y contienen entre 36 y un 46 % de agua.

Queso de campo duro.- Son los que se someten a las condiciones de maduración para que desarrollen características propias. Las principales características de este queso son la corteza dura, el color amarillento, la pasta firme y semidura.

MAGAP.- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y pesca.

Cuajo natural.- Este se obtiene cortando una parte del estomago que se le denomina cuajar y es colocado en el suero, luego se deja fermentar y ese líquido se agrega a la leche y la coagula.

Cuajo artificial.- Es el que preparan en los laboratorios, el cual es procesado y su presentación es en polvo, pastillas y en líquido, su poder de coagulación es igual al cuajo natural, pero la gran ventaja es que viene en mejor presentación e higiene.

Suero.- Es el subproducto de la elaboración de queso, es la parte líquida que se separa de la parte sólida en la fase de coagulación, contiene aproximadamente el 50% de los compuestos de la leche.

Lira.- Paleta con piola nylon para hacer el corte del queso.

Fenolftaleína.- Es un líquido blanco, indicador de la acidez o alcalinidad de un medio; sus cristales son incoloros y es insoluble en hexano sólido. Se utiliza para determinar la acidez

de la leche y saber que tan fresca es o cual es su grado de conservación y aptitud para el consumo.

CMT.- California Mastitis Test.- Este es un método para la determinación semicuantitativa del número de leucocitos en la leche de cada uno de los cuartos mamarios. El reactivo que se utiliza ya viene preparado y solo debe dosificarse en las cubetas.

Estados Financieros.- Constituyen cuadros sistemáticos preparados con la finalidad de presentar en forma racional y coherente y ver los aspectos de la situación financiera y económica de una empresa de acuerdo con los principios y normas de la Contabilidad generalmente aceptados.

Inversión fija.- Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto.

Pasteurización.- Antes de que la propia elaboración del queso comience, la leche normalmente se somete a un pre-tratamiento diseñado para crear las condiciones óptimas para la producción.

Pediluvios.- Envases que se colocan con alcohol etílico para que las personas al ingresar a la donde se realiza la producción se enjuaguen las botas.

Monopolización.- Posesión en exclusiva de la fabricación o la comercialización de un producto o servicio.

Fitosanitarios.- Se define como las sustancias y preparados que contienen una o más sustancias activas, presentados en la forma que se ofrece para su distribución a los usuarios.

Agricultura.- Esta palabra de origen latino, significa cultivar, y justamente, la agricultura consiste en el cultivo de diversos vegetales, y es, en la actualidad, una industria importante, en la cual muchos países invierten en tecnología. Muchas veces la agricultura, que supone una modificación de la naturaleza, para hacer aptas las tierras para el cultivo, se hace una combinación con la ganadería, otras de las actividades primarias.

BIBLIOGRAFIA.

Libros

Sabino, Carlos, 1978, El Proceso de la Investigación, editora el Cid editor, Argentina.

Enciclopedia Encarta 2007.

Ley de Compañías.

Código de Comercio.

Leiva Zea, Francisco, “Naciones de Metodología de Investigación Científica” cuarta edición, Quito – Ecuador, 1999.

Ames, Fernando Martin 1999, Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Ed. Cultural, S.A. Madrid España.

Instituciones Públicas.

INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Esmeraldas).

Ilustre Municipalidad del Cantón de Muisne.

Ilustre Municipalidad del Cantón Atacames.

Ilustre Municipalidad de la Provincia de Esmeraldas.

Superintendencia de Compañías.

Banco Nacional de Fomento (BNF).

Corporación Financiera Nacional (CFN).

Páginas Web.

www.monografias.com/trabajos13/impac/impac/shtml

www.correo.diario.com

www.comofors.org/impacto.html

www.e-industrias.com

www.hoy.com.ec

www.tarimziroat.com

www.quesoandalucia.com.ar

www.gestiopolis.com/recursos7/docs/emp

www.wikipedia.org/wiki/investigaci3n

www.alanrevista.org

ANEXOS

Encuesta

La cual se les realizó a los consumidores finales del Cantón Muisne, Atacames y Esmeraldas para saber la importancia de tecnificación del proceso, de producción y comercialización de queso.

1. ¿Cree usted que el consumo de queso en su hogar es primordial y de primera necesidad?

Si No

2. ¿Cree usted que el queso es un alimento nutritivo?

Si No

3. ¿Cuál es el tipo de queso que más le agrada y consume Ud.?

De campo Blando De campo Semiduro De campo Duro

Otro Indique.....

4. ¿Al momento de adquirir queso toma en cuenta el precio?

Si No

5. ¿Conoce usted la cantidad de consumo de queso en promedio semanal en su hogar?

De 1 a 3 lbs. De 3 a 6 lbs. De 6 a 9 lbs.

6. ¿Cuándo adquiere queso, toma en cuenta las condiciones higiénicas del lugar?

Si No A veces

7. ¿En qué lugares acostumbra usted a adquirir queso?

Mercado Público Supermercados Tiendas Otro Lugar

8. ¿Que considera usted como primera opción al adquirir queso?

Precio Marca Calidad Otro (Indique).....

9. **¿Indique otros productos que usted consume de los derivados de la leche?**

Queso crema Mantequilla Crema de leche yogurt

Otros Especifique.....

10. **¿El queso que compra normalmente en las despensas, si viniera mejor empacado, por libras y al mismo precio, lo compraría?**

Si

No

Por qué.....

11. **¿Estaría dispuesta/o a pagar un precio justo por este queso si se lo ofrecieran?**

Si No

12. **¿Actualmente cual es el precio que paga por libra? \$**

Gracias por su colaboración!

Entrevista.

La cual se les realizó a los dueños de negocios del Cantón Muisne, Atacames y Esmeraldas para saber la importancia de tecnificación del proceso, de producción y comercialización de queso.

1. **¿Conoce de alguna empresa tecnificada en la provincia que realice el proceso de producción de queso?**

Si.....

No.....

2. **¿Qué opina de que exista en nuestra provincia una pequeña empresa procesadora de queso de campo?**

.....
.....

3. **¿Quiénes le proveen a Ud. el queso para su negocio?**

Dueños de fincas

Empresas procesadoras

3.1 ¿Me podría indicar el lugar de donde vienen

3.2 ¿Cómo lo entregan? Bultos de 10 o 20 libras,....., en empaques individual....., y protegidos en baldes...., cajas de madera....., en fundas plásticas..... U otros.....

4. **¿Conoce sobre cómo se elabora el queso en forma manual?**

Si

No



- 4.1 **¿Qué opina de su elaboración?**

.....
.....

5. **¿Estaría usted de acuerdo que le entreguen este producto en mejor presentación, sin perder su calidad de campo y a un precio justo?**

Si

Porqué.....

No

Porqué.....

6. **¿Cuáles son los tipos de quesos que le consumen más los clientes?**

De campo blando De campo Semiduro De campo Duro

Otro Indique cuál.....

7. **¿En la forma como lo entregan actualmente, al despachar el queso tienen problemas con los clientes al momento de cortar?**

Si Por qué.....

No Por qué.....

8. **Si se le ofreciera este tipo de queso, cómo desearía la presentación?**

½ libra 1 libra 2 libras 3 libras

9. **¿Qué otros productos vende Ud., derivados de la leche?**

a. Yogurt

b. Crema de Leche

c. Mantequilla

d. Otro

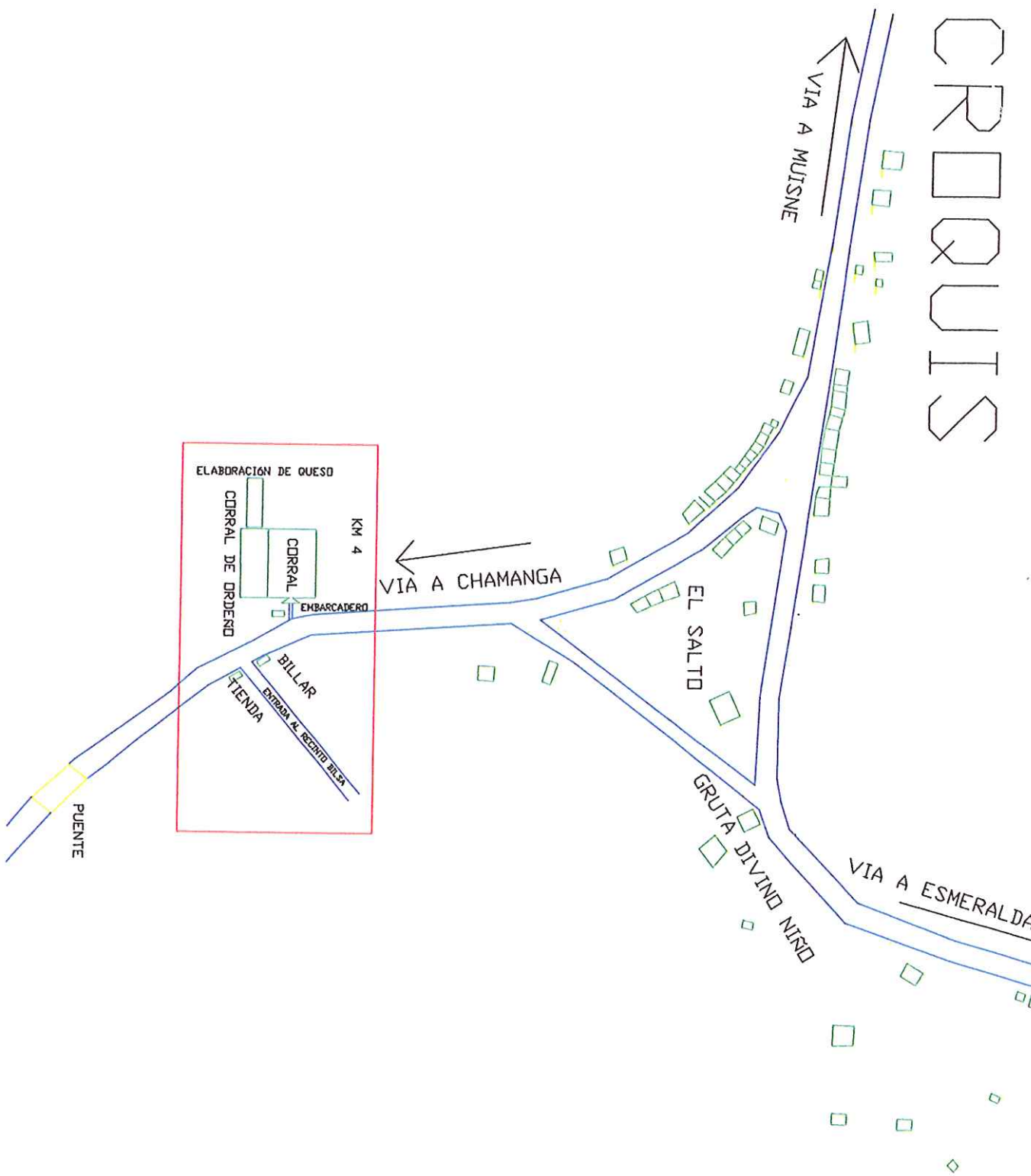
e. Ninguno

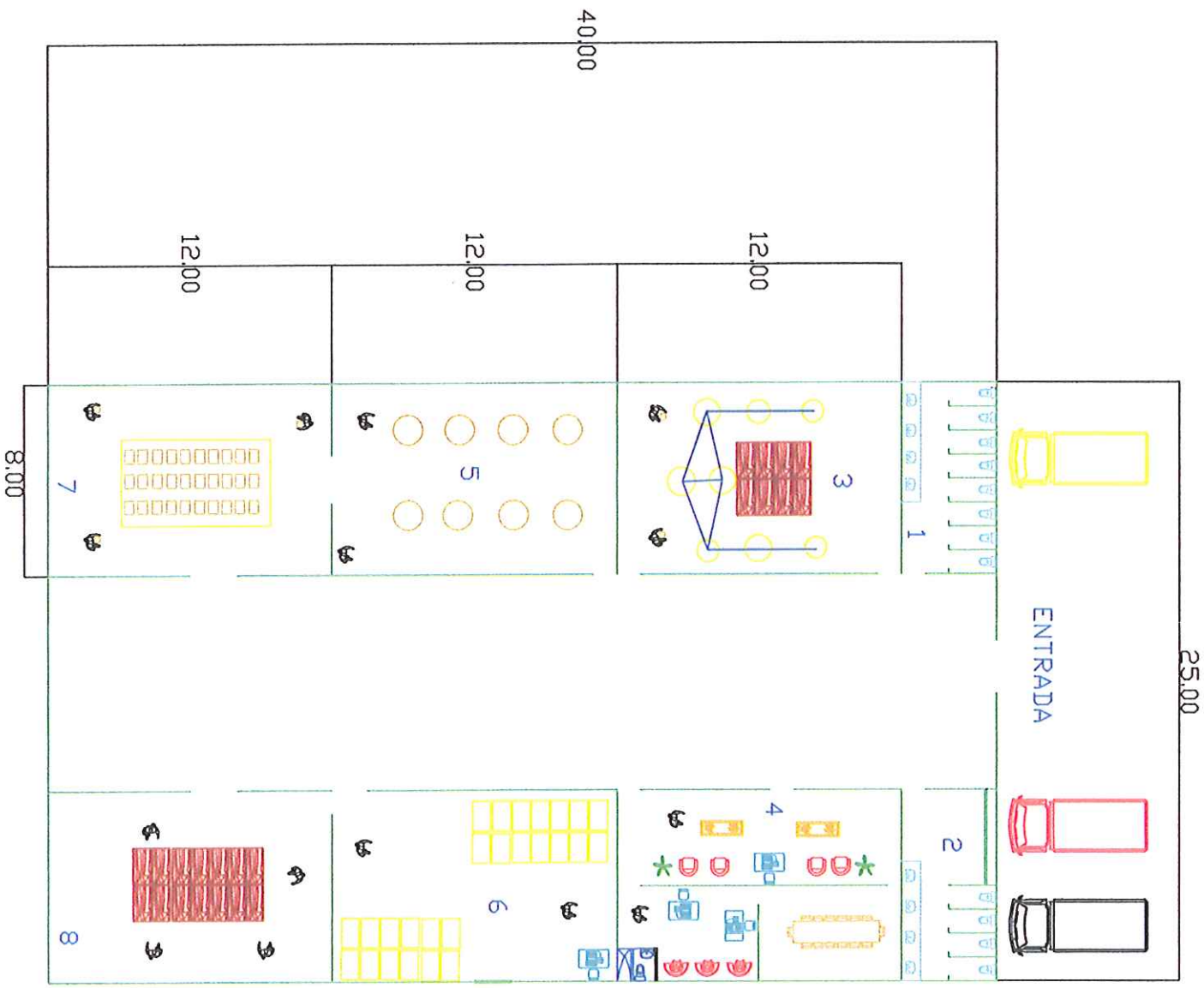
10. **¿Cuál es el precio que paga actualmente por la libra de queso?**

\$

Gracias por su colaboración!

CRDOQUIS





- 1.- BANDO DE MUJERES
- 2.- BANDO DE HOMBRES
- 3.- RECEPCION Y PASTEURIZACION DE LECHE
- 4.- ADMINISTRACION
- 5.- CURAJADO MOLIDO Y SALADO
- 6.- ALMACEN
- 7.- MOLDEADO Y PRENSADO
- 8.- EMPACADO Y ETIQUETADO

UTENSILIOS Y MATERIA PRIMA A UTILIZARSE EN LA PRODUCCIÓN.



Lira



Moldes de Acero



Moldes PVC



Cuajo Natural



Cuajo Artificial



Sal



Leche



Pasteurizadora

PROCESO DE ELABORACIÓN DE QUESO DE MANERA INDUSTRIALIZADO.



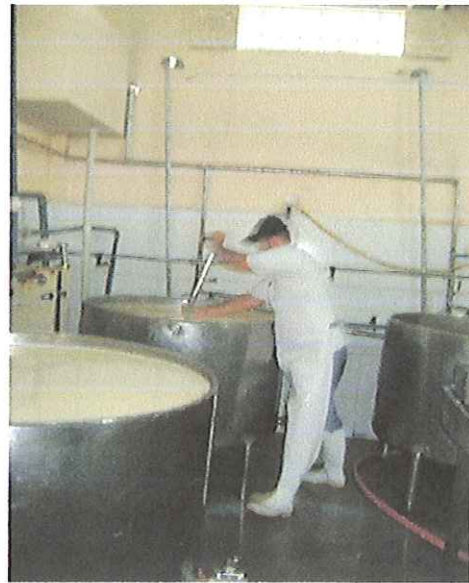
1.- Recepción de la Leche



2.- Proceso de Pasteurización



3.- Agregación de Calcio, Cuajo y Sal



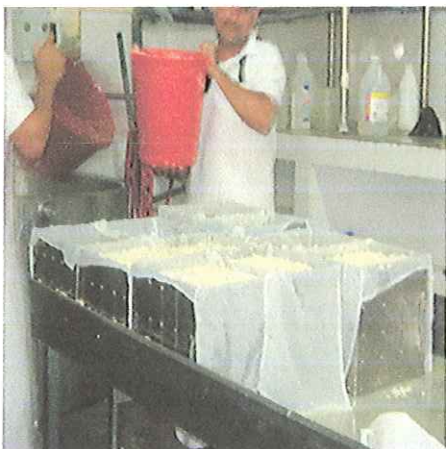
4.- 1° Batido con las Liras



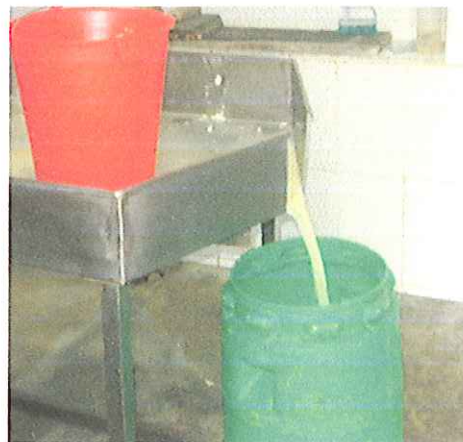
5.- 2º Batido con paleta de madera



6.- Desuerado y colocación de Sal



7.- Colocado en los moldes



8.- Retiro de la otra parte del suero



9.- Prensado

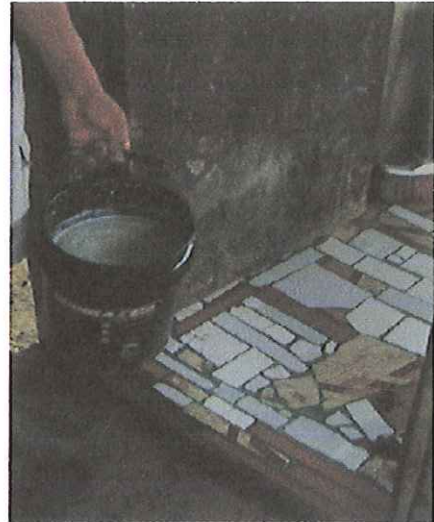


10.- Empacado

PROCESO DE ELABORACIÓN DE QUESO EN MANERA ARTESANAL (MANUAL).



1.- Proceso de Ordeño



2.- Recepción de la Leche



3.- Cernida y colocada en envases



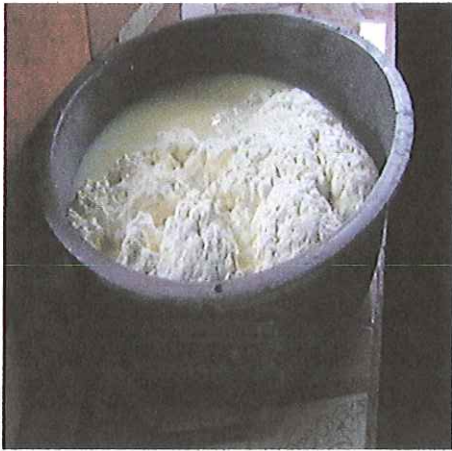
4.- Colocación del Cuajo y 1° Batido



5.- 2° Batido



6.- Asentado (apretado) con la mano



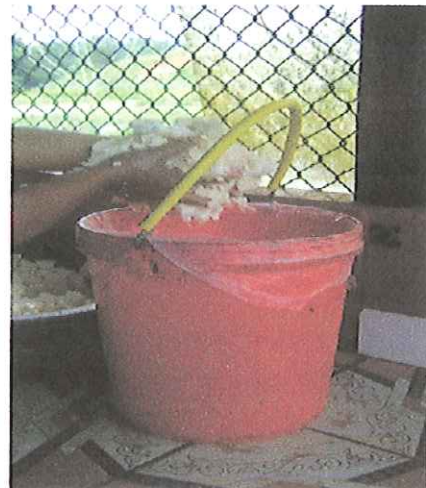
7.- Colocado en tina



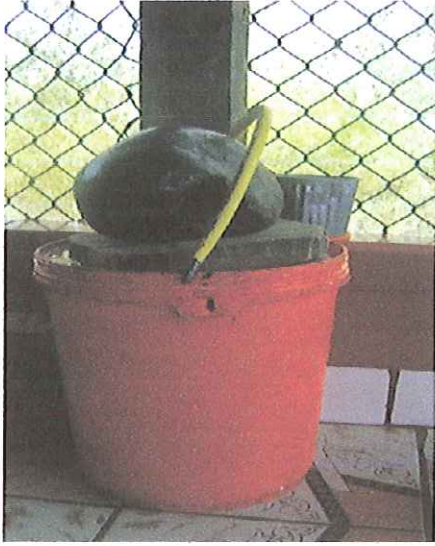
8.- colocación de Sal



9.- Cortado con cuchillo



10.- Colocado en balde



11.- Prensado



12.- Destino final de venta