



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE LÁCTEOS EN EL BARRIO SAN AGUSTÍN DE CALLO
DE LA PARROQUIA MULALÓ”**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título
de Licenciadas en Administración de Empresas

Autores:

Caiza Iza Heddy Nicol

Mendoza Masapanta Evelyn Mishel

Tutor:

MGS. Roberto Carlos Arias Figueroa

Latacunga-Ecuador

Marzo 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo Caiza Iza Heddy Nicol y Mendoza Masapanta Evelyn Mishel declaro ser autoras del presente proyecto de emprendimiento: **“Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló”**, siendo Mgs. Roberto Carlos Arias Figueroa tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Heddy Nicol Caiza Iza

C.I: 0503844748

Evelyn Mishel Mendoza Masapanta

C.I: 050415535-9

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Trabajo de emprendimiento sobre el título:

“Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló”, de Caiza Iza Heddy Nicol y Mendoza Masapanta Evelyn Mishel, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, febrero, 2023


Firma
Mgs. Roberto Carlos Arias Figueroa

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, el o los postulantes: Caiza Iza Heddy Nicol y Mendoza Masapanta Evelyn Mishel, con el título de Proyecto de emprendimiento: **“Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto. Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 22 de febrero del 2023

Para constancia firman:



Lector 1
MGS. RUTH HIDALGO
CC: 0502386121



Lector 2
MGS. JIRMA VEINTIMILLA
CC:0502969587



Lector 3
MGS. MAIRA MARTINEZ
CC:1712507761

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir y así alcanzar el logro de mis metas y objetivos, por alentarme en los momentos más críticos de mi vida universitaria, porque nunca me abandonó en los puntos más altos de crisis y me refugio siempre y cuando más lo necesite. A mis padres quienes me apoyaron de forma moral, económica, ética y emocional durante este largo proceso, quienes creyeron en mí y en mis capacidades, haciendo de mí una persona madura, responsable y visionaria.

Agradezco a mis hermanos quienes me regalaron miles de risas, miles de aventuras, me regalaron amor, tiempo y lealtad. A mis amigas con quienes compartí una amistad valiosa durante mi vida universitaria viviendo momentos de tristeza como de felicidad apoyándonos en cada paso que tuvimos que recorrer. Agradezco a mis docentes por ser fuente de conocimiento siendo pilar fundamental para mi formación universitaria.

A toda mi familia y amigos quienes acompañaron con momentos de distracción, motivación y felicidad.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por permitirme permanecer en sus instalaciones formándome como persona y profesional.

Un incondicional agradecimiento a Mgs. Roberto Arias por guiarme con paciencia y brindarme el conocimiento necesario para la culminación de mi Tesis.

Heddy Nicol Caiza Iza

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar mis estudios y la misma vez por darme las bendiciones necesarias para culminar con una meta planteada hace cuatro años atrás, a mi familia por brindarme el apoyo necesario y como no a mí esposo Edison y a mi hija Deyla quienes fueron un motor esencial para seguir adelante, a mis amigas quienes estuvieron en este largo camino compartiendo momentos alegres de quienes tuve un apoyo más cada día que transcurría, a todos los docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en especial a cada uno de los profesores de la Carrera de Administración de Empresas con los cuales compartí muchos momentos de alegría y aprendizaje y la cual fue como mi segundo hogar, a mi docente tutor del trabajo de emprendimiento al Mgs. Roberto Arias, por ser un guía y amigo que me brindo todo su paciencia y apoyo en todo momento que lo requería.

Evelyn Mishel Mendoza Masapanta

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a Dios quien ha sido mi mayor fuente de fuerza, esperanza y fe. Por haberme otorgado una familia maravillosa

A mi padre porque ha infundido en mi valores de superación, amor y respeto.

A mi madre quien es fiel reflejo de lucha constante de amor incondicional, de paciencia y ejemplo a seguir.

A mis hermanos quienes han sido el complemento clave de apoyo en mi proceso.

A mí misma porque he sido capaz de desafiar dificultades, y con perseverancia y esfuerzo he logrado cumplir las metas que me propongo en mi vida.

Heddy Nicol Caiza Iza

DEDICATORIA

Este proyecto de emprendimiento va dedicado de todo corazón a mi madre y esposo que con su esfuerzo que tuvo para apoyarme tanto económicamente y moralmente, con sus palabras de aliento que nunca me faltaron, a mi hermano y hermana, gracias a todos que siempre me apoyaron en las buenas y en las malas.

A mi pequeña Deyla Monserrath quien fue mi pilar fundamental de motivación para que yo llegué a culminar la carrera.

Evelyn Mishel Mendoza Masapanta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TÍTULO:” PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE LÁCTEOS EN EL BARRIO SAN AGUSTÍN DE CALLO DE LA PARROQUIA MULALÓ”

Autoras:

Caiza Iza Heddy Nicol

Mendoza Masapanta Evelyn Mishel

RESUMEN

El presente proyecto tuvo como objetivo elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló, mediante el proyecto se buscó solucionar el problema del bajo precio de la leche, pues esto aquejaba a los productores del barrio, por tanto, se realizó un estudio de mercado, utilizando la metodología deductiva, además se utilizó la técnica de la encuesta, y como instrumento el cuestionario el cual ayudó a determinar la demanda y la oferta potencial mediante este estudio se determinó que el mercado objetivo se ubica en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, mismo donde se buscó cubrir la demanda insatisfecha. En el estudio técnico se logró determinar la micro y macro localización, así como la ubicación física de nuestra empresa, el tamaño óptimo, los equipos e instalaciones, la mano de obra, la materia prima para la elaboración, los requerimientos que la empresa necesita para su funcionamiento, para la financiación de la empresa se consideró a los socios con el aporte personal e inversionistas, en la propuesta se estimó cubrir el primer año un 20% de participación en el mercado de la demanda insatisfecha de los productos lácteos de acuerdo al plan de producción estimado. En el plan financiero se desarrolló la inversión inicial para la ejecución del proyecto, tomando en cuenta el capital de trabajo necesario, se detalló los costos y gastos totales para la elaboración de los productos lácteos, esto se proyectó en base al porcentaje de inflación del 3,1%, el costo unitario de los productos lácteos está dentro del precio aceptado por los consumidores, se concluyó con la evaluación financiera mediante indicadores como son, TMAR, VAN y la TIR, con la cual se determina la factibilidad que tendrá el proyecto para poder ejecutarlo.

Palabras clave: Estudio económico, estudio de mercado, estudio financiero, plan de negocios.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

THEME: "A BUSINESS PLAN CREATION OF A DAIRY PRODUCTION COMPANY IN SAN AGUSTÍN DE CALLO NEIGHBORHOOD-MULALO"

Authors:

Caiza Iza Heddy Nicol

Mendoza Masapanta Evelyn Mishel

ABSTRACT

This project main objective was to make a Business Plan creation of a dairy production company in San Agustín de Callo neighborhood from Mulaló. This project aims to solve the problem of milk's low prices because this situation affects the neighborhood producers. In this sense, a market study was carried out by using the deductive methodology. Additionally, a survey was used and a questionnaire served as an instrument which helped to determine the demand and the potential supply. This study determined the target market which, is located in Cotopaxi-Latacunga, where aimed to cover the unsatisfied demand. In the technical study, it was possible to determine the micro and macro location, as well as the company's physical location, optimal size, equipment and facilities, workforce, raw material for the elaboration and requirements that the company needs to operate properly. For company financing, the shareholders were considered along with the personal contribution and investors. In the proposal, it was estimated to cover a 20% of participation in the market of the unsatisfied demand of dairy products according to the estimated production plan in the first year. In the financial plan, an initial investment for the project execution was developed considering the necessary working capital. The total costs and expenses for the dairy products production were detailed which were projected based on the inflation percentage of 3 1%. The dairy products unit cost is within the price accepted by the consumers. Finally, a financial evaluation was performed through some indicators such as TMAR, VAN and IRR, which helped to determine the feasibility to run this project.

Keywords: Economic study, market study, financial study, business plan.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de emprendimiento cuyo título versa: **“Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló”** presentado por **Caiza Iza Heddy Nicol y Mendoza Masapanta Evelyn Mishel**, egresados de la carrera de **Administración de Empresas**, perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad por lo que autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2023

Atentamente,



Mg. Lidia Rebeca Yugla Lema.

DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS-UTC

0502652340

ÍNDICE GENERAL

<i>Portada</i> _____	<i>jError! Marcador no definido.</i>
DECLARACIÓN DE AUTORÍA _____	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO EMPRENDIMIENTO _____	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN _____	iv
AGRADECIMIENTO _____	v
DEDICATORIA _____	vii
RESUMEN _____	ix
ABSTRACT _____	x
ÍNDICE GENERAL _____	xii
INDICE DE TABLAS _____	xvii
INDICE DE ILUSTRACIONES _____	xviii
INFORMACIÓN GENERAL _____	1
Idea de negocio. _____	2
Planteamiento del problema _____	2
Objetivos del Proyecto _____	4
Objetivo General _____	4
Objetivos Específicos _____	4
CAPÍTULO I _____	4
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA _____	4
ANTECEDENTES _____	4
MARCO TEÓRICO _____	5
EMPRENDIMIENTO _____	5
Concepto y definición de emprendimiento _____	5
Finalidad del emprendimiento _____	6
Tipos de emprendimiento _____	7
Emprendedor _____	8
Características de un emprendedor _____	8
PLAN DE NEGOCIOS _____	9
Concepto de Plan de Negocio _____	9
Importancia del Plan de Negocio _____	12
Definición de Negocio _____	12

Análisis Estratégico	12
Análisis de Mercado	13
ESTUDIO DE MERCADO	13
Definición de estudio de mercado	13
Objetivos de estudio de mercado	14
Etapas de estudio de mercado	14
Segmentación de Mercado	14
Análisis de la demanda	14
Análisis de la oferta	15
Tipos de Oferta	15
Demanda insatisfecha	15
Análisis de precios	16
Análisis de la comercialización	16
Canales de distribución	16
ESTUDIO TÉCNICO	17
Concepto de estudio técnico	17
Componentes del estudio Técnico	17
Análisis y determinación de la localización optima	17
Capacidad de producción	18
Inversiones en equipamiento	18
Localización	18
Proceso de producción	20
Distribución de planta	20
Inversión en obras físicas	20
ESTUDIO FINANCIERO	20
Definición de estudio financiero	20
Conformación de estudio financiero	21
Inversión inicial	21
Inversión fija	21
Inversión diferida	21
Capital de trabajo	22
Presupuesto de costos	22
Definición de estados financieros	22
Depreciación	23
Amortización	23
Flujo de caja	24
EVALUACIÓN FINANCIERO	24
Métodos para evaluar proyectos	24
Tasa mínima aceptable de rentabilidad (TMAR)	24
Valor actual neto (VAN)	24
La tasa interna de rendimiento (TIR)	25
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	26

CAPITULO II	26
ESTUDIO DE MERCADO	26
Objetivo del estudio de mercado	26
Objetivos	26
Proceso Metodológico de Investigación	27
Definir el problema	27
Posibles soluciones	27
Justificación	28
Tipo de investigación	28
Fuentes de información	28
Fuentes primarias	28
Fuentes secundarias	29
Métodos	29
Deductivo	29
Técnicas	29
Encuesta	30
Instrumento	30
Población o Universo	30
Muestra	31
Tamaño de la muestra	31
Mercado meta	32
TABULACIÓN/ ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	33
Estudio de demanda	47
Demanda actual	47
Demanda proyectada	48
Demanda proyectada de los productos lácteos	50
Análisis de la Demanda	50
Estudio de la oferta	50
Numero de ofertantes en el mercado	50
Oferta actual	52
Oferta proyectada	53
Determinación de la Demanda Potencial Insatisfecha	55
Mercado objetivo	56
Precios actuales	57
Precios proyectados	57
Características uso específico	58
Análisis de la comercialización	59
MODELO CANVAS	61
Estrategias de comercialización	63

ESTRATEGIAS DE PLAZA	65
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	68
CAPITULO III	69
ESTUDIO TÉCNICO	69
Definición del estudio técnico	69
Objetivos	69
Tamaño	69
Tamaño en función del mercado	69
Tamaño y materias primas	70
Mano de obra	70
Financiamiento	71
Propuesta	72
Plan de producción	73
Localización	73
Macro localización	74
Micro localización	75
Características del producto	77
Proceso productivo	77
Descripción del proceso productivo	77
Procesos de producción	78
Queso	78
Proceso de recepción del yogurt	81
DIAGRAMA DE FLUJO DEL YOGURT	82
Distribución de la planta	83
Infraestructura	83
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	83
Requerimientos del proyecto	84
ARRIENDO	84
EQUIPO Y MAQUINARIA	85
Vehículo	86
Muebles y enseres	87
Mano de obra	87
Mano de obra directa	87
Mano de obra indirecta	88
Materia prima directa	89
Materia prima directa de los productos lácteos	89
Materia prima indirecta	90
Costos administrativos	90
Gastos de venta y publicidad	91
Servicios básicos	91
Gastos diferidos	92
Propuesta administrativa	92
Razón social	92

Constitución Jurídica _____	92
Estudio Organizacional _____	93
Nombre de la empresa _____	93
Logotipo de la empresa _____	93
Misión _____	93
Visión _____	94
Valores _____	94
Estructura organizacional _____	95
Organigrama estructural _____	96
Organigrama funcional _____	97
Organigrama posicional _____	98
<i>CAPITULO IV</i> _____	99
<i>ESTUDIO FINANCIERO</i> _____	99
Estudio económico y financiero _____	99
Inversión inicial _____	99
Inversión fija _____	99
Inversión diferida _____	99
Capital de trabajo _____	99
CUADRO INVERSIÓN INICIAL _____	100
<i>Financiamiento</i> _____	101
Fuentes propias _____	101
<i>CUADRO FINANCIAMIENTO</i> _____	101
Financiamiento propio _____	101
Inversionistas _____	102
Presupuesto _____	102
Presupuesto de costos _____	102
Costo unitario de los productos lácteos _____	105
Costo unitario del queso _____	105
Presupuesto de ingresos _____	106
Ingresos anuales proyectados _____	106
<i>Estados financieros</i> _____	107
Estado de pérdidas y ganancias _____	107
Estados de Situación Financiera _____	109
Estado de Flujo de Efectivo _____	110
<i>Evaluación financiera</i> _____	112
Tasa de Rendimiento Aceptable (TMAR) _____	112
Valor Actual Neto (VAN) _____	112
Periodo de Recuperación de la Inversión _____	113
Relación Costo Beneficio _____	114

CONCLUSIONES	115
RECOMENDACIONES	116
Bibliografía	117
ANEXOS	121

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla N° 1</i> Distribución poblacional.....	30
<i>Tabla N° 2</i> Distribución de encuestas.....	32
<i>Tabla N° 3</i> Tiendas o comercios según parroquias	33
<i>Tabla N° 4</i> Tamaño de la empresa	33
<i>Tabla N° 5</i> Compra queso y yogurt para comercializar.....	35
<i>Tabla N° 6</i> Frecuencia de compra del producto	36
<i>Tabla N° 7</i> Compraría productos lácteos.....	37
<i>Tabla N° 8</i> Aspectos de mayor importancia en los productos.....	38
<i>Tabla N° 9</i> Comercialización de los productos	39
<i>Tabla N° 10</i> Cantidad de queso que compra.....	40
<i>Tabla N° 11</i> Precio del queso.....	41
<i>Tabla N° 12</i> Cantidad de yogurt que compra a la semana	42
<i>Tabla N° 13</i> Precio cancelado por el producto	43
<i>Tabla N° 14</i> Tipo de compra del producto.....	44
<i>Tabla N° 15</i> Medios de comunicación.....	45
<i>Tabla N° 16</i> Promoción por la compra de lácteos.....	46
<i>Tabla N° 17</i> Demanda Actual del Queso	47
<i>Tabla N° 18</i> Demanda actual del yogurt.....	48
<i>Tabla N° 19</i> Demanda proyectada del queso.....	48
<i>Tabla N° 20</i> Demanda proyectada del yogurt.....	49
<i>Tabla N° 21</i> Demanda proyectada de los productos lácteos	50
<i>Tabla N° 22</i> Numero de ofertantes	51
<i>Tabla N° 23</i> Oferta del queso	52
<i>Tabla N° 24</i> Oferta del yogurt.....	52
<i>Tabla N° 25</i> Oferta proyectada del queso	53
<i>Tabla N° 26</i> Oferta proyectada del yogurt.....	54
<i>Tabla N° 27</i> Oferta proyectada de productos lácteos	54
<i>Tabla N° 28</i> Demanda Insatisfecha de los productos Lácteos.....	55
<i>Tabla N° 29</i> Oferta estimada de los lácteos.....	56
<i>Tabla N° 30</i> Oferta estimada del queso	56
<i>Tabla N° 31</i> Oferta estimada del yogurt	57
<i>Tabla N° 32</i> Precio proyectado del queso.....	57
<i>Tabla N° 33</i> Precio proyectado del yogurt.....	58
<i>Tabla N° 34</i> Características	58
<i>Tabla N° 35</i> Estrategia de producto	63
<i>Tabla N° 36</i> Estrategia de precios	64
<i>Tabla N° 37</i> Estrategia de plaza.....	65
<i>Tabla N° 38</i> Estrategia de producción.....	66
<i>Tabla N° 39</i> Análisis FODA	67
<i>Tabla N° 40</i> Tamaño en función del mercado.....	70
<i>Tabla N° 41</i> Distribución del personal.....	71
<i>Tabla N° 42</i> Tamaño propuesta del queso.....	72

Tabla N° 43 Tamaño propuesta del Yogurt.....	72
Tabla N° 44 Producción Estimada.....	73
Tabla N° 45 Localización.....	76
Tabla N° 46 Arriendo.....	84
Tabla N° 47 Equipo y Maquinaria.....	85
Tabla N° 48 Vehículo.....	86
Tabla N° 49 Muebles y Enseres.....	87
Tabla N° 50 Mano de obra directa.....	88
Tabla N° 51 Mano de obra indirecta.....	88
Tabla N° 52 Materia Prima Directa del Queso.....	89
Tabla N° 53 Materia Prima Directa del Yogurt.....	89
Tabla N° 54 Materia prima directa de los productos lácteos.....	89
Tabla N° 55 Materia Prima Indirecta de los productos Lácteos.....	90
Tabla N° 56 Costo Administrativo.....	90
Tabla N° 57 Gasto de ventas y publicidad.....	91
Tabla N° 58 Servicios Básicos.....	91
Tabla N° 59 Gastos Diferidos.....	92
Tabla N° 60 Inversión Inicial.....	100
Tabla N° 61 Financiamiento.....	101
Tabla N° 62 Inversionistas.....	102
Tabla N° 63 Costos de producción del Queso.....	103
Tabla N° 64 Costo de Producción del Yogurt.....	104
Tabla N° 65 Costo del queso.....	105
Tabla N° 66 Costo del yogurt.....	106
Tabla N° 67 Ingresos Proyectados.....	107
Tabla N° 68 Estado de pérdida y ganancias.....	108
Tabla N° 69 Estado de Situación Financiera.....	109
Tabla N° 70 Flujo de Efectivo.....	111
Tabla N° 71 Tasa de Rendimiento Aceptable.....	112
Tabla N° 72 Valor Actual Neto.....	113
Tabla N° 73 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	113
Tabla N° 74 Costo Beneficio.....	114

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1 Tamaño de la empresa.....	34
Ilustración N° 2 Compra queso y yogurt.....	35
Ilustración N° 3 Compra queso y yogurt.....	36
Ilustración N° 4 Aspectos de mayor importancia en los productos.....	38
Ilustración N° 5 Comercialización de los productos.....	39
Ilustración N° 6 Cantidad de queso que compra.....	40
Ilustración N° 7 Precio del queso de 250gr.....	41
Ilustración N° 8 Cantidad de yogurt que compra a la semana.....	42
Ilustración N° 9 Precio cancelado por el producto.....	43
Ilustración N° 10 Tipo de compra del producto.....	44
Ilustración N° 11 Medios de comunicación.....	45
Ilustración N° 12 Promoción por la compra de lácteos.....	46
Ilustración N° 13 Demanda proyectada del queso.....	49
Ilustración N° 14 Demanda proyectada del yogurt.....	49
Ilustración N° 15 Oferta proyectada del queso.....	53
Ilustración N° 16 Oferta proyectada del yogurt.....	54
Ilustración N° 17 Demanda Actual Insatisfecha de productos lácteos.....	55

Ilustración N° 18 Canales de Comercialización	60
Ilustración N° 19 Canal de distribución	60
Ilustración N° 20 Modelo CANVAS	61
Ilustración N° 21 Macro Localización	74
Ilustración N° 22 Micro Localización	75
Ilustración N° 23 Micro Localización	76
Ilustración N° 24 Simbología	77
Ilustración N° 25 Diagrama del proceso del queso	80
Ilustración N° 26 Proceso del yogurt	82
Ilustración N° 27 Distribución de la planta	84
Ilustración N° 28 Logotipo de la empresa	93
Ilustración N° 29 Organigrama estructural de la empresa "Arca de Noé"	96
Ilustración N° 30 Organigrama funcional de la empresa "Arca de Noé"	97
Ilustración N° 31 Organigrama posicional	98

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: “Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló”

Fecha de inicio:

18 de abril del 2022

Fecha de finalización:

27 de enero del 2023

Lugar de ejecución:

Barrió San Agustín de Callo -Parroquia Mulaló -Cantón Latacunga -Provincia Cotopaxi-zona 3 e institución

Facultad que auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia:

Licenciatura en Administración de Empresas

Tutor:

Mgs. Roberto Carlos Arias Figueroa

Área de Conocimiento:

Ciencias Administrativas

Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento.

Idea de negocio.

La idea de negocio está basada en la gran cantidad de producción de leche que se genera en el Barrio San Agustín de Callo y sus alrededores, con la finalidad de crear una empresa que procese esa materia prima generando productos lácteos que retribuyan a los productores un precio justo por la leche.

En países en vías de desarrollo, la mayor parte de la leche cruda es procedente de pequeños productores los cuales se encuentran ubicadas en diferentes zonas rurales, mientras que el mercado que las consume se encuentra localizados en las zonas urbanas, para llegar al punto de tratamiento y procesamiento de la materia prima, la leche suele ser recogido por pequeños recolectores, por ende, un producto derivado de la leche está sujeto a pasar por una serie de procesos el cual puede afectar la calidad del mismo, de modo que una industria láctea ubicada en la zona productora viene a ser la mejor forma de conservar la calidad de la materia prima y por ende del producto final, y por estar ubicado en un sector altamente productivo buscamos optimizar los procesos para la transformación de la leche cruda, tratando de mejorar la calidad de vida de los productores.

Planteamiento del problema

Según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2021), “En Ecuador se producen diariamente 6.152.841 millones de leche cruda”. Durante los últimos 10 años, el precio del litro de leche que se paga a los productores ha estado congelado. En la reciente década el costo de la canasta básica se ha ajustado al alza en un 41%, por el cual los productores se han visto perjudicados debido a que los costos de los insumos como el balanceado, las semillas han aumentado, y el precio de la leche sigue estático y no retorna el costo sobre la ganancia por cada litro de leche, esta situación

ha provocado que una considerada parte de productores ya no puedan continuar con la producción.

Cotopaxi es una de las provincias de mayor volumen de producción de leche, según Primicias (2022):

En Cotopaxi se producen 700.000 litros de leche diaria, los productores no reciben un precio justo, a pesar del incremento del precio de venta de comercialización.

Antes el valor de la leche pasteurizada y enfundada tenía un valor de USD 0,80, actualmente su valor es de USD 0,95. Pero el precio de venta al público llega a costar 1,10\$, sin embargo, el precio de la materia prima a los productores se mantiene entre USD 0,37 y USD 0,38.

Además, los pequeños recolectores o transportistas de leche cruda interfieren en el precio real del litro de leche, es decir al entregar la materia prima a los recolectores el precio se reduce un tanto considerable.

El pago de la leche cruda debería ser de USD 0,42 por litro, más las bonificaciones por calidad, como lo dispone el acuerdo ministerial 394, promulgado en septiembre de 2023.

Según Guachi (2020), “En la parroquia de Mulaló se producen 3.970 litros diarios de leche cruda” (pág. 18). Llegado a vender el litro de leche hasta USD 0,10 centavos, exigiendo que se rechace la utilización del suero para la transformación del producto final en las grandes industrias, donde se supone se utiliza los derivados de la leche para lograr sustituir un porcentaje de la materia prima en los productos elaborados.

Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado a partir de la literatura científica que sirva como base teórica para la investigación.
- Efectuar un estudio técnico para determinar tamaño localización, ingeniería y propuesta administrativa del producto.
- Desarrollar el estudio financiero que determine la inversión, costos, gastos y la evaluación económica de la empresa láctea.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

ANTECEDENTES

LARA, Silvana & ANDRADE, Eddy (2018) “Plan De Negocios Para la Empresa de Productos Lácteos “INNOLAC”, Parroquia San Juan-Cantón Riobamba”.

Este Plan de Negocio fue implementado con el objetivo de posicionar la marca de la empresa de productos lácteos, así como la identificación los componentes que influyen en la comercialización de productos lácteos de la empresa INNOLAC.

Los resultados obtenidos a este estudio mostraron que la empresa tiene un mercado potencial muy grande, por la cual la industria láctea podría tener un notable crecimiento empresarial, sin embargo, debido a los componentes que influyen en la

comercialización de los productos lácteos no se ha logrado aprovechar el potencial de la empresa en un 100%.

MORENO, Luisa (2016) “Plan de Negocios Para la Creación de una Empresa de Producción y Comercialización de Queso Mozzarella del Sector Sur de la Ciudad de Quito”.

La investigación tubo como objetivo evaluar el plan de negocio para la creación de una Industria Láctea, en el cual el producto cumpla con todas las normas y procesos ecuatorianos, la demanda proyectada para el año 2022 es de 955.413 kg (queso mozzarella) con una tasa de crecimiento poblacional de 1,37% según la INEC, mientras que la oferta histórica según MAGAP creció 3,4 veces, por lo que se evidencia un crecimiento promedio anual del 34%, siendo 17.403 la oferta proyectada de quesos mozzarella en kg, para el año 2020.

Para el estudio que se llevó a cabo se plantea realizar una inversión de 285,920.10\$ a largo plazo, evaluada financieramente para 5 años. El VAN del proyecto es positivo, por lo que es factible, de acuerdo al indicador de la muestra. La TIR del proyecto fue de 33,40%, superior a la tasa de descuento utilizada que fue de 18,385% por lo tanto el proyecto resulta ser viable, con un rendimiento superior al costo de oportunidad.

MARCO TEÓRICO

EMPRENDIMIENTO

Concepto y definición de emprendimiento

Según (Calviño, 2022) el emprendimiento es la actividad que involucra el proceso de creación de nuevas empresas con o sin fines de lucro.

El emprendimiento es un proceso de iniciar y llevar a cabo un proyecto de negocio por cuenta propia o a la vez determinar una idea de negocio que nos ayude a solucionar ya sea una necesidad, problema u oportunidad.

Se puede definir al emprendimiento como una de las maneras o habilidad de pensar y actuar con la finalidad de buscar la iniciación o creación de un proyecto a través de ideas innovadoras y de esa manera solucionar problemas tomando en cuenta las oportunidades de negocios viables en un determinado mercado, también tomando en cuenta factores económicos, sociales, ambientales y políticos. Además de ello se puede tener en cuenta aspectos cómo la capacidad en Talento Humano, recursos financieros y físicos que le permita al emprendedor a tener una alternativa para mejorar en la calidad de vida de su familia o de varias familias por el cual se desarrolla un plan de negocios o la creación de una empresa, de esta manera, el emprendimiento es una opción para muchos jóvenes en la actualidad.

Finalidad del emprendimiento

Según Rocha & Toapanta (2015),” El emprendimiento hoy en día ha generado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica”. El alto desempleo conduce a la baja calidad de los empleos existentes, entre otras cosas, hace necesario que las personas creen sus propios recursos para iniciar sus propios negocios, desde empleados hasta empleadores para crear fuentes de trabajo para quienes los necesitan. Se necesita mucha determinación para renunciar a la estabilidad financiera de un trabajo y empezar a considerar que los empresarios no siempre ganan.

Cuando hablamos de emprendimiento no significa comenzar un nuevo negocio es la oportunidad de convertir a las personas en entes más creativos, proactivos,

innovadores y cualquiera la debería tener en su espíritu independientemente de la elección de su profesión.

Tipos de emprendimiento

Según Rivera (2022), “Para la categorización de los emprendimientos se toma en cuenta aspectos Como cuál es el propósito del emprendimiento la inversión inicial el tipo de solución que va a desarrollar y cuál va a ser el impacto en la sociedad”. A continuación, se va a definir 6 tipos de emprendimiento:

Emprendimiento pequeño: se trata de un negocio unipersonal punto también es conocido más como micro emprendimiento y se caracteriza por tener una inversión inicial baja.

Emprendimiento escalable: en él se busca tener un crecimiento exponencial ya sea en el corto y mediano plazo de la organización. Tiene como finalidad expandirse rápidamente y convertirse en una empresa multinacional.

Emprendimiento social: con este emprendimiento se busca generar un impacto positivo ya sea en la comunidad o en el mundo, esto se da o suele suceder con iniciativas en los sectores vinculados a la educación, salud y el ambiente.

Emprendimiento Espejo o de imitación: estos son los que réplica o duplica una idea que ya fue o está siendo exitoso en el mercado. En la cual se puede emitir un producto, un servicio o un modelo de negocio.

Emprendimiento oportunista: podemos decir que es un emprendimiento que aparece en el momento oportuno para resolver una necesidad ya sea puntual o urgente.

Emprendimiento incubador: en este emprendimiento se realiza una investigación para determinar cuáles son las necesidades que existe en el mercado y de esa manera ofrecer una solución innovadora.

Emprendedor

El emprendedor o emprendedores son quiénes ya sea individual o grupalmente crean una idea de negocio.

Un emprendedor es una persona que puede detectar una oportunidad o a la vez crear una organización ya que mediante la cual puede ser parte de un grupo organización que lo realiza para de esa manera formar parte de ser un emprendedor.

Características de un emprendedor

Según Berenstein (2019), "Da a conocer que Pablo Coelho hace referencia a una serie de características que tienen los emprendedores a continuación se detallan como:".

Creatividad e Ingenio: es el primer paso para emprender obtener una idea ya que es de dónde surge nuevos proyectos y se puede solucionar un mercado o un sector

Pasión: es la pasión que tú tienes o cuando tú amas realizar actividad ya que el éxito va a llegar sola y para emprender se necesita tener una idea de negocio y a la vez motivación. La cual ayuda a enfrentar con diferentes dificultades que surjan en el camino.

Visión: es donde se visualiza el negocio esto es que se debe tener ideas o sueños ya que son lo más importante para buscar los medios que se va a llevar a cabo.

Liderazgo: debes tomar las decisiones de la empresa además de ello aprender a determinar las oportunidades y a la misma vez aprovecharlas en el momento oportuno. Todo líder tiene que ser la cabeza de su equipo para la toma de decisiones, pero a la misma vez formarse como un guía.

Paciencia: una buena idea de negocio no nace de la noche a la mañana muchas veces deben trabajar organizar actividades para la prueba piloto o disminuir errores además

de ellos se van a enfrentar a diversas adversidades determinando una y otra vez esto será vital para llegar a la cima.

Confianza: confiar primero tú en la idea de negocio, porque si tú no lo haces nadie confiara en tu negocio. Las demás personas deben observar que eres seguro de ti mismo sin dudas en algún momento eso es un reflejo en el entorno y podrían desconfiar de la idea de negocio.

Responsabilidad: cualquier empresa o negocio ya sea pequeño debe realizar las actividades con seriedad. Se debe involucrar en todas las actividades y responsabilidades con el equipo de trabajo y con los clientes socios o proveedores que van a formar parte de la empresa o negocio.

Las cualidades anteriores hacen un buen emprendedor, pero es esencial que lo ante vean en el trayecto del camino como una misión, liderazgo, pasión, creatividad, persistencia, confianza, responsabilidad en la vida como equipo de trabajo, lo cual es muy importante para tener una persona segura de sí misma entre ustedes para ellos. Tenga confianza para hacer cualquier negocio dentro o fuera de la empresa, ya sea una institución u organización, etc.

PLAN DE NEGOCIOS

Concepto de Plan de Negocio

Un plan de negocios es un documento escrito de forma clara, precisa y sencilla que es el resultado de un proceso de planificación. Un plan se usa para administrar un negocio porque muestra lo que desea lograr y los pasos que tomará para lograrlo. Como consejo de inversión, este documento busca una combinación de forma que indique su estructura, texto e ilustraciones, y contenido que indique plan, calidad de ideas, información financiera, análisis y oportunidades de mercado. (Villarán, 2009)

El plan de negocios es el documento resultante de la evaluación, el cual sirve como una guía para la organización o empresa, ya que en él se puede definir con claridad los objetivos y metas que dicha empresa o negocio poseen, además de ellos se puede describir los métodos y recursos que se van a implementar para lograr con efectividad la creación de una empresa, así como su evaluación financiera para determinar la factibilidad del funcionamiento del mismo.

El plan de negocios está integrado por las siguientes etapas las cuales se detallan a continuación: Resumen, Fundamentación teórica, Marco referencial, Estudio de mercado, Estudio técnico, Estudio financiero.

Proceso de Planificación

La planificación es el proceso de evaluación de los objetivos de una entidad u organización además de ello la creación de un plan de negocio realista. Donde se puede escribir los planes de acciones acorde a las estrategias para de esa manera poder alcanzar los objetivos planteados. El proceso se puede realizar ya sea en el período de corto mediano y largo plazo. (González, 2018)

Existen pasos para el proceso de planificación los cuales se detallan a continuación:

Establecer objetivos: en este paso se debe detallar cuáles son las metas que la empresa desea llegar además de ello detallar las diversas razones o analogías de su selección y cuáles son sus resultados esperados con cada una de dichas metas u objetivos.

Identificar los recursos: aquí debemos determinar la proyección financiera y de recursos humanos para lograr el cumplimiento de las metas de la organización o empresa.

Establecer las tareas de objetivos relacionados: cada meta debe tener sus tareas respectivas y además deben ser detallados ya que con ello cada miembro del equipo se focalizará y orientará en lo que debe realizar y de esa manera se podrá mantener la motivación dentro del personal que elabora por el cumplimiento de objetivos de dicha empresa con la finalidad de realizar un plan de incentivos.

Priorizar objetivos y tareas: una vez identificado las tareas se va a realizar la ejecución por objetivos para de esa manera priorizar cada meta y tarea y tener en cuenta el objetivo según su importancia. Ya que las tareas más importantes deberán ser abordadas y completadas de mejor manera.

Crear actividades y calendario: es muy importante crear actividades de calendario y a qué nos ayudan a describir cada actividad también dan a conocer Quién o quiénes serán los responsables en su ejecución y tomando en cuenta la fecha tope de finalización esto con el fin de cumplir con los términos generales que la empresa requiere.

Establecer métodos de evaluación: todos los procesos de planificación deben incluir una estrategia de Cuál será su metodología de evaluación y seguimiento del personal que trabaja para de esa manera poder llevar un control de cada proceso que se realiza mediante a la meta u objetivo establecido en determinado periodo.

Identificar alternativas de acción: en este último pasó se puede decir que la empresa debe tener alternativas ya que hasta los mejores planes en muchas ocasiones pueden cambiar de rumbo y obtener imprevistos para lo cual una alternativa sería la mejor opción para la organización o empresa.

En conclusión, el proceso de planificación permite unificar diversas actividades y así, ayuda al desenvolvimiento correcto de las actividades administrativas de la empresa u

organización ya sea financiera productiva o administrativa con la finalidad de conseguir resultados favorables para la entidad económica.

Importancia del Plan de Negocio

El plan de negocio ayuda a planificar las actividades del negocio, a definir objetivos, como lograrlos y en qué tiempo se va a desarrollar. Además de ello nos ayuda a realizar correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancia.

Ayuda a obtener financiamiento para las actividades comerciales, productivas, logísticas, de recursos humanos y organizativos, con los cuales se lograrán los objetivos planteados.

Definición de Negocio

El negocio es una idea o una iniciativa para desarrollar un proyecto la misma que debe responder a una necesidad oportunidad o problema de los consumidores tomando en cuenta el objetivo fundamental de un negocio es detectar esas necesidades o problemas y convertirlas en oportunidades y en lo empresarial busca la forma más conveniente de satisfacer siempre y cuando genere utilidad la empresa u organización.

Análisis Estratégico

Realizar un análisis de estratégico es donde se da a conocer conjuntos de factores tanto internos como externos para la organización ya que ellos van a influir mucho en la estructura el funcionamiento y la identidad de la empresa esto se puede proyectar a mediano corto y largo plazo tomando las condiciones del entorno del transcurso del tiempo para ellos usualmente se analiza mediante el FODA en el cual se detalla la fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que le rodean a la empresa u organización.

Análisis de Mercado

Al realizar el análisis de mercado se va a realizar por partes a los factores que conforman el mercado en el cual se pretende asistir ya sea con un bien o un servicio material del proyecto a realizar para de esta manera dar a conocer cuál será el comportamiento del mercado en el cual se va a realizar el producto es importante recordar que al analizar el mercado se debe considerar como puntos importantes el estudio del marketing donde consta de los cuatro p plaza, producto, precio y promoción los mismos que nos permiten a las empresas a trazar estrategias de comercialización más eficiente.

Por medio de la cual se puede analizar lo siguiente

Conocer mejor a sus competidores directos.

Conocer cómo está la relación entre los clientes y la empresa.

Conocer si el producto o servicio tiene aceptación o no en el mercado existente.

ESTUDIO DE MERCADO

Definición de estudio de mercado

Un estudio de Mercado es una investigación utilizada por diversas ramas de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrenta al momento de realizar sus operaciones.

La investigación de mercado es considerada muy importante ya que es el primer paso que se realiza para la ejecución de un proyecto de factibilidad puesto que esto lo realizamos de un análisis minucioso de lo que comprende el mercado la cual recopilamos información relevante sobre especificaciones y variables del mercado para tener una viabilidad del proyecto.

Objetivos de estudio de mercado

El estudio de Mercado es importante ya que permite conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica que pretende desarrollar con tu proyecto productivo, ya sea la producción de un bien o la presentación de un servicio Como, así como sus especificaciones y el precio que el público está dispuesta a pagar por él.

El estudio de Mercado hace referencia a un análisis completo de los requerimientos del cliente dentro del mercado, esto nos ayuda a garantizar la factibilidad de un proyecto, tomando en cuenta los gustos y preferencias de los posibles clientes.

Etapas de estudio de mercado

Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es una serie de procesos y actividades que permiten agrupar o dividir a los clientes en grupos en función de características y necesidades similares, independientemente de su edad, sexo, raza, nacionalidad, etc. La esencia misma de la segmentación es comprender verdaderamente los gustos de los consumidores y preferencias, así como para entender la aceptación de un producto en particular. Uno de los factores importantes de éxito de una empresa es su capacidad para segmentar el mercado de manera correcta.

Análisis de la demanda

Según (Perez, 2022) la demanda es una descripción de todas las cantidades de un bien o servicio que un comprador estaría dispuesto a comprar a todos los diferentes precios. La demanda también nos ayuda a realizar un estudio en el que permite establecer la capacidad adquisitiva, el tiempo y la cantidad monetaria que los consumidores están dispuestos a realizar con la finalidad de adquirir un bien que llene sus expectativas y satisfacer sus necesidades.

Para cuantificar la demanda es necesario utilizar las fuentes primarias y secundarias. Las primarias hacen referencia a la aplicación de herramientas cómo son la entrevista, la encuesta y observación permitiendo la obtención de datos de primera mano; en cambio las secundarias son tomadas de investigaciones anteriores o entidades gubernamentales.

Análisis de la oferta

Según Pérez & Gardey (2021), “La oferta es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. La oferta es la cantidad del producto y servicio que se encuentra disponible para ser consumido”. La oferta en el análisis que determina la cantidad de un producto o servicio que un productor está dispuesto a ofrecer a los posibles consumidores para satisfacer sus necesidades insatisfechas a los precios que rigen en el mercado, además es el punto de referencia que permite conocer las posibilidades de incursionar en un negocio determinado.

Tipos de Oferta

Demanda insatisfecha

Según Jumbo (2023), “Es la cantidad de un bien o servicio que es probable que consuma el mercado en los próximos años, dado que en realidad predominan las bajas cifras en las que se basan las estimaciones que ningún productor actual podrá satisfacer”.

Una vez obtenido los datos de la oferta y la demanda se puede proyectar la determinación de la demanda insatisfecha con lo cual establece la factibilidad práctica para la creación de una nueva empresa considerando que los factores analizados no varían en gran cantidad que refleje lo contrario en un lapso corto de tiempo.

Análisis de precios

Una de los aspectos más importantes del estudio de mercado es también el análisis de precios. Según Thompson (2022):

El precio es la expresión de valor que tiene un productor servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para alcanzar el conjunto de beneficios que implica tener o usar un bien o servicio.

Esto significa que debemos analizar el precio que buscamos dar al producto ya que debemos basarnos en los precios históricos de productos similares, haciendo posteriormente una relación entre los precios históricos, actuales y proyectados. Esto garantiza que los clientes puedan acceder a nuestro producto y a la vez satisfagan sus necesidades.

Análisis de la comercialización

Según Grapsas (2017), “La plaza es la manera como un bien o servicio llega de una empresa a las manos del consumidor final esto quiere decir que hay que tener un plan de eficiencia para conducir el producto o servicio hasta el cliente”.

En este punto se busca la mejor opción de entrega a los clientes esto lo realizamos mediante la distribución del nuevo producto considerando los aspectos relevantes de un mercado siendo así que se pueda comercializar de manera directa o indirecta.

Canales de distribución

Un canal de distribución es la cadena a través de la cual un fabricante entrega productos a los clientes para su compra. División geográfica entre consumidores y vendedores y la imposibilidad de ubicación de la fábrica frente a los consumidores hacen que la distribución de bienes y servicios lleguen a su lugar de comercialización.

ESTUDIO TÉCNICO

Concepto de estudio técnico

El estudio técnico permite proponer y analizar diferentes opciones tecnológicas para producir bienes y servicios, lo que además facilita verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Mediante este análisis técnico se puede identificar los equipos, la Maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto, por la cual, los costos de inversión y de operación solicitados, así como el capital de trabajo necesario.

En sí, el estudio técnico representa la investigación en ingeniería significa determinar el tamaño óptimo del proyecto, así como el análisis organizativo, administrativo y legal.

Componentes del estudio Técnico

Análisis y determinación de la localización óptima

La ubicación óptima del proyecto es la que ayuda en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, establecer el lugar donde se situará la planta. En la localización del proyecto se detallan dos puntos:

Macro localización (ubicación en el mercado de consumo mercado objetivo; las fuentes de materia prima y la mano de obra disponible)

Micro localización (ubicación en el punto del mercado consumidor, así como, de la materia prima).

Análisis y determinación del tamaño óptimo

Se refiere a capacidad de instalación del proyecto y se expresan en unidades de producción anual. Se interpreta como óptimo cuando los procesos de la empresa se realizan con los menores costos generando una máxima rentabilidad económica.

Proceso de producción

Se define como la forma en que una cadena de insumos se transforma en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, Maquinaria, métodos y procedimientos de operación)

Capacidad de producción

Máxima nivel de producción que puede brindar una estructura económica determinada. La capacidad de producción indica que dimensión debe adoptar la estructura económica (planta de producción), puesto que, si la capacidad de producción es mucho mayor que la producción real, existe un desperdicio de recursos. Lo ideal es que la estructura permite determinar una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción.

Inversiones en equipamiento

Se entiende todas las inversiones que permita la operación normal de la planta establecida por el proyecto. En este caso estamos hablando de Maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos etc.

Localización

La actividad industrial se desarrolla dentro de una planta industrial. La fase de localización busca determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación los diferentes puntos de venta o el mercado de consumidores, puntos de

distribución de materia prima o producto intermedios, la interacción con otras posibles plantas industriales.

Macro Localización

El lugar debe ser elegido según los factores que influyen en el proyecto. Se selecciona la localización determinando indicadores socioeconómicos y características físicas más relevantes, esta selección debe contribuir a minimizar gastos y costos operativos durante el periodo de operación del proyecto.

- Factores a tomar en cuenta:
- Geográficos
- Sociales
- Económicos
- Institucionales

Micro Localización

Se ubica el punto preciso de la planta dentro de la macro-zona donde se ubicará exactamente, influirá aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de las actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Es la selección y delimitación precisa de las áreas en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro-zona.

Para Rubio (2021), “Se deben tener en cuenta varios aspectos importantes, como la ubicación urbana, del tráfico en la ciudad, suburbios o rural, la disponibilidad de servicios, restricciones locales, tamaño de sitio, forma, características topográficas del sitio, condiciones del suelo, etc”.

Proceso de producción

Se conoce como procesos de producción a la acción de transformar la materia prima, recursos o serie de factores en un bien final, ya sea un producto, bien o servicio. Entonces la finalidad de este en una empresa es únicamente la serie de procesos que conforman los departamentos de una empresa para obtener un producto o servicio que logren satisfacer al cliente.

Distribución de planta

La distribución en planta involucra la ordenación física de los elementos industriales, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, las actividades o servicio, incluido el mantenimiento.

Inversión en obras físicas

En relación a las obras físicas, son las inversiones que incluyen la remodelación, construcción, de oficinas, salas, caminos, cercos o estacionamientos.

Para cuantificar dichas inversiones se puede utilizar estimaciones de costos, a nivel de factibilidad la información debe perfeccionarse mediante estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos

ESTUDIO FINANCIERO

Definición de estudio financiero

El estudio financiero engloba de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, este estudio se realiza posterior al estudio técnico, estos datos financieros son de gran utilidad para evaluar la rentabilidad del proyecto. Comprende el monto de los recursos necesarios previos a la puesta en marcha del proyecto, así como el costo total que requiere el proyecto en su periodo de operación.

Conformación de estudio financiero

Dentro del estudio financiero se abarcará el monto de los recursos económicos que son fundamentales en la empresa esto implica la realización del proyecto previo al costo total que se requiere dentro de la empresa para cumplir el proyecto.

Inversión inicial

Según Martínez (2022), “La inversión inicial es el dinero que se utiliza para cubrir los costos del negocio, que pueden incluir la compra o arrendamiento de edificios y locales, suministros, equipos y contratación del personal donde la empresa iniciará sus operaciones”.

Inversión fija

Se conoce como aquello que permanece inmovilizada durante la operación de la empresa, se considera como los bienes tangibles, que son adquiridos al inicio del proyecto por única vez. Estos activos tienen una vida a largo plazo y están sujetos a depreciación y obsolescencia que impone la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Inversión diferida

Son aquellos que se efectúan en el periodo previo a la operación de la planta, los gastos y cargos diferidos, se recupera a largo plazo, difiriéndose anualmente a los gastos de operación, por la cual se amortizan de acuerdo a la Ley del Impuesto Sobre la Renta. Se incluyen gastos por: constitución de la empresa, capacitación del personal, explotación de patentes y marcas, instalación y montaje de equipos de planta, puesta en marcha de la planta, realización del estudio de inversión y planos correspondientes.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de recursos financieros que una empresa necesita para operar su negocio normalmente. El dinero disponible en este fondo es necesario para realizar todas las operaciones de la empresa, principalmente cuando el proceso o las operaciones de la empresa se interrumpen o retrase y la cantidad efectiva designado para cada departamento no pueda cubrir este costo necesario.

Presupuesto de costos

Costos fijos: Son aquellos costos que debemos pagar de manera obligatoria, estos costos tienen la particularidad de mantenerse estables durante un periodo de tiempo, independientemente del volumen de producción.

Costos Variables: Son aquellos costos que varían según la cantidad de producción, por ende, es muy importante tomar en cuenta para obtener el valor del producto que se va a comercializar.

Estados financieros: es un archivo que identifica los activos, pasivos, ingresos y gastos, su finalidad es dar a conocer la situación económica de la organización en un periodo determinado en el que sirve para proteger los intereses de una empresa en particular y comenzar a tomar las decisiones correctas.

Definición de estados financieros

Según Industriales Escuela de Negocios (2019),” los estados financieros son documentos que recogen todas las operaciones de las empresas durante un período determinado, son operaciones comunes en el día a día de una empresa”.

Estados de Pérdidas y Ganancias: Contiene los conceptos relacionados con los ingresos y gastos del periodo de la empresa, plasma la utilidad o pérdida generada en el proceso de operación de la empresa.

Estado de Situación Financiera: Es un documento o informe el cual refleja la salud o situación financiera de una empresa durante la operación de la misma, son importantes para el diagnóstico patrimonial económico de la empresa.

Estado de Flujo de Efectivo: Esta información es útil ya que suministra a los estados financieros las bases para evaluar la capacidad de la entidad que tiene para generar efectivo y equivalente al efectivo, el cual permite desarrollar modelos para evaluar y comparar el presente flujo con diferentes entidades.

Rentabilidad: Plasma la operación financiera que la empresa crea pertinente para la toma de decisiones, es el beneficio que se obtiene de una inversión, viene a estar medida de las ganancias o pérdidas alcanzadas sobre la cantidad invertida.

Depreciación

En términos financieros la depreciación se considera como un costo o gasto en el cual incide una empresa por el uso de sus activos fijos tales como, edificios, vehículos, Maquinaria, entre otros. La depreciación es utilizada como procedimiento para reducir el valor de dicha inversión haciendo cargos que se muestran en los estados de resultados a través del tiempo. (Váquiro, 2009)

Amortización

Según Truyols (2010), "La amortización consiste en una representación contables de las pérdidas de valor que experimentan los activos fijos por agotamiento o depreciación".

Amortización de capital. El cual será el pago anual de extinción de una deuda contraída mediante un préstamo obtenido.

Amortización de activos. Es la recuperación del valor invertido en los activos fijos a través de cuotas anuales.

Flujo de caja

Es un instrumento de evaluación organizacional y financiera, planificado del cual tener ingresos y para qué ser designado, plazo, es decir, es oferta monetaria, independiente y disponible en todos los recursos que crea la organización en el tiempo especificado y al lugar especificado.

EVALUACIÓN FINANCIERO

Métodos para evaluar proyectos

Tasa mínima aceptable de rentabilidad (TMAR)

Llamada tasa de descuento. Para crear la empresa se debe realizar una inversión inicial. Según Lifeder (2019) “El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: de inversionistas, de éstos con empresas, de inversionistas y bancos o de una mezcla de inversionistas, empresas y bancos”. Cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital de aporte y la nueva empresa formada tendrá un costo de capital propio.

Una persona antes de invertir siempre necesita tener en mente una tasa de ganancia por la inversión realizada, esta es conocida como tasa mínima aceptable de rendimiento.

$TMAR = \text{Índice inflacionario} + \text{Premio al riesgo}$

Valor actual neto (VAN)

Consiste en actualizar a valor actual presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados de un tipo de interés (tasa de descuento), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Se maneja la tasa de descuento del 14.25%

$$\text{VAN} = -A + \frac{\text{FC}^1}{(1+r)^1} + \frac{\text{FC}^2}{(1+r)^2} + \frac{\text{FC}^3}{(1+r)^3} + \frac{\text{FC}^4}{(1+r)^4} + \frac{\text{FC}^5}{(1+r)^5}$$

A: Inversión Inicial

FC Flujos de caja

N Número de años

r Tipo de interés (tasa de descuento)

$1/(1+r)^n$: Factor de descuento para ese tipo de interés y es el número de año

FC d: Flujos de caja Descontados

A = Inversión Inicial + Capital de Trabajo

Si VAN es mayor que 0, el proyecto es rentable

Si VAN es menor que 0, el proyecto no es rentable

La tasa interna de rendimiento (TIR)

La tasa de descuento es igual al VAN a cero. A esto se le llama tasa interna de retorno porque supone que todo el dinero ganado año tras año se reinvierte. Es decir, es el rendimiento que se genera íntegramente dentro de la empresa a través de la reinversión.

Comprobar plagio

Si $TIR >$ es mayor a la tasa de descuento (r) = El proyecto es factible

Si $TIR <$ es menor a la tasa de descuento (r) = El proyecto no es factible

Para el proyecto la TIR calculada es de 12.42%.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión PRI es uno de los métodos que se puede utilizar para evaluar los proyectos de inversión en el corto plazo. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo puesto que permite anticipar los sucesos en el corto plazo.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

La importancia del estudio de mercado está basada en la recolección y análisis de información de los posibles consumidores a los que se dirige una entidad, en el mercado. Generalmente se puede determinar que todo negocio empieza por la primera etapa con la investigación primaria la cual identifica los posibles clientes, así como la segmentación de mercado al cual se pretende llegar a satisfacer mediante un producto o servicio.

Objetivo del estudio de mercado

Objetivos

- Analizar algunas variables del mercado para poder desarrollar el plan de negocio para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló
- Determinar la demanda y la oferta potencial del producto

Proceso Metodológico de Investigación

Definir el problema

San Agustín de Callo es un barrio en el cual existe gran cantidad de producción de animales destinado al consumo, así como la producción de alimentos de primera necesidad como la leche los cuales pasan a manos de grandes empresarios a precios sumamente bajos, estos empresarios procesan esta materia prima llevando el producto final al consumidor a precios significativos, por tanto, el gran volumen de producción de la zona está siendo desaprovechada por la falta de recursos tanto financieros, tecnológicos y humanos.

Tomando en cuenta estos factores se ha identificado posibles consecuencias que está afectando a los moradores del barrio, entre los cuales encontramos: bajo desarrollo comercial y económica del lugar, el desaprovechamiento de la materia prima, falta de desarrollo económico en el núcleo familiar del barrio, disminución de la producción de leche, disminución de las fuentes de trabajo, por la falta del mismo la emigración de personas.

Posibles soluciones

En vista que la problemática se debe al no aprovechamiento de los recursos existentes en el barrio se ve la necesidad de crear una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo, parroquia Mulaló, Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, con la única finalidad de aprovechar al máximo la materia prima del sector, de esta manera se busca retribuir a la sociedad tratando de generar el desarrollo de la zona, oportunidad de empleo y desarrollo personal en la zona, ya que el aprendizaje que la Universidad genera con el fin de formar ciudadanos responsables, solidarios ante los problemas sociales.

Justificación

El presente proyecto tiene como objetivo crear una empresa productora de lácteos en la comunidad de San Agustín de Callo, Parroquia Mulaló, Latacunga, y aumentar los ingresos de sus pobladores. Además, se puede decir que el desarrollo del negocio lácteo puede generar una fuente de empleo que evite la migración o emigración de jóvenes en esta comunidad, apoyando así el desarrollo económico del sector gracias a los conocimientos adquiridos. Universidad Técnica de Cotopaxi.

La creación de la empresa de productos lácteos es con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los moradores del sector, la misma que será recolectada directamente por parte de la empresa con el fin de transformar la materia prima a productos terminados con los más altos estándares de calidad, pagando a los productores a un precio justo de la leche, ya que en la actualidad los intermediarios no pagan el precio justo de \$45 ctvs. A los productores de leche por tal razón tienden a tener una economía baja la cual no cubre un gran porcentaje a la canasta básica familiar. Nuestros productos serán realizados para satisfacer las necesidades de la población de Latacunga.

Tipo de investigación

Para el desarrollo de este trabajo aplicaremos el enfoque cuantitativo, el cual el cuantitativo nos ayuda mediante las encuestas a realizar una tabulación de datos para obtener los resultados deseados.

Fuentes de información

Fuentes primarias

Para el presente proyecto existió la necesidad de tomar como fuente primaria la encuesta, la cual ayudó a la recolección de todos los datos necesarios para saber cuál

va a ser nuestro nicho de mercado, conocer el nivel de aceptación que tendrá la empresa de productos lácteos en el cantón Latacunga zona urbana.

Fuentes secundarias

La fuente secundaria fue obtenida de fuentes bibliográficas, internet y otros medios de consulta.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Latacunga, fuente utilizada para conocer la población y mercado meta.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP), esta fuente permitió conocer la cantidad de producción de leche en Cotopaxi, Mulaló.

Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), fuente utilizada para conocer conceptos y normas de calidad para los productos de la empresa Láctea.

Páginas Web

Métodos

Deductivo

Mediante este tipo de estudio se dedujo posteriormente los resultados al elaborar el proyecto a través de las encuestas utilizados como instrumento para su realización.

Ya que nos permitió conocer de lo general a lo particular.

Técnicas

Las técnicas más importantes que utilizamos en el proyecto son: la encuesta y la observación las cuales fueron indispensable para el análisis de nuestro nicho de mercado.

Encuesta

Este instrumento fue imprescindible ya que permitió conocer la información pertinente y verdadera de la demanda que existe en el sector, así como los demás síntomas que tiene esta localidad.

En este estudio, nuestro proyecto utilizará una herramienta de cuestionario que nos permitirá obtener información más verificable sobre la aceptación de la empresa en las tiendas de la ciudad de Latacunga., la encuesta para el presente proyecto se detalla en los Anexos.

Instrumento

El instrumento que se tomó en cuenta para este proyecto es la encuesta, la misma que se desarrolló ajustándole a las necesidades que requerimos obtener para el proyecto establecido.

Población o Universo

La población que se tomó como referencia para la investigación corresponderá a los comercios del Cantón Latacunga los mismos que están distribuidos por diferentes parroquias que se muestra a continuación.

Distribución poblacional

Tabla N° 1
Distribución poblacional

PARROQUIAS	TIENDAS O COMERCIOS	PORCENTAJE
La Matriz	300	30%
Eloy Alfaro	250	25%
Ignacio Flores	100	10%
San Buenaventura	250	25%
Juan Montalvo	100	10%
TOTAL	1000	100%

Nota: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). *Elaborado por:* Grupo de investigadoras

En el Cantón Latacunga existen 1000 comercios que se dedican a la comercialización de alimentos y bebidas las cuales están distribuidas en la parroquia La Matriz cuenta con 300 comercios, Eloy Alfaro 250 comercios, Ignacio Flores 100 comercios, San Buenaventura 250 y Juan Montalvo 100 los mismos que serán nuestro mercado meta.

Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 PQ.N}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Significado de los literales de la formula

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (95%) (1,96)

P= probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q= probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

N= universo (se toma en cuenta el numero de comercios de venta al por menor en alimentos y bebidas)

e= nivel de error (5%)

Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 PQ.N}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

DATOS

Z= 95% (1,96)

PQ= 0,5

N=1000

E= 0,5

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(1000)}{(1,96)(0,5)(0,5) + (1000)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{968}{3,4604}$$

$$n = 280$$

Después del realizar el cálculo de la muestra se pretende encuestar a 280 comercios o tiendas del sector urbano del Cantón Latacunga para poder realizar nuestro estudio de mercado.

En la siguiente tabla, se detalla la distribución de la población de acuerdo a las parroquias que pertenece al Cantón Latacunga, lo cual nos permiten conocer cuántas encuestas se va aplicar en cada una de ellas.

Distribución de encuestas a realizar

Tabla N° 2
Distribución de encuestas

PARROQUIAS	TIENDAS O COMERCIOS	PORCENTAJE
La Matriz	84	30%
Eloy Alfaro	70	25%
Ignacio Flores	28	10%
San Buenaventura	70	25%
Juan Montalvo	28	10%
TOTAL	280	100%

Nota: Elaborado por grupo de investigadoras

Mercado meta

Se identifica el mercado objetivo analizando los cambios geográficos y demográficos. Desde el punto de vista geográfico, el mercado objetivo se ubica en la zona urbana de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, y en cuanto a las variables se consideran nivel de ingreso, número de tiendas o comercios para la venta de lácteos. Para identificar el mercado meta se procede a realizar un estudio de lo general a lo particular.

Tabla N° 3
Tiendas o comercios según parroquias

PARROQUIAS	TIENDAS O COMERCIOS	PORCENTAJE
La Matriz	300	30%
Eloy Alfaro	250	25%
Ignacio Flores	100	10%
San	250	25%
Buenaventura		
Juan Montalvo	100	10%
TOTAL	1000	100%

Nota: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Latacunga. *Elaborado por:* Grupo de investigadoras

Luego de hallar el mercado meta se tomó en cuenta las tiendas o comercios del cantón Latacunga que llega a hacer las cinco parroquias.

TABULACIÓN/ ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

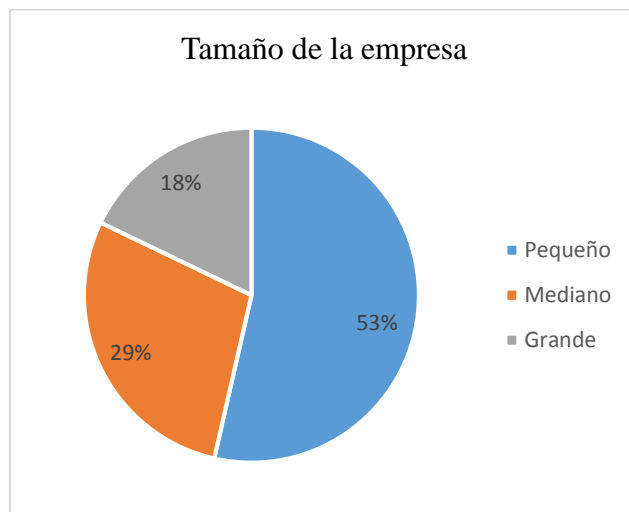
1. ¿Cuál es el tamaño de la empresa?

Tabla N° 4
Tamaño de la empresa

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Pequeño (1 a 4 empleados)	150	53%
Mediano (5 a 10 empleados)	80	29%
Grande (11 a 15 empleados)	50	18%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 1
Tamaño de la empresa



Nota: Realizado por grupos de investigadoras **Fuente:** Datos de la encuesta realizada

Análisis:

El 53% de las personas encuestadas manifestaron que el tamaño de la empresa que tiene establecida es pequeño porque se encuentran laborando de 1 a 4 empleados, mientras que el 29% especificaron que su empresa es mediana porque tienen de 5 a 10 empleados en su función y finalmente el 18% de encuestados asignaron que su empresa es grande porque tienen más de 10 empleados. Las principales empresas que se dirigen a cualquier labor por lo general son pequeñas empresas debido a que el capital necesario para desarrollar sus actividades es mínimo, al igual que la cantidad de sus colaboradores.

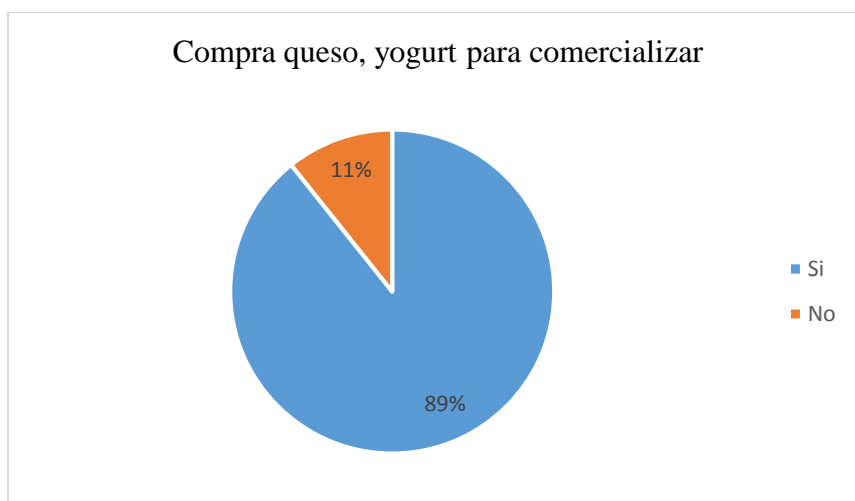
2. ¿Compra queso y yogurt para comercializar?

Tabla N° 5
Compra queso y yogurt para comercializar

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	89%
No	30	11%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 2
Compra queso y yogurt



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Según los comercios encuestados el 89% establecieron que generalmente si compran productos lácteos como el queso y yogurt para su respectiva comercialización a varios sectores, mientras que el 11% manifiesta que no, debido a que adquieren el producto para consumo personal y familiar.

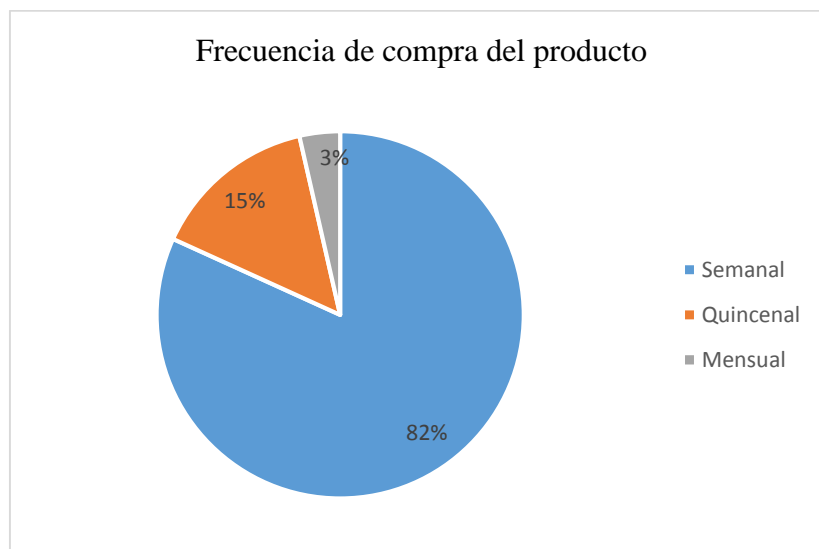
3. ¿Con qué frecuencia compra estos productos?

Tabla N° 6
Frecuencia de compra del producto

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	229	82%
Quincenal	41	15%
Mensual	10	3%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 3
Compra queso y yogurt



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Se puede determinar que el 82% de los comercios realizan la compra de productos lácteos semanalmente, el 15% lo realiza quincenalmente y mientras que el 3% mensualmente.

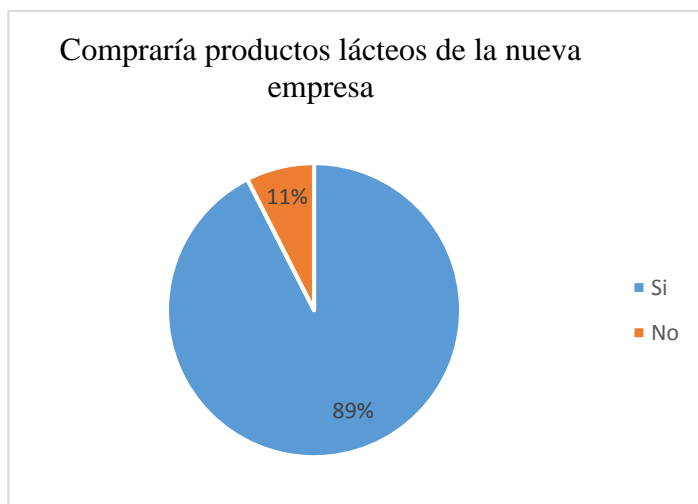
4. ¿Si se creara una empresa láctea en la parroquia Mulaló, Barrio San Agustín de Callo compraría sus productos?

Tabla N° 7
Compraría productos lácteos

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	89%
No	30	11%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 4
Compraría productos lácteos



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

De acuerdo a las encuestas aplicadas, el 89% manifestaron que compraría productos lácteos de la nueva empresa para su comercialización en la ciudad de Latacunga y el 11% no lo adquiriera por falta de confianza para la empresa.

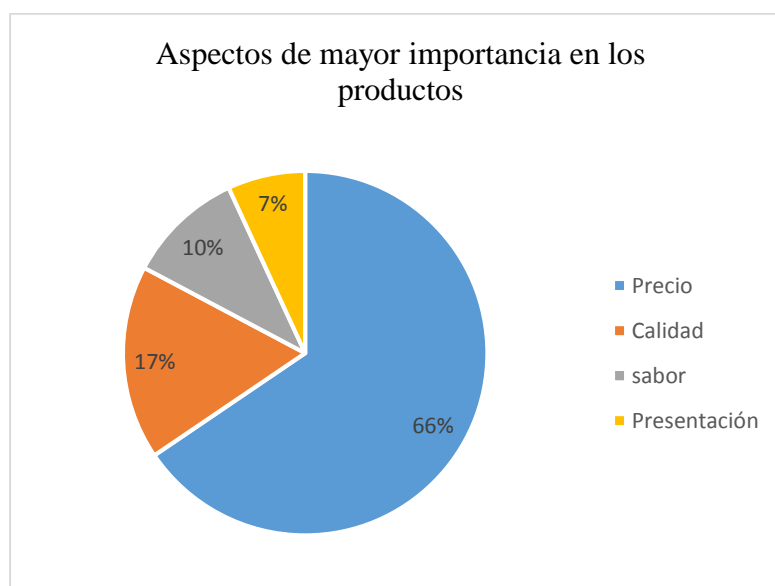
5. ¿Cuál es el aspecto que mayormente le interesaría de los productos?

Tabla N° 8
Aspectos de mayor importancia en los productos

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Precio	190	66% %
Calidad	50	17%
sabor	30	10%
Presentación	20	7%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras **Fuente:** Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 4
Aspectos de mayor importancia en los productos



Nota: Realizado por grupos de investigadoras **Fuente:** Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Tal como se muestra en la tabla, en base a las encuestas aplicadas, el 66% manifestaron que el precio es el índice para comprar el producto, seguido del 17% que designaron que compra el producto según su calidad, seguido el 10% que da a conocer el sabor

para su compra y finalmente el 7% supieron manifestar que lo apetecible del producto al momento de comprar es la presentación.

Los clientes al momento de comprar un producto toman en consideración varios aspectos como es la calidad, precio, sabor, y presentación, porque los productos obtenidos son para consumo diario.

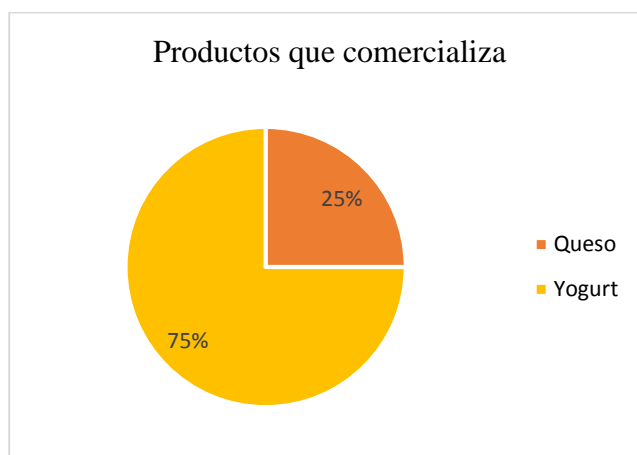
6. ¿Usted cuál de los productos comercializa más?

Tabla N° 9
Comercialización de los productos

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Queso	70	25%
Yogurt	210	75%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 5
Comercialización de los productos



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Se da a conocer que el 25% de las tiendas comerciales de Latacunga comercializan el queso y mientras que el 75 % lo realiza del yogurt.

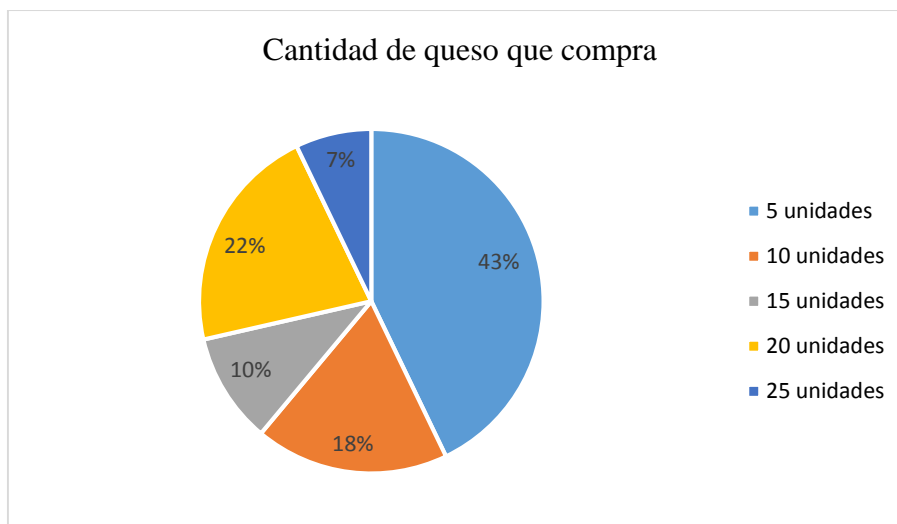
7. ¿Qué cantidad de queso compra usted a la semana?

Tabla N° 10
Cantidad de queso que compra

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
5 unidades	120	43%
10 unidades	51	18%
15 unidades	29	10%
20 unidades	60	22%
25 unidades	20	7%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 6
Cantidad de queso que compra



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

La tabla muestra que el 43% de las tiendas comerciales adquieren 5 unidades de queso a la semana y el 7 % adquieren 25 unidades a la semana.

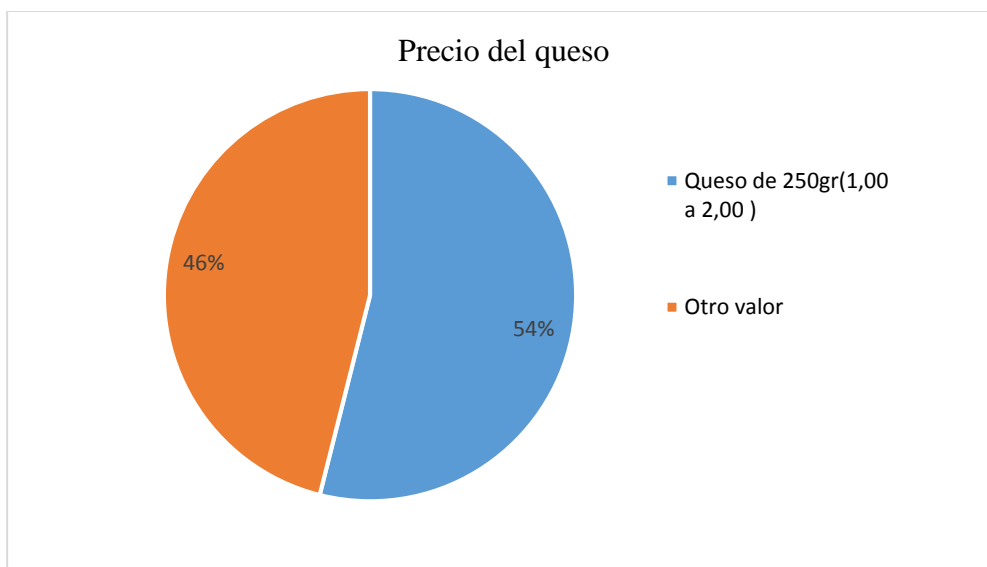
8. ¿Cuál es el precio a pagar por el queso?

Tabla N° 11
Precio del queso

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Queso de 250gr(1,00 a 2,00)	151	91%
Otro valor	129	6%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras **Fuente:** Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 7
Precio del queso de 250gr.



Nota: Realizado por grupos de investigadoras **Fuente:** Datos de la encuesta realizada

Análisis:

En las encuestas aplicadas, el 91% están de acuerdo a pagar de 1,50 a 2,00 dólares por el queso de 250gr, mientras que el 6% prefiere pagar otro valor. El precio varía dependiendo de la calidad y presentación del producto.

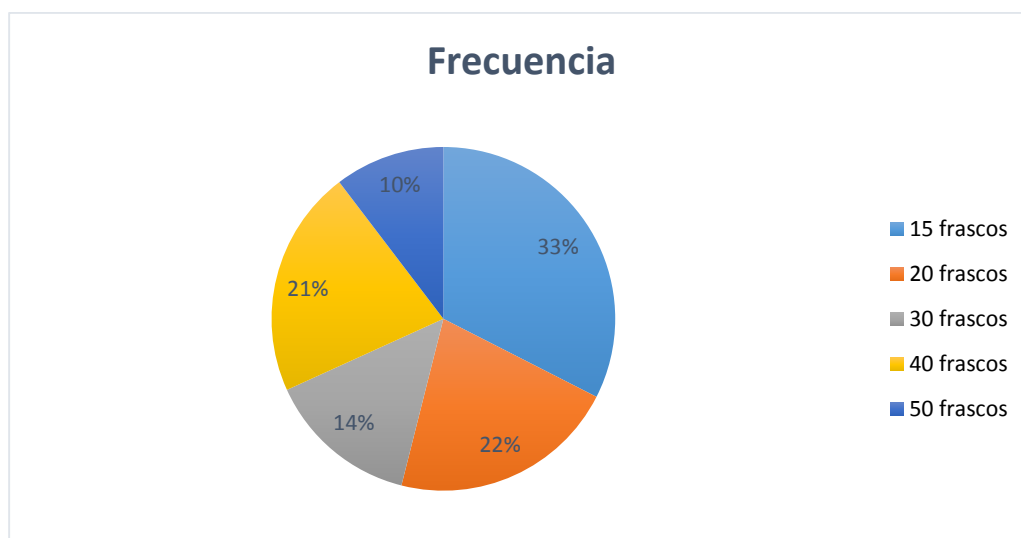
9. ¿Qué cantidad de yogurt usted compra a la semana?

Tabla N° 12
Cantidad de yogurt que compra a la semana

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
15 frascos	91	33%
20 frascos	60	22%
30 frascos	40	14%
40 frascos	60	21%
50 frascos	29	10%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 8
Cantidad de yogurt que compra a la semana



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Se da a conocer que el 33% de los comercios adquieren 15 yogures a la semana, el 22% adquieren 20 frascos, el 21% adquiere 40 frascos, el 14 % adquiere 30 frascos mientras que el 10% solo adquiere 50 frascos.

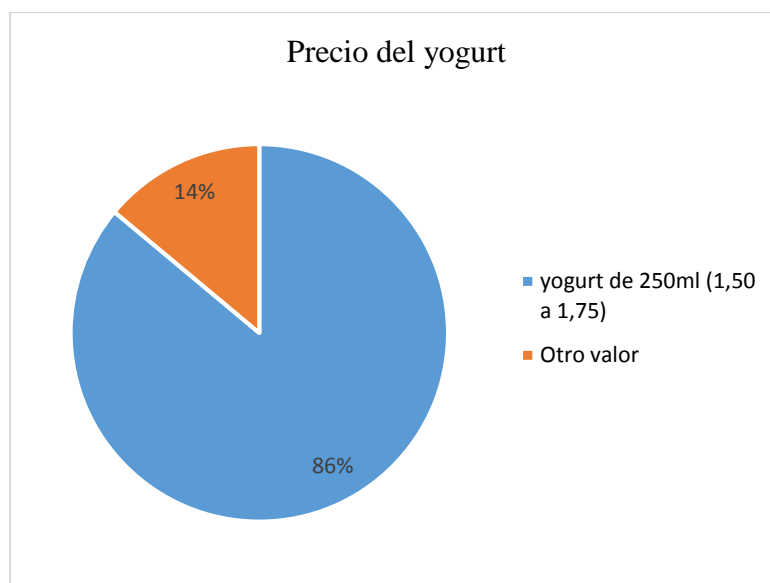
10. ¿Cuál es el precio a pagar por el yogurt?

Tabla N° 13
Precio cancelado por el producto

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Yogurt de 250ml (1,50 a 1,75)	241	86%
Otro valor	39	14%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 9
Precio cancelado por el producto



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Se da a conocer que el 86% de los comercios están dispuestos a pagar por el yogurt de 1,50 a 1,75, mientras que el 14% están dispuestos a pagar otro valor.

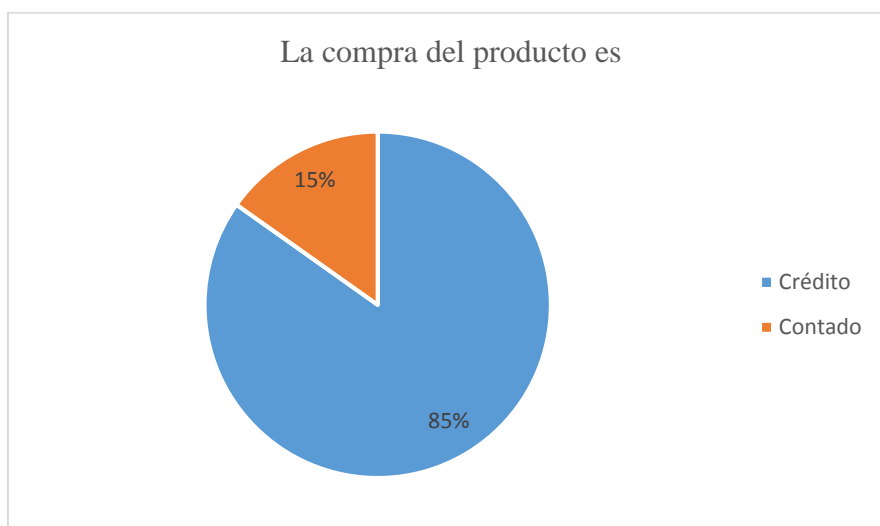
11. ¿La compra del producto es?

Tabla N° 14
Tipo de compra del producto

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Crédito	229	85%
Contado	41	15%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 10
Tipo de compra del producto



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Según las encuestas realizadas se observa notoriamente que el 85% pagaría los productos por crédito, mientras que el 15% pagaría al contado. La forma de pago también depende de la cantidad o volumen de productos que se adquiera.

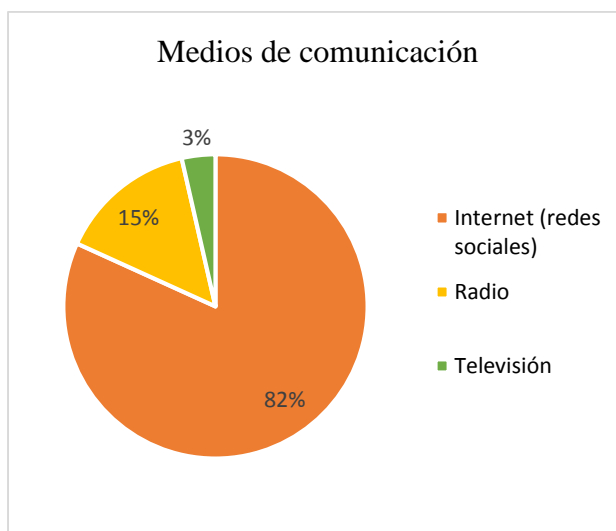
12. ¿Cuál es el medio que prefiere para que se conozca la empresa y sus productos?

Tabla N° 15
Medios de comunicación

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Internet (redes sociales)	229	82%
Radio	41	15%
Televisión	10	3%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras **Fuente:** Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 11
Medios de comunicación



Nota: Realizado por grupos de investigadoras **Fuente:** Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Según los resultados se tiene que el 82% prefiere que la empresa se dé a conocer en el mercado por internet (redes sociales), mientras que el 11% manifiesta que la empresa debería darse a conocer mediante Radio y el 7% asegura que la empresa debería darse a conocer mediante Televisión. Estos resultados tienen mayor aceptación en periódicos ya que nuestro segmento de mercado está entre personas adultas.

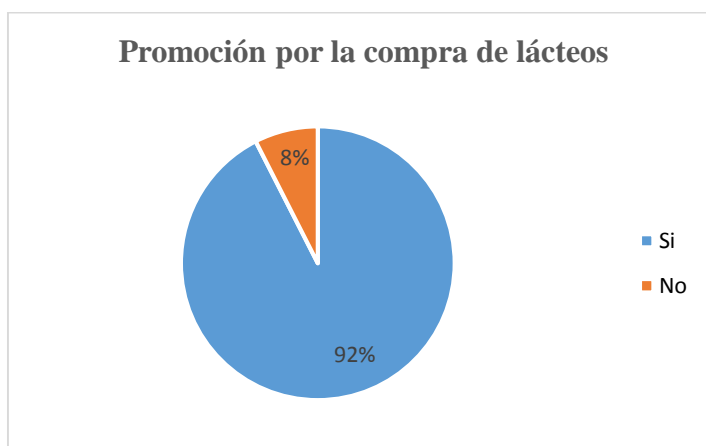
13. ¿Usted considera que la empresa tendrá crecimiento comercial si utiliza publicidad de forma permanente?

Tabla N° 16
Promoción por la compra de lácteos

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	259	92%
No	21	8%
Total	280	100%

Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Ilustración N° 12
Promoción por la compra de lácteos



Nota: Realizado por grupos de investigadoras *Fuente:* Datos de la encuesta realizada

Análisis:

Según las encuestas realizadas, los resultados obtenidos arrojaron que el 92% de los encuestados manifiesta que la empresa si tendrá crecimiento comercial si utiliza publicidad de forma permanente, mientras que el 8% dice que la empresa no tendrá crecimiento comercial si utiliza publicidad de forma permanente.

Estudio de demanda

Un mercado meta es aquel segmento de mercado que una empresa decide cubrir para satisfacer sus necesidades, con la finalidad de conseguir una determinada utilidad o beneficios

Demanda actual

Una vez que realizada la investigación de campo y la respectiva tabulación de resultados se ha determinado que los comerciantes compran productos lácteos (queso y yogurt) para comercializar el 89% siendo la frecuencia de compra semanal (82%) lo cual en los quesos tenemos en una cantidad de 5 unidades a la semana o el (43%) y en el yogurt en una cantidad de 15 frascos o el (33%), estos datos son tomados de los resultados de las encuestas aplicadas.

Tabla N° 17
Demanda Actual del Queso

Mercado Meta	% Aceptación	Población Consumidora	Percapita Consumo (Unidades)	Demanda Actual (Unidades)
1000	89%	890	240	240000

Tabla N° 18
Demanda actual del yogurt

Mercado Meta	% Aceptación	Población Consumidora	Percapita Consumo (Unidades)	Demanda Actual (Unidades)
1000	89%	890	720	720000

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de la encuesta realizada

Al efectuar los cálculos correspondientes se ha obtenido que el total de consumo de productos lácteos que el mercado meta demanda es de 240000 unidades de queso al año y 720000 unidades de yogurt al año, esto quiere decir que existe una demanda aceptable para lo cual hace pensar que es factible la creación de la nueva empresa.

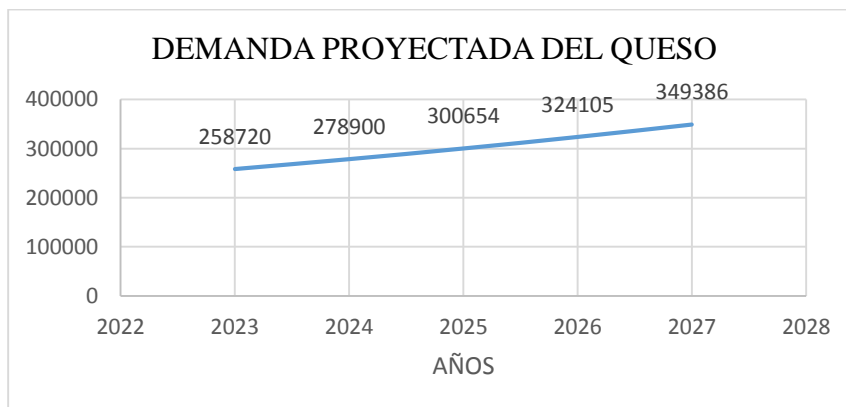
Demanda proyectada

Para realizar la demanda proyectada se tomó en cuenta el crecimiento comercial la cual nos indica que es el 7,8% anual según datos del Banco Central del Ecuador. De tal manera que se puede notar el incremento o reducción que esta demanda puede tener como se alcanza a ver en el cuadro, con un incremento gradual de la demanda del queso y yogurt desde el año 2023.

Tabla N° 19
Demanda proyectada del queso

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2023	258720
2024	278900
2025	300654
2026	324105
2027	349386

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de la encuesta realizada

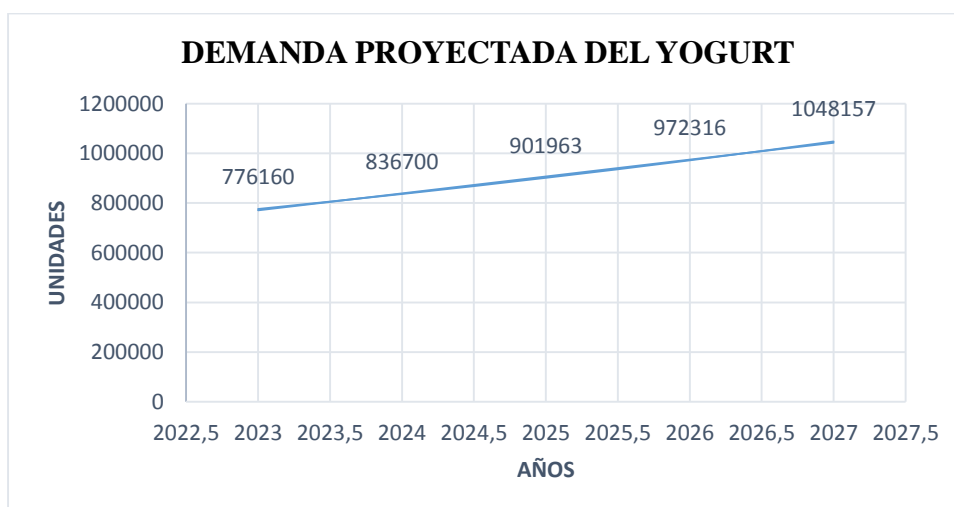
Ilustración N° 13*Demanda proyectada del queso*

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de la encuesta realizada

Tabla N° 20*Demanda proyectada del yogurt*

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2023	776160
2024	836700
2025	901963
2026	972316
2027	1048157

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de la encuesta realizada

Ilustración N° 14*Demanda proyectada del yogurt*

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de la encuesta realiza

Demanda proyectada de los productos lácteos

Tabla N° 21
Demanda proyectada de los productos lácteos

DEMANDA PROYECTADA DE LACTEOS					
PRODUCTOS	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
QUESO	258720	278900	300654	324105	349386
YOGURT	776160	836700	901963	972316	1048157
TOTAL	1034880	1115600,64	1202617,49	1296421,65	1397542,54

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

La demanda de los productos lácteos nos permitió determinar el correcto análisis de las proyecciones. Las cuales el 25% de la demanda proyectada es del queso y el 75% que sobra es del yogurt.

Análisis de la Demanda

En las tablas anteriores se puede observar que la demanda obtenida tiene un crecimiento, esto se debe a que los establecimientos que se dedican al comercio de alimentos y bebidas aumentaran con el pasar de los años, por lo cual también abra un incremento en las compras de los productos antes mencionados.

Estudio de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los ofertantes están dispuestos a llevar al mercado que se intercambia libremente a cambio de un precio que los demandantes estén dispuestos a cubrir

Numero de ofertantes en el mercado

Para desarrollar la presente investigación es necesario conocer cuántas empresas ofertan productos lácteos en el mercado local, es decir en el Cantón Latacunga, con el

motivo de dar a conocer las características de los productos, para en base a eso mejorar y sacar al mercado un producto que satisfaga las necesidades del consumidor.

Tabla N° 22
Numero de ofertantes

Nombre de la empresa	Provincia	Ubicación	Productos que ofertan
Avelina	Tanicuchi	Latacunga	<ul style="list-style-type: none"> • Leche • Avena • Yogurt • Mantequilla • Queso crema
El salado	Lasso	Latacunga	<ul style="list-style-type: none"> • Leche entera • Yogurt • Mantequilla • Queso
Elvita	La Laguna	Latacunga	<ul style="list-style-type: none"> • Leche • Queso • Crema de leche • Mantequilla • Dulce de leche
El Ángel	Machachi	Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> • Leche • Avena • Yogurt • Mantequilla • Queso crema
Santa rosa	Quito	Pichincha	<ul style="list-style-type: none"> • Leche • Queso • Crema de leche • Mantequilla • Dulce de leche
TOTAL 5 EMPRESAS			

Nota: Datos tomados de la encuesta realizada

Cabe recalcar que en el Cantón Latacunga la colectividad prefiere adquirir productos lácteos como el queso y el yogurt provenientes de los pequeños productores, sin desmerecer la existencia de empresas que brindan sus productos.

Oferta actual

Para la actual investigación relaciona a la localidad de la provincia de Cotopaxi, por lo tanto, se ha considerado necesario tomar en cuenta los datos de la producción anual de las empresas antes mencionadas ya que vendrían a ser una competencia para la nueva empresa.

Tabla N° 23
Oferta del queso

OFERTA DEL QUESO		
NOMBRE DE LA EMPRESA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL (UNIDADES)
AVELINA	3456	41472
EL SALADO	8234	98808
ELVITA	4356	52272
EL ANGEL	2500	30000
SANTA ROSA	1245	14940
TOTAL		237492

Nota: Datos tomados de la encuesta realizada

Tabla N° 24
Oferta del yogurt

OFERTA DEL YOGURT		
NOMBRE DE LA EMPRESA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL (UNIDADES)
AVELINA	2333	27996
EL SALADO	1667	20004
ELVITA	2750	33000
EL ANGEL	2500	30000
SANTA ROSA	2500	30000
TOTAL		141000

Nota: Datos tomados de la encuesta realizada

La cantidad que se oferta en el Cantón Latacunga de productos lácteos es de 378492 unidades las cuales están divididas el queso pose una oferta de **237492** unidades al año mientras que el yogurt **141000** unidades al año.

Oferta proyectada

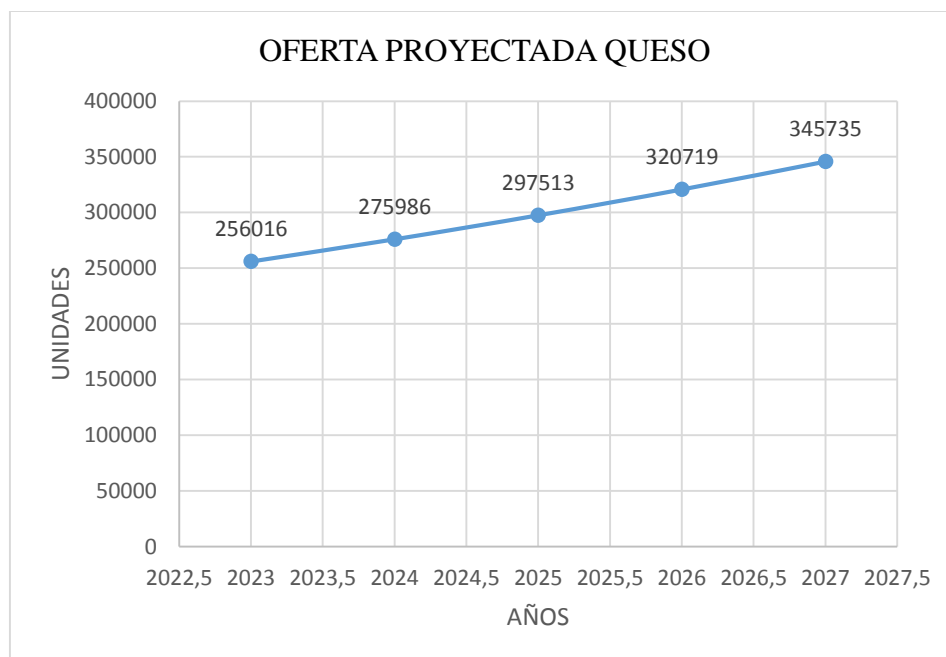
Constituye en determinar cuál es la cantidad de producto a ofertarse en los años que tendrán vida el proyecto relacionado con la producción de los productos lácteos.

Tabla N° 25
Oferta proyectada del queso

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2023	256016
2024	275986
2025	297513
2026	320719
2027	345735

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Ilustración N° 15
Oferta proyectada del queso



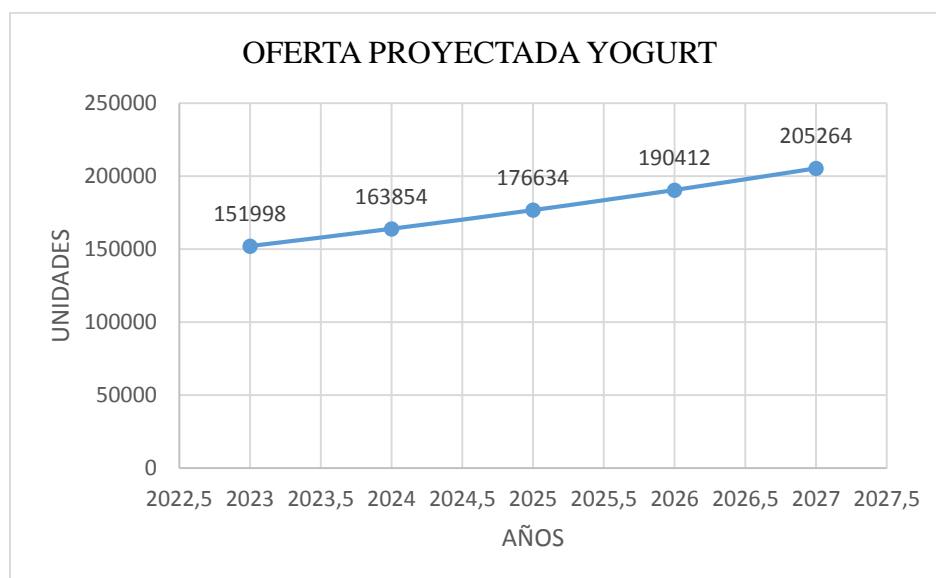
Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Tabla N° 26
Oferta proyectada del yogurt

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2023	151998
2024	163854
2025	176634
2026	190412
2027	205264

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de la encuesta realizada

Ilustración N° 16
Oferta proyectada del yogurt



Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Tabla N° 27
Oferta proyectada de productos lácteos

PRODUCTOS	OFERTA PROYECTADA DE LACTEOS				
	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
QUESO	256016	275986	297513	320719	345735
YOGURT	151998	163854	176634	190412	205264
TOTAL	408014	439839	474147	511130	550999

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

La oferta de los productos lácteos nos permitió determinar el correcto análisis de las proyecciones. Las cuales el 25% de la oferta proyectada es del queso y el 75% es del yogurt.

Determinación de la Demanda Potencial Insatisfecha

Para determinar la posible demanda insatisfecha es necesario considerar los datos de la oferta y la demanda que se proyectaron con anterioridad, realizando operación matemática. Al obtener una posible demanda insatisfecha se puede traducir en que el proyecto que se está desarrollando es factible, contribuyendo así con la expectativa gestores del mismo.

Tabla N° 28

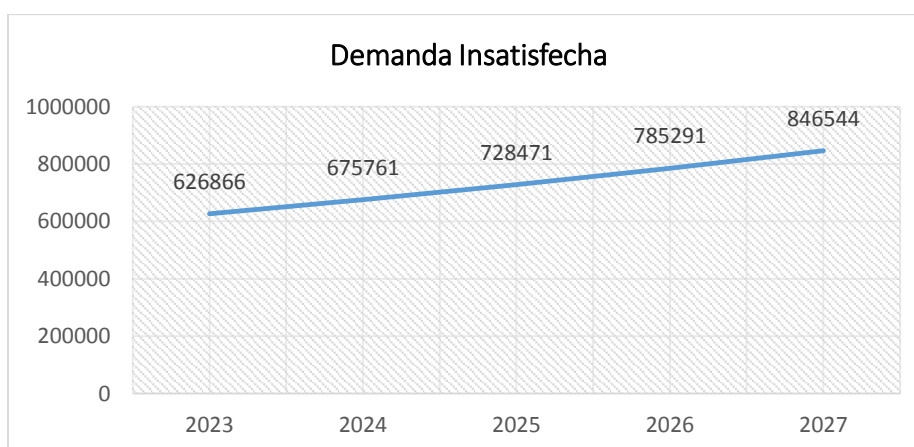
Demanda Insatisfecha de los productos Lácteos

PRODUCTOS	DEMANDA INSATISFECHA				
	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
QUESO	2704	2915	3142	3387	3651
YOGURT	624162	672847	725329	781904	842893
TOTAL LACTEA	626866	675761	728471	785291	846544

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Ilustración N° 17

Demanda Actual Insatisfecha de productos lácteos



Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Mediante la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada se pudo establecer que el mercado de los productos lácteos correspondiente al Cantón Latacunga, no cubre las necesidades de los consumidores de estos productos, es así, que se ha obtenido un resultado favorable para continuar con el desarrollo del proyecto.

Mercado objetivo

Para el cálculo del mercado objetivo se tuvo en cuenta la oferta y la demanda, y se infirió la demanda insatisfecha, lo que permitió conocer el valor real del mercado, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla N° 29
Oferta estimada de los lácteos

AÑO	Demanda Insatisfecha	Participación en el mercado	Oferta estimada
2023	626866	20%	125373
2024	675761	22%	148667
2025	728471	24%	174833
2026	785291	26%	204176
2027	846544	28%	237032

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

En las siguientes tablas se muestra la distribución de la oferta estimada para el queso que es el 25% y para el yogurt que es el 75%.

Tabla N° 30
Oferta estimada del queso

OFERTA ESTIMADA DEL QUESO		
Año	Demanda proyectada	Oferta estimada anual
1	258720	31343
2	278900	37167
3	300654	43708
4	324105	51044
5	349386	59258

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Tabla N° 31
Oferta estimada del yogurt

OFERTA ESTIMADA DEL YOGURT		
Año	Demanda proyectada	Oferta estimada anual
1	776160	94030
2	836700	111501
3	901963	131125
4	972316	153132
5	1048157	177774

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Precios actuales

Es el valor monetario que en la actualidad cuesta determinado bien o servicios, y los precios que rigen en el mercado.

Precios proyectados

Los precios proyectados son el valor monetario que la empresa está dispuestos a ofrecer sus productos en el futuro o a su vez que los consumidores están dispuestos a pagar posteriormente.

Para lograr los precios proyectados ha sido necesario la utilización del porcentaje de inflación para el año 2023 dato conseguido de la página del banco central del Ecuador mismo que se encuentra en el 3,12%.

Tabla N° 32
Precio proyectado del queso

QUESO	
Años	Unidad
2023	1,75
2024	1,82
2025	1,88
2026	1,95
2027	2,03

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Tabla N° 33

Precio proyectado del yogurt

YOGURT		
Años	Unidad	
2023	1,73	
2024	1,80	
2025	1,86	
2026	1,93	
2027	2,00	

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Se puede observar que los precios de los productos lácteos en los años de vida útil que tendrá el presente proyecto se elevaran de manera regular, permitiendo a los gestores del proyecto obtener mejores beneficios gracias a la actividad que desempeña.

Características uso específico

Tabla N° 34

Características

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
<p>QUESO</p> 	<p>El queso producido por la empresa contendrá crema de leche y la enzima necesaria para la coagulación, y luego será prensado y secado para brindar al consumidor un producto nutritivo.</p> <p>Será realizado de manera natural</p> <p>Contendrá fundas biodegradables</p>

YOGURT

El yogur que ofrecerá la empresa contendrá sabrosas y nutritivas frutas naturales, tales como: fresas, moras, duraznos. La presentación del producto será en envase de plástico. Estará disponible para todas las familias del Cantón Latacunga, su rico sabor y textura lo hace insuperable, además el yogur no solo favorece la digestión, sino que es un alimento nutritivo para los niños en crecimiento.

Nota: realizado por grupo de investigadoras

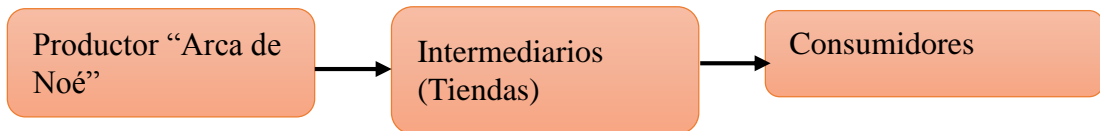
Análisis de la comercialización

En el proceso de constitución de una empresa láctea, creamos canales de distribución directos e indirectos. La comercialización de nuestros productos se realizará mediante la formación de alianzas con empresas comerciales de la ciudad de Latacunga, intermediarios dedicados a la venta de productos similares para llegar al consumidor final.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

Ilustración N° 18

Canales de Comercialización



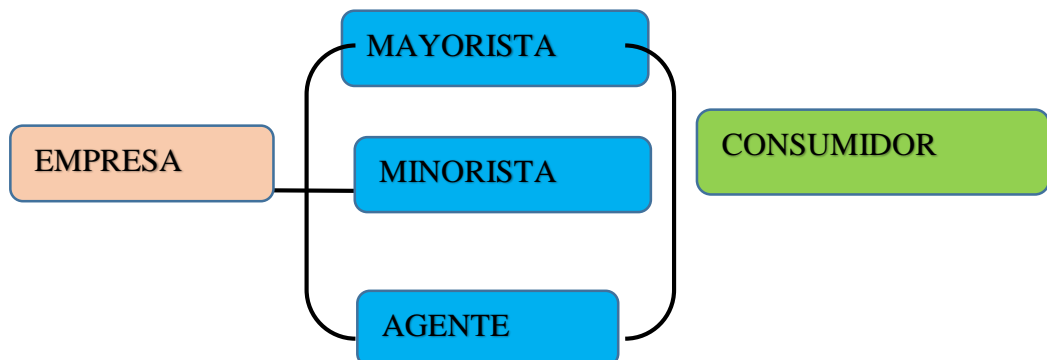
Nota: Realizado por grupo de investigadora

La nueva empresa va a realizar el canal de comercialización mediante las tiendas de la ciudad de Latacunga ya que ellas son las encargadas de distribuir nuestro producto a los clientes que adquieren el producto.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Ilustración N° 19






Canal de distribución



Nota: Realizado por grupo de investigadora

MODELO CANVAS

Ilustración N° 20
Modelo CANVAS

Socios Clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
Centro de acopio "Simón Rodríguez" Comunidad Bancos 	Actividades primarias Recolección de leche Tratamiento de leche cruda Procesamiento Actividades secundarias Compra de MP Esterilización de maquinaria Pasteurización Moldeado prensado empaclado <hr/> Recursos claves Materia prima QUESO YOGURT Leche cruda Leche cruda Cuajo Saborizantes Sal Azúcar Fermento Mano de obra Administrativo Recolector Recepcionista Operarios	Valor de nuestros clientes Los socios, clientes y comunidad "Arca de Noé" es una empresa procesadora de la leche cruda que busca generar utilidad y rentabilidad gracias a su ubicación en un sector altamente productivo y ganadero Genera impacto económico local para mejorar así la calidad de vida de los productores del sector Produciendo productos lácteos como: Yogurt con combinación de sabores Queso fresco	Precios justos Calidad del producto Garantía de producto Entregas puntuales Empaque seguro <hr/> Canales Canal de distribución directo (Transporte propio) 	Comercios de Latacunga  
Estructura de costos		Fuentes de ingresos		
Costos Costos de compra de MP Costos de Mano de Obra Costos Indirectos de Fabricación		Financiación Capital por socios Capital de accionistas Fuente principal de ingresos Producción de Quesos Producción de Yogurt 		

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Estrategias de comercialización

Para Rocha & Toapanta (2015), “Estrategias de comercialización están desarrolladas de acuerdo con el crecimiento de la población y con los canales de distribución, pero se puede señalar que las estrategias van de la mano con el análisis FODA de la empresa”.

Tabla N° 35
Estrategia de producto

ESTRATEGIA DE PRODUCTO	
OBJETIVO	Elaborar los productos higiénicamente mediante capacitaciones a los operadores para la obtención de productos de calidad.
ESTRATEGIA	Los empleados deben estar capacitados en los estándares de calidad e higiene de la producción láctea en la comunidad Agustín de Callo para poder suministrar productos de calidad a diversos puntos de venta de productos.
POLÍTICA	Todos los estándares de calidad e higiene se observan siempre durante la producción y preparación de los productos.
ACCIÓN	Contratar a un experto en la materia para capacitar a las personas que trabajan en la empresa.
META	Brindar productos de calidad a los puntos de venta de nuestro producto en un 98% en la ciudad de Latacunga.
RESPONSABLE	Gerente de la empresa Nivel operativo de la empresa Capacitador

TIEMPO	Esta capacitación tendrá una permanencia de una semana en diferentes horarios.
---------------	--

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

ESTRATEGIA DE PRECIOS

Tabla N° 36
Estrategia de precios

ESTRATEGIA DE PRECIOS	
OBJETIVO	Crear el precio adecuado a los requerimientos del mercado competitivo.
ESTRATEGIA	Establecer precios psicológicos para que el cliente pueda adquirir sus productos a un precio acorde a sus necesidades.
POLÍTICA	Facilitar un descuento del 5% de los productos adquiridos por el cliente.
ACCIÓN	Facilitar un descuento quincenal a los clientes fijos.
META	Cumplir con 90 % de las ventas mensuales de acuerdo a las capacidades establecidas por la empresa.
RESPONSABLE	Gerente de la empresa Jefe de ventas
TIEMPO	Se realizará de manera mensual

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

ESTRATEGIAS DE PLAZA

Tabla N° 37
Estrategia de plaza

ESTRATEGIAS DE PLAZA	
OBJETIVO	Ofrecer los productos de la empresa “ARCA DE NOE” a los diferentes centros comerciales del cantón Latacunga para que se pueda ser distribuido a los clientes.
ESTRATEGIA	Contratos con empresas comerciales para la exhibición de nuestros productos en los escaparates de varios supermercados el cantón Latacunga, para la incrementación e ventas de la empresa.
POLÍTICA	En caso de cese de la actividad de la empresa, por favor infórmenos con al menos un mes de antelación para buscar un nuevo proveedor.
ACCIÓN	Crear una agenda de los productos y sus respectivos beneficios para que los vendedores entiendan los productos. Contratar abogados para ejecutar contratos relevantes con varias organizaciones.
RESPONSABLE	Gerente de la empresa Proveedores
TIEMPO	Durará el tiempo que sea necesario para la realización de los convenios respectivos

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

ESTRATEGIA DE PPROMOCIÓN

Tabla N° 38

Estrategia de producción

ESTRATEGIA DE PPROMOCIÓN	
OBJETIVO	Promocionar los productos lácteos de la empresa "ARCA DE NOE" mediante una publicidad radial, televisiva y por medio del internet para de esa manera incrementar las ventas.
ESTRATEGIA	Realizar spots publicitarios dando a conocer los diferentes productos, descuentos y promociones que ofertan la empresa.
POLÍTICA	Se establecerá cuñas publicitarias tres veces por semana en los medios de comunicación como televisiva, radial y por canales digitales.
ACCIÓN	Contratar espacios publicitarios en el canal de televisión; TV color canal 36. Alquilar anuncios de radio como Radio Canela y JS Radio. Dado que son las radios más sintonizadas de Latacunga
META	Incrementar las ventas en un 80% para el año siguiente.
RESPONSABLE	Gerente de la empresa Gerente de la TV color las radios canela y JS
TIEMPO	Durará según las campañas previstas por la empresa.

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Análisis FODA

El análisis FODA es un instrumento que nos permite realizar o verificar cuales son las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene una empresa estas variables se pueden determinar ya sea internamente como externamente, en nuestro caso lo realizaremos sobre la nueva empresa, la cual debemos analizar cada una de las variantes.

Tabla N° 39
Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal competente en la empresa	Canales de distribución
Maquinaria necesaria para la empresa	Ingreso de los productos lácteos en el mercado
Materia prima de alta calidad	Incremento de la materia prima para la producción
Permisos reglamentarios	Incremento de la población.
Infraestructura adecuada	
Precios asequibles en el mercado	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de capital para reinvertir en el desarrollo de la empresa	Catástrofes naturales
Señalización no adecuada para al acceso a la empresa	Sector muy competitivo
Posicionamiento de los productos	Diferenciación de los índices económicos como: (la inflación, la tasa pasiva, tasa activa, canasta básica, PIB).
Falta publicidad y promociones del producto	Competencia agresiva del mercado.

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Al realizar la investigación del mercado para los productores lácteos, se pudo determinar las necesidades de los consumidores en la ciudad, con la aplicación de la encuesta, fijando la muestra que se obtuvo mediante la aplicación de fórmulas estadísticas.

El proyecto estableció la demanda histórica, actual y también se desarrolló la proyección de la misma, la cual nos permitirá conocer la demanda insatisfecha existente en el mercado, al cual está dirigido el proyecto.

Además de ello se desarrolló el análisis de la oferta donde se dio a conocer la oferta histórica, actual y la proyectada la que proporciona información sobre el mercado, se pudo analizar la comparación entre la oferta proyectada y la demanda proyectada.

Se obtuvo el análisis de los precios existentes dentro del segmento al cual se dirige el proyecto en relación a los productos lácteos que se comercializa en la nueva empresa “ARCA DE NOE”, se obtuvo recopilando la información de los proveedores.

Los productos para llegar al consumidor final tienen que pasar por un canal de comercialización, “ARCA DE NOE” tendrá que establecer las estrategias más apropiadas.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

Definición del estudio técnico

Al establecer una empresa láctea en la comunidad de San Agustín de Callo en la parroquia Mulaló Cantón Latacunga, nos permitirá conocer las capacidades óptimas de ubicación, tamaño, equipo y espacio, mano de obra, materia prima y producción de productos de nuestra empresa.

Objetivos

- Identificar la posibilidad de fabricación de los productos lácteos que se pretenden ofertar dentro de nuestro mercado competitivo.
- Conocer la localización óptima de nuestra empresa, el tamaño, los equipos e instalaciones, la mano de obra, la materia prima para la elaboración.

Tamaño

Tamaño en función del mercado

A través del análisis realizado se puede determinar el tamaño de acuerdo al mercado, lo cual se puede vincular a las necesidades insatisfechas, la empresa pretende satisfacer todas las necesidades de los consumidores, muy consciente que es la industria la que ayuda a identificar el tamaño del proyecto, a continuación, mostramos el siguiente cuadro.

Tabla N° 40
Tamaño en función del mercado

PRODUCTOS	TAMAÑO EN FUNCIÓN DEL MERCADO				
	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
QUESO	2704	2915	3142	3387	3651
YOGURT	624162	672847	725329	781904	842893
TOTAL LACTEA	626866	675761	728471	785291	846544

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Con base en la tabla de necesidades insatisfechas de productos como queso y yogurt, concluimos que la empresa láctea fue creada para poder llenar todas las necesidades insatisfechas, con el propósito de producir lo que el mercado pretende.

Tamaño y materias primas

Los posibles proveedores para el establecimiento de la empresa procesadora de lácteos a desarrollar serán:

El centro de acopio “Simón Rodríguez” será uno de nuestros proveedores directos y nos suministrará 1.560 litros de leche cruda por día. El proveedor se encuentra en el centro de la parroquia de Mulaló, a 1 km. También se firmarán contratos con pequeños productores de la comunidad de San Agustín de Callo, así como con representantes de la industria para continuar con la producción.

Mano de obra

Para establecer una nueva empresa de procesamiento de lácteos, se empleará personal adecuado con el conocimiento necesario y suficiente de los procesos de producción y gestión para que la empresa tenga un funcionamiento adecuado, así como se demandará de personal del propio sector para complementar el área operativa, y de esa manera poder inicial las actividades de nuestra empresa sin ningún inconveniente.

Tabla N° 41
Distribución del personal

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL	
MANO DE OBRA DIRECTA	CANTIDAD
Obreros	2
MANO DE OBRA INDIRECTA	CANTIDAD
Administrador	1
Recepcionista	1
Despachador	1
Personal de limpieza	1
TOTAL	6

Nota: realizado por grupo de investigadoras.

Financiamiento

Para iniciar un negocio, es muy importante asignar los recursos financieros de manera inteligente, porque se financiará el 100% por los socios e inversionistas, en el cual el socio 1 y 2 aportará con el 13% del capital total, el socio 3 y 4 con un 12% y el socio 5 con el 13%, el total de los socios cubrirán el 57% del capital para iniciar la empresa. Para cubrir el 100% del capital total los inversionistas cubrirán el 43% restante y se distribuirán de la siguiente manera, el inversionista 1 aportará el 13%, el inversionista 2 con el 14%, finalmente el inversionista 3 con el 16% completando el capital total necesitado.

Propuesta

En el presente proyecto se estima que en los primeros años se captará el 20% de la demanda insatisfecha la misma que podrá seguir subiendo a medida que crece la comercialización de productos lácteos.

Tabla N° 42
Tamaño propuesta del queso

Tamaño Propuesto del Queso			
Años	Demanda insatisfecha	Oferta estimada	Participación en el mercado
2023	2704	541	20%
2024	2915	641	22%
2025	3142	691	22%
2026	3387	881	26%
2027	3651	1022	28%

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Tabla N° 43
Tamaño propuesta del Yogurt

Tamaño Propuesto del Yogurt			
Años	Demanda insatisfecha	Oferta estimada	Participación en el mercado
2023	624162	124832	20%
2024	612306	134707	22%
2025	599526	143886	22%
2026	585748	152294	26%
2027	570896	159851	28%

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Plan de producción

Tabla N° 44
Producción Estimada

PRODUCTOS AÑOS	PRODUCCIÓN ESTIMADA		
	DIARIA	MENSUAL	ANUAL
2023			
QUESO	86	2612	31343
YOGURT	258	7836	94030
2024			
QUESO	99	3014	36167
YOGURT	305	9292	111501
2025			
QUESO	120	3642	43708
YOGURT	359	10927	131125
2026			
QUESO	140	4254	51044
YOGURT	420	12761	153132
2027			
QUESO	162	4938	59258
YOGURT	487	14815	177774

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

El plan de producción consiste en el tamaño de la propuesta de producción anual estimada de productos lácteos como el queso y yogur para lo cual se realiza 31343 unidades de queso y para el yogurt 94030 frascos correspondientes de esa manera se realiza la respectiva proyección para los posteriores años, para saber cuánto de leche se va a utilizar correspondiente a cada producto que va a producir la empresa.

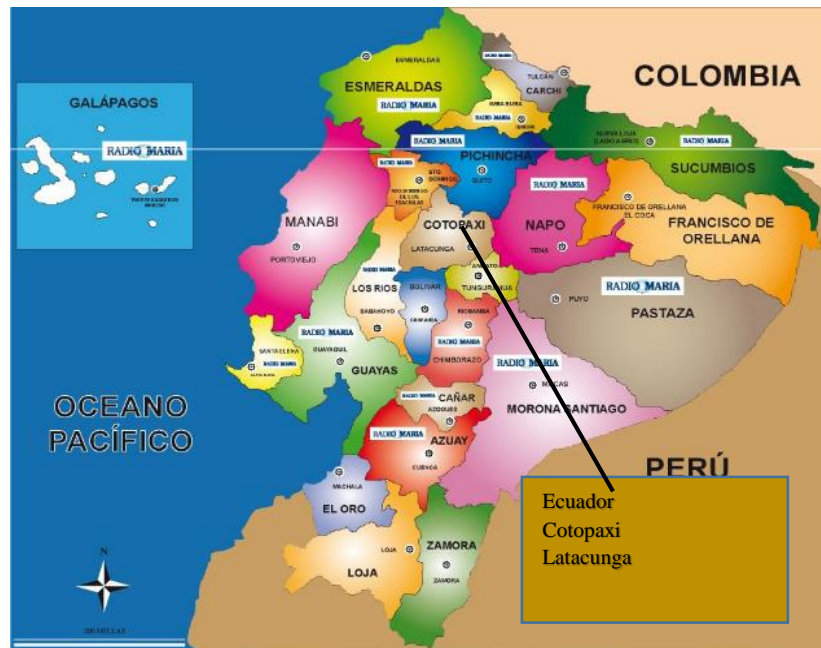
Localización

La ubicación consiste en identificar la zona donde se desarrollará nuestro proyecto en la provincia, estado, parroquia o comunidad local, pues es muy importante poder determinar donde se establecerá nuestra empresa, pues de ello dependerá la rentabilidad de la empresa. Porque identificando el mejor espacio para su proyecto dependerá el éxito o el fracaso de cualquier actividad comercial.

Macro localización

La ubicación de la macro zona del proyecto hace referencia a la ubicación de la macro localización donde se ubicará el proyecto.

Ilustración N° 21
Macro Localización



Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Google.com

La localización que se pretende ubicar la empresa de productos lácteos “ARCA DE NOE” en el Ecuador, provincia de Cotopaxi, porque este lugar tiene lo necesario para hacer posible el proyecto, por ejemplo, caminos en buen estado, mano de obra, materiales y herramientas suficientes para construir la empresa, y nuestra materia prima, en cambio, sin necesidad de utilizar intermediarios para lograr el proceso productivo.

Micro localización**Ilustración N° 22**
Micro Localización

N°	VARIABLE	Peso	Santa Rita		Caspí		San Agustín de Callo	
			Cal.	Pon.	Cal.	Pon.	Cal.	Pon.
1	Relevancia comercial	14%	2	0,28	5	0,7	4	0,56
2	Acceso a las vías	13%	2	0,26	2	0,26	3	0,39
3	Servicios básicos	11%	3	0,33	1	0,11	2	0,22
4	Materia prima	13%	1	0,13	1	0,13	3	0,39
5	Competencia	6%	1	0,06	4	0,24	3	0,18
6	Proveedores	11%	3	0,33	2	0,22	3	0,33
7	Disponibilidad M.O.	10%	2	0,2	2	0,2	2	0,2
8	Medios de transporte	9%	1	0,09	1	0,09	4	0,36
9	Aceptación del barrio	13%	2	0,26	4	0,52	3	0,39
TOTAL		100%	1,94		2,47		3,02	

Nota: realizado por grupo de investigadoras.

Podemos decir que el lugar más ventajoso para la ubicación de una empresa láctea es la parroquia de Mulaló Barrio San Agustín de Callo, porque reúne todos los requisitos para la ubicación en cuanto a importancia comercial, accesibilidad, materias primas, mano de obra, etc.

Ilustración N° 23
Micro Localización



Nota: Realizado por grupo de investigadoras *Fuente:* Google.com

Tabla N° 45
Localización

LOCALIZACIÓN	
PAÍS	ECUADOR
REGIÓN	SIERRA
PROVINCIA	COTOPAXI
CIUDAD	LATACUNGA
PARROQUIA	MULALÓ
BARRIO	SAN AGUSTÍN DE CALLO

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Utilizando la tabla de ubicación podemos concluir que la nueva empresa estará ubicada en la parroquia de Mulaló Barrio San Agustín de Callo, ya que cuenta con una de las mayores reservas de materia prima, por lo que mejorará la economía de la misma.

Características del producto

Los productos de la nueva empresa productora de lácteos “ARCA DE NOE” proporcionara dos productos derivados de la leche como son: queso y yogur las cuales se podrá obtener en los distintos comercios de bebidas y comidas de la ciudad de Latacunga.

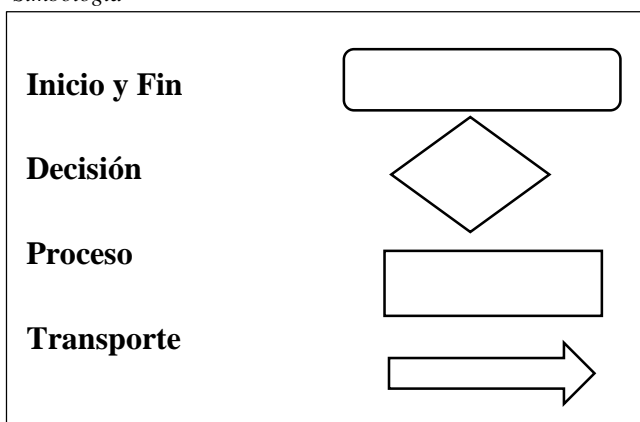
Proceso productivo

Según Rocha & Toapanta (2015), “En el proceso de elaboración es donde se forma los diferentes pasos que debemos seguir para los diferentes procesos de fabricación que va a ejecutar la empresa”.

Descripción del proceso productivo

Descripción de la simbología de los métodos de producción de los productos lácteos

Ilustración N° 24
Simbología



Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Procesos de producción

Queso

Para comenzar a hacer queso se deben seguir todos estos pasos, los cuales se describirán con más detalle a continuación: Antes del primer paso, primero se debe verificar la limpieza del recipiente o colector de leche, ya que esto es el proceso más importante para el proceso.

Transporte de la materia prima (leche) a la empresa: El transporte se lo debe realizar en los tanques de acero inoxidable, la leche se recolecta todas las mañanas del productor y del centro de acopio y siempre debe ser filtrada durante la recolección.

Recepción de la leche en la empresa: Al recibir la leche, se ocupa una pequeña muestra para un análisis correcto a fin de evaluar la idoneidad de la leche para el procesamiento previsto.

Higiene, medición y enfriamiento: La leche es pasada por un filtro de tela muy fino para obtener por el otro lado una leche limpia, libre de impurezas, es depositada en un tanque de medición para luego ser trasladada al cuarto de enfriamiento.

Estandarización: La leche cruda se bombea a una descremadora donde el contenido de grasa se estandariza al 3% y el exceso de grasa se separa como crema.

Pasteurización, enfriamiento y traslado de leche

Una vez la leche tenga los parámetros necesarios se procede con la pasteurización a un grado determinado de calentamiento, luego se deja reposar

Coagulación

Una vez que la leche ha sido fermentada se procede a la coagulación que es el proceso de añadir fermentos coagulantes (cuajo) en ese momento cuando la materia de ser líquido pasa a ser semisólido, convirtiéndose en tipo de cuajada.

Corte de la cuajada

Una vez esperado el tiempo necesario y cuando la cuajada tenga la textura perfecta realizamos el corte mediante cuchillas y una vez realizado el corte, se procede a drenar el suero y añadir los trozos de cuajada madura en un molde dependiendo el tipo de queso que queremos.

Moldeo

En el proceso de moldeo se procede a sacar el suero, por lo cual los moldes deben tener orificios por el cual el suero debe ser expulsado.

Prensado

Una vez que el Queso ha sido colocado en los moldes se procede a prensar para sacar todo el suero.

Salado

Una vez el Queso prensado se procede a introducir los quesos a un tanque previamente preparado de sal y suero.

Maduración

En el proceso de maduración se almacena el Queso en cuevas o cámaras de maduración donde se debe controlar la temperatura, humedad o aire.

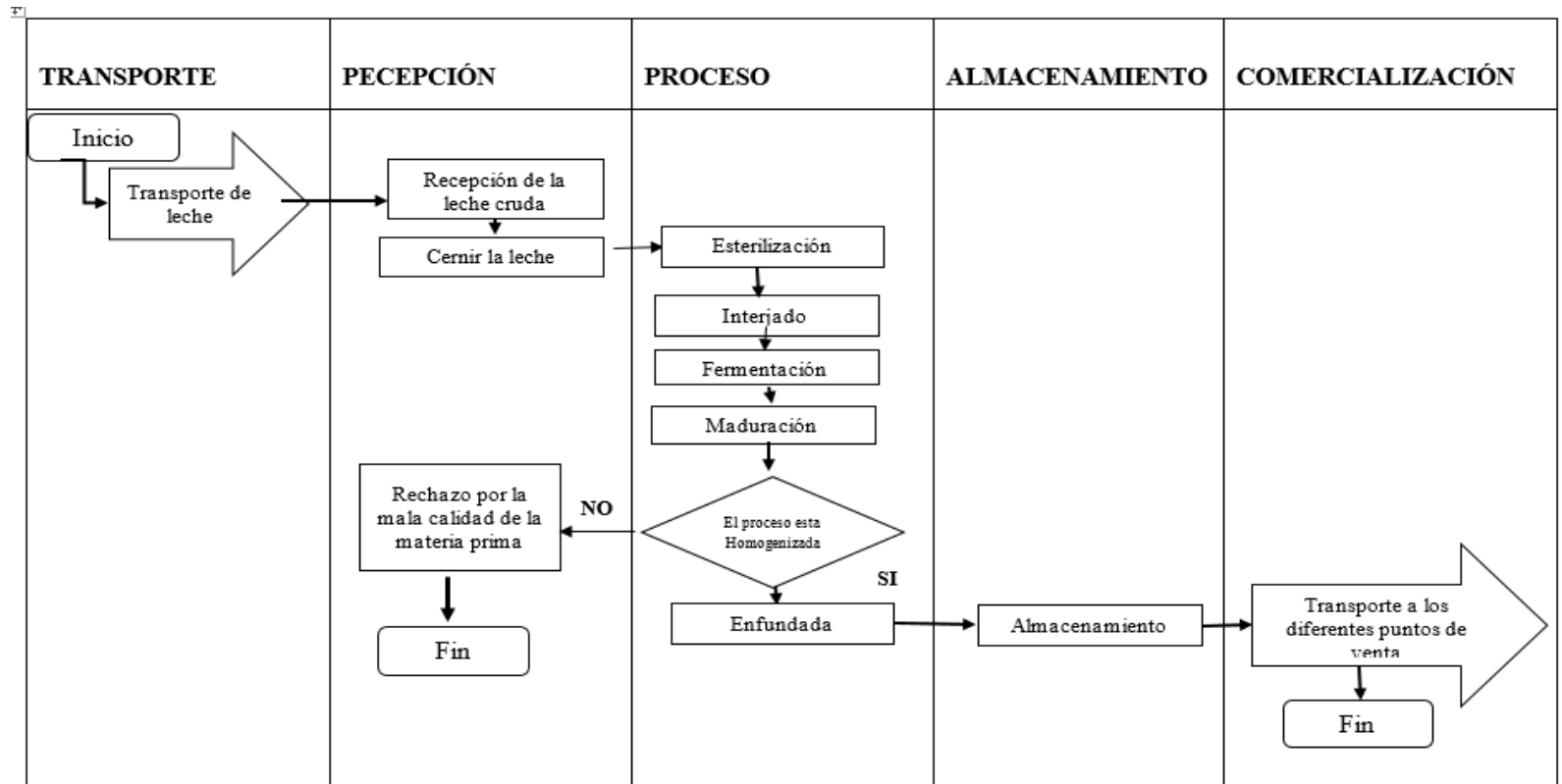
Empaque, almacenamiento y comercialización

Posterior al almacenado se procede a enfundar, sellar contabilizar y empacar en cestos para posteriormente comercializar.

Diagrama de flujo del Queso

Ilustración N° 25

Diagrama del proceso del queso



Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Proceso de recepción del yogurt

Puedes utilizar leche entera o desnatada para hacer yogurt. La leche se almacena en el tanque de almacenamiento. Luego pasa a través de una unidad de clarificación que utiliza la fuerza centrífuga para eliminar algunas de las impurezas insolubles de la leche. Luego, la leche se pasteuriza y esteriliza en un sistema de pasteurización a muy alta temperatura. Se deposita la leche en un envase, caliéntela a 85-90 °C y manténgala a esta temperatura durante 5 minutos para que no hierva, luego dejar reposar hasta enfriar.

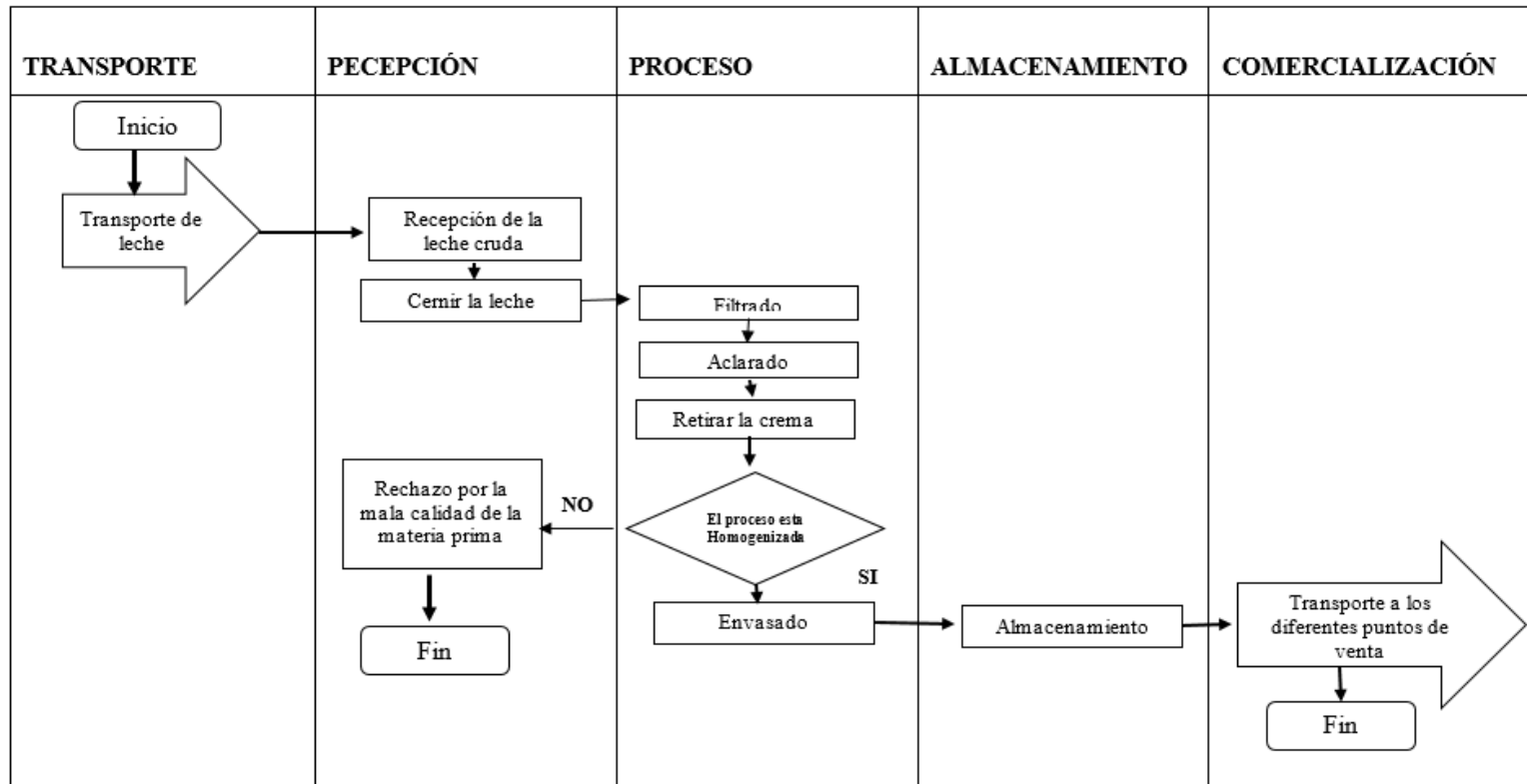
Los saborizantes y algunos aditivos se mezclan y esterilizan en un sistema de esterilización a corto tiempo a alta temperatura.

El yogurt fermentado y esterilizado se mezcla, finalmente se homogeniza y se envasa el yogurt.

Las botellas de yogurt se envasan y se colocan en el frigorífico. Finalmente, distribuirlos a los clientes.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL YOGURT

Ilustración N° 26
Proceso del yogurt



Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Distribución de la planta

Características físicas

En este apartado se detallarán la infraestructura de la planta de producción, desde la Maquinaria, equipos de producción, los muebles y enseres. En la tabla se muestra la distribución de los departamentos operativos de la empresa.

Infraestructura

La planta contará con dos departamentos los cuales son la planta administrativa y la planta operativa.

Las paredes serán de lozas blancas.

Los techos de cielorraso y revestimiento a base de PVC para mayor durabilidad y aislamiento acústico.

Los pisos deberán estar realizado de un revestimiento antideslizante e impermeable, en los pisos se necesitará un sistema de drenaje, con el piso cuenta con una pendiente mínima de 1% para facilitar el traslado de cualquier desecho líquido.

Las ventanas deberán estar protegidas con mallas metálicas.

Las puertas del departamento productivo deberán ser puertas metálicas, mientras que las del departamento administrativo deberán ser puertas de madera.

El área de descarga o recepción deberá estar junto al área de distribución de producto terminado, para tener continuidad del proceso productivo

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Ilustración N° 27
Distribución de la planta



Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Requerimientos del proyecto

Con requerimientos del proyecto nos referimos a todos los insumos y materiales que la empresa necesita para poder operar, es necesario detallar todos aquellos recursos que se utilizará en el proyecto para poder llevar todos los procesos tanto Operativos como Administrativos de la empresa.

Detallamos a continuación los requerimientos para la empresa “Arca de Noé”

ARRIENDO

Tabla N° 46
Arriendo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIOS	VALOR TOTAL
Arriendo de local	12	\$500	\$6.000
TOTAL			\$6.000

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Para la creación de la planta industrial láctea se requiere de un terreno, en este caso el arriendo a pagar será de 6,00\$ anuales.

EQUIPO Y MAQUINARIA

Tabla N° 47
Equipo y Maquinaria

Maquinaria y equipo			
DESCRIPCION	CANNTIDAD	PRECIO UNITARIOS	VALOR TOTAL
Tanque de enfriamiento	1	\$22.000	\$22.000
Ventiladores	3	\$200	\$600
Calderas	2	\$5.000	\$10.000
Ollas	2	\$1.800	\$3.600
Mesa desuere	2	\$700	\$1.400
Prensa	2	\$800	\$1.600
Maquina Yogurtera	1	\$5.000	\$5.000
Máquina envasadora	1	\$800	\$800
Compresor de enfriamiento	1	\$800	\$800
Pesaleche (termolactodecmetro)	1	\$70	\$70
Medidor de leche	1	\$50	\$50
Medidor de agua	1	\$80	\$80
Mangueras	300 m	\$6	\$1.800
Moldes	50	\$0,75	\$38
Balanza	1	\$50	\$50
Cocina	1	\$200	\$200
Coladores	10	\$2	\$20
Cuchillos	10	\$1	\$10
Tanques	5	\$600	\$3.000
Mesa	2	\$360	\$720
Paleta de aluminio	10	\$6	\$60
Termómetro	4	\$12	\$48
Microscopio	1	\$900	\$900
Mechero	1	\$398	\$398
Agitador de vidrio	4	\$5	\$20
Guantes	10	\$1,20	\$12
Papel de PH	1	\$120	\$120
TOTAL			\$53.396

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Según la cotización podemos notar que la inversión más alta que la empresa realiza es la adquisición de maquinaria y equipo necesarios para el procesamiento de productos lácteos, teniendo un costo aproximado de **53.396 \$**

Vehículo

Tabla N° 48
Vehículo

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
		UNITARIO	
Vehículo	2	\$25.000	\$50.000
SOAT	2	250	\$500
Combustible	24	40	\$960
TOTAL			\$51.460

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

La empresa requiere vehículos para recolectar y transportar tanto la materia prima, así como el producto terminado al cliente final. Obteniendo el costo de los vehículos a **\$51.460**

Muebles y enseres

Tabla N° 49
Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	1	\$50	\$50
Silla de oficina	1	\$40	\$40
Mesas	2	\$10	\$20
Archivador	1	\$80	\$80
Suministro de oficina			\$80
Teléfono	1	\$50	\$50
Limpiadores y Desinsectadores	24	\$10	\$240
Pala de basura	4	\$10	\$40
Escoba	3	\$3	\$9
Trapeador	3	\$5	\$15
Basurero	6	\$2	\$12
Franela de limpieza	10	\$1	\$10
Foco	15	\$1,50	\$23
TOTAL			\$669

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Es necesario contar con todos los recursos al momento de iniciar la empresa, en este caso para poner en marcha sus actividades la empresa debe adquirir bienes e inmuebles, a un costo de **669\$**

Mano de obra***Mano de obra directa***

Para el proyecto se va a tener dos personas como mano de obra directa las mismas que realizaran los productos lácteos como el queso y yogurt, la misma que se detalla a continuación.

Tabla N° 50
Mano de obra directa

Detalle	Cantidad	Total Mes	Total Anual
Obrero 1	1	565,98	6791,8
Obrero 2	1	565,98	6791,8
Total RRHH Producción		1131,97	13583,6

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Es necesario contratar personal especializado en cada área operativa, por la cual el precio de contratación del personal será de 13583,60\$

Mano de obra indirecta

Tabla N° 51
Mano de obra indirecta

Detalle	Cantidad	Total Mes	Total Anual
Recepcionista	1	565,98	6791,8
Personal de limpieza	1	565,98	6791,8
Total RRHH Producción		1131,97	13583,60

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

La empresa necesitará contratar personal para completar el proceso de cada área operativa, por lo cual el monto que deberá cubrir la empresa es de **13583,60\$**

Materia prima directa

Tabla N° 52
Materia Prima Directa del Queso

Descripción	Cantidad requerida	Valor Unit.	Valor total
Leche (Ltrs)	2,5	\$0,45	\$1,13
Cuajo	1	\$0,01	\$0,01
Sal MUERA	1	\$0,02	\$0,02
TOTAL			\$1,16

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Tabla N° 53
Materia Prima Directa del Yogurt

Descripción	Cantidad Requerida	Valor Unit.	Valor Total
Leche (Ltrs)	2	\$0,45	\$0,90
Saborizante(Ltrs)	1	\$0,04	\$0,04
Azúcar(Kg)	1	\$0,05	\$0,05
Colorante(ml)	1	\$0,04	\$0,04
TOTAL			\$1,03

Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Materia prima directa de los productos lácteos

Tabla N° 54
Materia prima directa de los productos lácteos

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Queso	\$1,16	31343	\$36.201,51
Yogurt	\$1,03	94030	96850,80
TOTAL			133052,31

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. Fuente: Datos tomados de las tablas anteriores

En los presentes cuadros se especifican la materia prima necesaria que va a utilizar la empresa para fabricar los productos lácteos que planea ofertar en el mercado, el cual tendrá un costo de 133052,31\$.

Materia prima indirecta

Tabla N° 55

Materia Prima Indirecta de los productos Lácteos

Descripción		Cantidad Requerida	Valor Unit.	Valor anual
Envases	plásticos	94030	\$0,20	\$18.806
para yogurt				
Fundas	polietileno	31343	\$0,04	\$1.254
etiquetadas para				
Queso				
TOTAL				\$20.060

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Costos administrativos

Tabla N° 56

Costo Administrativo

Detalle	Cantidad	Total Mes	Total Anual
Gerente	1	861,90	10342,80
Total Administración		861,90	10342,80

Nota: realizado por grupo de investigadoras.

Para que el departamento administrativo realice sus funciones correctamente se requiere contratar personal administrativo, para ello la empresa debe cubrir un monto de **10342,80\$**

Gastos de venta y publicidad

Tabla N° 57
Gasto de ventas y publicidad

Gastos de ventas	
Publicidad y propaganda	100
TOTAL	100

Nota: Realizado por grupo de investigadoras.

La publicidad es una parte importante para realizar las ventas de la empresa, por ello según los datos obtenidos de las encuestas realizadas tenemos que la mayoría manifiesta que es mejor realizar publicidad mediante periódico y otros medios de comunicación por ende la empresa debe estar dispuesta a cubrir los gastos de publicidad y ventas por un total de

Servicios básicos

Tabla N° 58
Servicios Básicos

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Energía Eléctrica	KW	150	1800
Agua Potable	m3	5	60
Teléfono	Min	22	264
TOTAL			2124

Nota: Realizado por grupo de investigadoras.

Gastos diferidos

Tabla N° 59
Gastos Diferidos

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Gastos de Constitución	1	\$1.800	\$1.800
TOTAL			\$1.800

Nota: realizado por grupo de investigadoras.

Propuesta administrativa

La propuesta administrativa es sustancial para la empresa de productos lácteos ya que permitirá ver los requisitos necesarios para operar el negocio, por ejemplo: las normas y reglamentos, de esa manera ayudará a la empresa a marcar la diferencia frente a la competitividad

Razón social

El nombre de la empresa se denominará “ARCA DE NOE” llevará ese nombre de fenómeno religioso en referencia al Arca de Noé donde se abarcaron diferentes personajes, por ello también queremos abarcar en el mercado con una gran gama de segmentación en un futuro con diferentes líneas de producto.

Constitución Jurídica

La empresa “ARCA DE NOE” se constituirá legalmente como sociedad de Acción Simplificada, es así como se abrirá al mercado, la entidad contará con inversión aportado por los accionistas para que la nueva empresa empiece su funcionamiento en el barrio San Agustín del Callo. Para la constitución de la empresa, se tendrá que cumplir todos los marcos legales, normas y procedimientos impuestos por la Ley de la Superintendencia de Compañías. La empresa deberá contar con todos los permisos

municipales para su funcionamiento, además de los permisos otorgados por el Ministerio de Salud Pública, bomberos etc. Es fundamental la implementación de las normas de calidad requeridas.

Estudio Organizacional

Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es de gran importancia debido a que representa el producto y sus características. Asumiendo como finalidad brindar al cliente un producto de calidad.

El nombre de la empresa es: “ARCA DE NOE”

Logotipo de la empresa

Ilustración N° 28
Logotipo de la empresa



Nota: Realizado por grupo de investigadoras.

Misión

Elaboramos y comercializamos productos lácteos aprovechando los recursos de alta calidad, desarrollando la economía que contribuyan al crecimiento y nutrición de una población saludable.

Visión

“Lograr la excelencia siendo un referente con los mejores productos derivados de la leche cruda, alcanzar la Responsabilidad Social Empresarial para mantenernos dentro del mercado ampliando la línea de producción con la mejor tecnología y personal calificado, para que la empresa “ARCA DE NOE”, se posicione en el mercado”

Valores

Empresa láctea “ARCA DE NOE”, para el desarrollo de todas sus actividades que se realizan en sus diferentes departamentos, se ha propuesto la aplicación de los siguientes valores:

Honestidad: Lácteos de Arca de Noé llevará a cabo sus negocios con honestidad e integridad de conformidad a las buenas prácticas empresariales.

Trabajo en equipo: Apreciamos y animamos la participación de las personas para el logro de los objetivos comunes de la empresa.

Compromiso: Con nuestros clientes, brindándoles productos de calidad; con la sociedad, brindando estabilidad a las familias de nuestros colaboradores, y con el medio ambiente, cumpliendo las normas establecidas para su cuidado

Excelencia: Nos retamos constantemente para mejorar nuestros productos y procesos; nos esforzamos por apoyar a nuestros clientes en el logro de sus objetivos. Fomentamos la diversidad, el trato justo, el respeto y la confianza.

Integridad: Debemos exigir a los demás ya nosotros mismos los más altos estándares de integridad individual y corporativa. Protegemos los activos de la empresa siguiendo todos sus principios y leyes.

Transparencia: Todos los accionistas, directores, funcionarios y asociados de Arca de Noé se comprometen a ser transparentes y claros en el desarrollo de sus funciones y trato con los clientes.

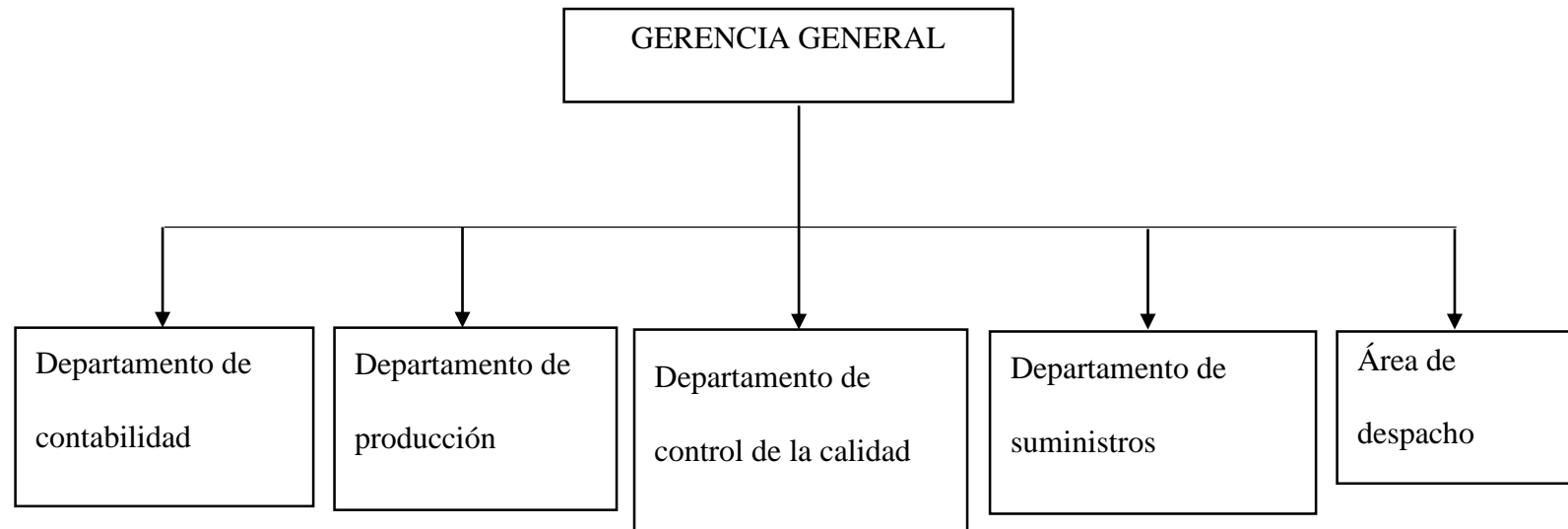
Estructura organizacional

La estructura organizacional para la empresa productora de lácteos, viene a ser el modelo jerárquico que usara la empresa para la dirección y administración de sus actividades, este organigrama es de tipo vertical o jerárquico, por ende, la autoridad será de forma descendente.

Organigrama estructural

Ilustración N° 29

Organigrama estructural de la empresa “Arca de Noé”

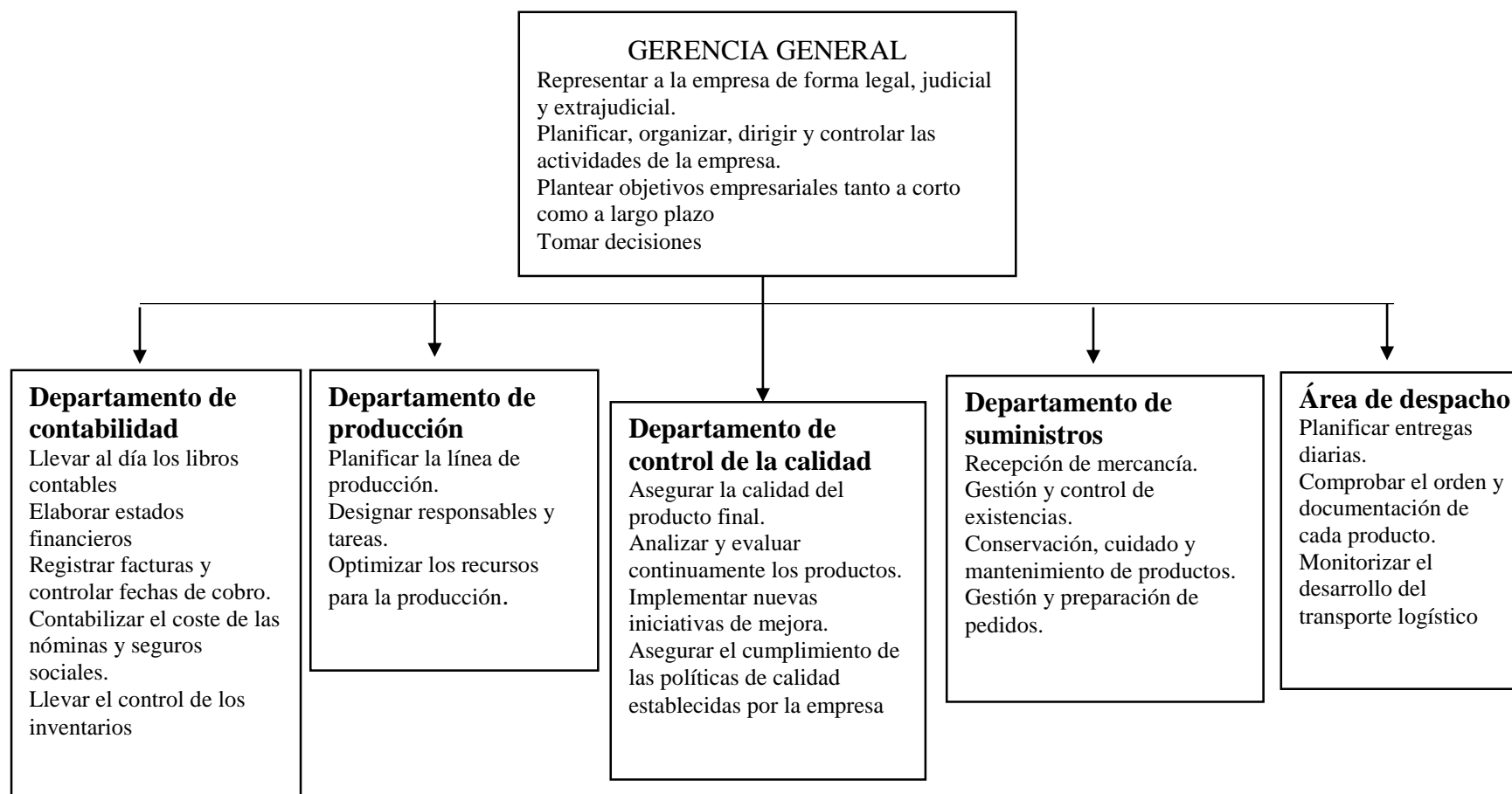


Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Organigrama funcional

Ilustración N° 30

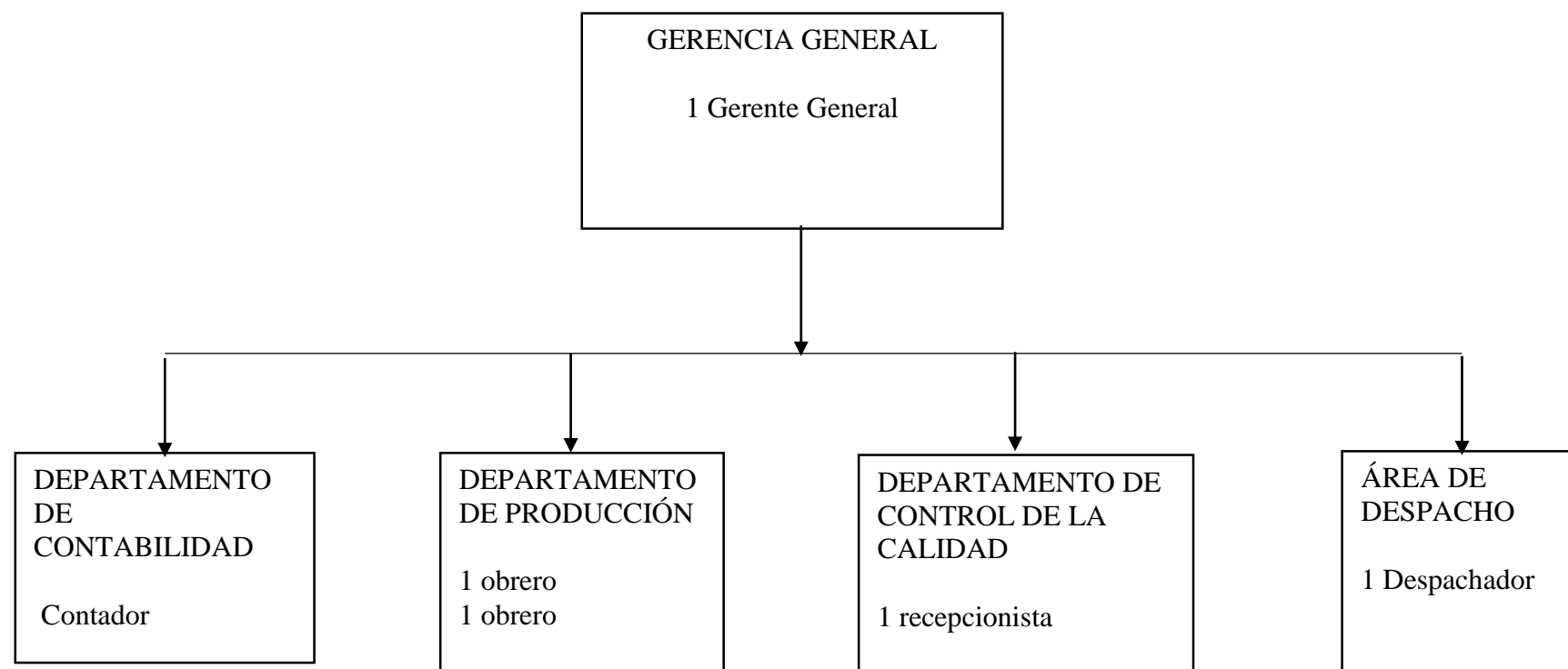
Organigrama funcional de la empresa "Arca de Noé"



Nota: Realizado por grupo de investigadoras

Organigrama posicional

Ilustración N° 31
Organigrama posicional



Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Estudio económico y financiero

Inversión inicial

Para el presente plan de negocios de la creación de una empresa productora de lácteos del barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló, se va a detallar el análisis de inversiones de acuerdo a las necesidades de implementación y funcionamiento de la empresa láctea.

Inversión fija

La operación de las empresas lácteas requiere de inversiones, es necesario tomar en cuenta la información de los estudios técnicos, que describen en detalle los requisitos necesarios para la implementación de los proyectos mencionados.

Inversión diferida

Para el cálculo de la inversión diferida se deben tomar en cuenta varios factores que inciden en el proyecto lechero, ya que se deben obtener todos los permisos de funcionamiento.

Capital de trabajo

En el capital de trabajo que la empresa láctea requiere se constituye lo siguiente: materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y gastos futuros que puedan surgir en el proceso de fabricación del producto.

CUADRO INVERSIÓN INICIAL

Tabla N° 60
Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	
DETALLE	VALOR
Inversión (a+b)	\$113.073
a) inversión fija	\$105.974
Maquinaria y equipo	\$53.396
Vehículo	\$51.460
equipo de computo	\$450
Muebles y enseres	\$669
b) Inversión diferida	\$7.099
Gastos de constitución	\$1.800
Imprevistos (Activos fijos 5%)	\$5.299
Capital de trabajo (1año)	196722,02
Mano de obra directa	13583,60
materia prima	133052,31
Costos indirectos de fabricación	33643,31
Arriendo	\$6.000
Gastos administrativos	10342,80
Gastos de ventas	100,00
TOTAL DE INVERSION	\$309.794,72

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Como se presenta en el cuadro anterior se detalla los costos que son necesarios para el desarrollo del proyecto, valores que se han obtenido en el transcurso de la investigación por medio de encuesta y cotizaciones por parte de los investigadores, permitiendo de esa manera generar producción y satisfacer las necesidades insatisfechas de los posibles consumidores de los productos lácteos como el queso y yogurt.

Financiamiento

Fuentes propias

La empresa láctea en relación a las demás empresas de producción se caracteriza por no adquirir de grandes inversiones para su creación y desarrollo, ya que mediante el estudio técnico se ha establecido así que los costos no son demasiado elevados pudiendo ser esto financiado con el capital propio de los inversionistas, requiriendo \$309.794,72 correspondiendo al 100% de la inversión inicial.

CUADRO FINANCIAMIENTO

Financiamiento propio

Tabla N° 61
Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Inversión del proyecto	Valor	Porcentaje
Socio 1	30979,47	10%
Socio 2	30979,47	10%
Socio 3	37175,37	12%
Socio 4	37175,37	12%
Socio 5	40273,31	13%
Total	176583	57%

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

La empresa constara con 5 socios los cuales el primero y segundo socios aportarán con un 10% del capital total, el tercero y cuarto socio con un 12% y el último socio con un 13% los mismos que darán la cobertura del 57% del total de capital, para la creación de la nueva empresa láctea.

Inversionistas

Para la empresa se contará con tres inversionistas los cuales el inversionista 1 aportará con el 13% del capital, el inversionista 2 con un 14% y el tercer inversionista con un 16% con eso se podrán obtener el 100% del capital de inversión del proyecto.

Tabla N° 62
Inversionistas

Inversión del proyecto	Valor	Porcentaje
Inversionistas 1	\$40.273,31	13%
Inversionistas 2	\$43.371,26	14%
Inversionistas 3	\$49.567,16	16%
TOTAL	\$133.211,73	43%

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Presupuesto

Presupuesto de costos

En el presupuesto de costos de la futura empresa láctea da a conocer el resumen de la proyección de los costos requeridos para la producción que se ofertaran durante el primer año de funcionamiento de la empresa, los valores están analizados en base a los requerimientos establecidos en las tablas anteriores

Tabla N° 63
Costos de producción del Queso

DETALLE DE COSTOS QUESO	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
Oferta de Queso	31343	37167	43708	51044	59258
1. COSTOS FIJOS	16800,05	17286,13	17790,19	18312,90	18854,95
Mano de obra directa	3395,90	3521,55	3651,85	3786,96	3927,08
Costos Generales	10343,45	10590,63	10846,96	11112,77	11388,42
<u>Materia prima indirecta</u>	1253,73	1300,12	1348,22	1398,11	1449,84
<u>mano de obra indirecta</u>	3395,90	3521,55	3651,85	3786,96	3927,08
Servicios básicos	531	550,65	571,02	592,15	614,06
Gastos de arriendo	\$1.500	1555,50	1613,05	1672,74	1734,63
Depreciación	\$3.308	\$3.308	\$3.308	\$3.308	\$3.308
Amortización	\$355	\$355	\$355	\$355	\$355
<u>Gastos administración y ventas</u>	3060,70	3173,95	3291,38	3413,16	3539,45
Gastos administración	2585,70	2681,37	2780,58	2883,46	2990,15
Sueldos y beneficios sociales	2585,70	2681,37	2780,58	2883,46	2990,15
Gastos de ventas	475,00	492,58	510,80	529,70	549,30
Diferidos	450,00	466,65	483,92	501,82	520,39
Publicidad y propaganda	25,00	25,93	26,88	27,88	28,91
2. Costos variables	36201,512	37540,97	38929,98	40370,39	41864,10
Materia prima	36201,512	37540,97	38929,98	40370,39	41864,10
COSTO Y GASTOS TOTAL	53001,56	54827,09	56720,17	58683,29	60719,05

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Tabla N° 64
Costo de Producción del Yogur

DETALLE DE COSTOS DEL YOGURT	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
Oferta del Yogurt	94030	111501	131125	153132	177774
1. COSTOS FIJOS	60351,08	65840,31	67734,31	69698,38	71735,12
Mano de obra directa	5093,85	5282,32	5477,77	5680,45	5890,62
<u>Costos Generales</u>	46075,13	51036,15	52382,39	53778,44	55226,15
<u>Materia prima indirecta</u>	18805,98	19501,80	20223,37	20971,63	21747,58
<u>mano de obra indirecta</u>	10187,70	10564,64	10955,54	11360,89	11781,24
Servicios básicos	1593	1651,94	1713,06	1776,45	1842,17
Gastos de arriendo	\$4.500	4666,50	4839,16	5018,21	5203,88
Depreciación	\$9.924	\$13.232	\$13.232	\$13.232	\$13.232
Amortización	\$1.065	\$1.420	\$1.420	\$1.420	\$1.420
<u>Gastos administración y ventas</u>	9182,10	9521,84	9874,15	10239,49	10618,35
Gastos administración	7757,10	8044,11	8341,74	8650,39	8970,45
Sueldos y beneficios sociales	7757,10	8044,11	8341,74	8650,39	8970,45
Gastos de ventas	1425,00	1477,73	1532,40	1589,10	1647,90
Diferidos	1350,00	1399,95	1451,75	1505,46	1561,16
Publicidad y propaganda	75,00	77,78	80,65	83,64	86,73
2. Costos variables	96850,797	100434,28	104150,34	108003,91	112000,05
Materia prima	96850,797	100434,28	104150,34	108003,91	112000,05
COSTO Y GASTOS TOTAL	157201,88	166274,59	171884,65	177702,29	183735,17

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Cabe manifestar que los costos están a proyecciones de mano de obra, servicios básicos gastos administrativos y ventas como también de materia prima indirecta, fueron calculados en base al porcentaje de la inflación que está vigente en el año 2023 el cual corresponde al 3,12% dato tomado de la página del Banco Central del Ecuador.

Costo unitario de los productos lácteos

Para determinar el costo unitario de los productos lácteos se debe considerar los datos del costo de producción total y la producción anual, esto permitirá conocer cuánto le cuesta a la empresa producir una unidad para tener una idea concisa de la utilidad que se puede obtener.

A continuación, se detalla cada uno de estos rubros y determina cual es el costo unitario y su respectiva utilidad.

$$C.U.P = CT/QT$$

Donde:

C.U.P = Costo Unitario de Producción

C.T= Costo Total

Q.T= Cantidad Total a Producir

Costo unitario del queso

Tabla N° 65
Costo del queso

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION QUESO					
DETALLE	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
Costo total	53001,56	54827,09	56720,17	58683,29	60719,05
Producción anual	31343	37167	43708	51044	59258
Costo unitario	1,69	1,48	1,30	1,15	1,02

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Costo unitario del yogurt

Tabla N° 66
Costo del yogurt

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION YOGURT					
DETALLE	AÑOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
Costo total	157201,88	166274,59	171884,65	177702,29	183735,17
Servicio anual	94030	111501	131125	153132	177774
Costo unitario	1,67	1,49	1,31	1,16	1,03

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Presupuesto de ingresos

Los ingresos que se tomarán en cuenta en el presente proyecto están ligados a la producción estimada y cantidad de productos lácteos demandados para los futuros años de vida de la nueva empresa láctea, los precios estimados para el nuevo producto se han establecido previamente en el estudio de mercado, en donde se analizó a la competencia y costos necesarios para la producción de los quesos y yogures.

Ingresos anuales proyectados

Para realizar los ingresos anuales se considera que es necesario el conocimiento previo de la siguiente relación:

$$I = Q * P$$

Donde:

I= Ingreso por Ventas

U= Cantidad de precios ofrecidos

P= Precio de venta

La empresa ARCA DE NÖE con respecto a su producción obtendrá los siguientes ingresos:

Tabla N° 67
Ingresos proyectados

INGRESOS ANUALES PROYECTADOS			
AÑO 2023	Cantidad a	Precio por	Total de Ingresos
Unidades	Ofertarse por	unidades	
	unidades		
Queso	31343	1,65	51716,445
Yogurt	94030	1,8	169253,82
TOTAL	125373	3,5	220970,265
Año 2024			
Queso	37167	1,71	63594,3472
Yogurt	111501	1,87	208126,955
TOTAL	148667	3,58	271721,302
Año 2025			
Queso	43708	1,77	77554,1379
Yogurt	131125	1,94	253813,542
TOTAL	174833	3,71	331367,68
Año 2026			
Queso	51044	1,84	93921,3205
Yogurt	153132	2,01	307378,867
TOTAL	204176	3,85	401300,188
Año 2027			
Queso	59258	1,91	113069,78
Yogurt	177774	2,08	370046,551
TOTAL	237032	3,99	483116,331

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

Estados financieros

Estado de pérdidas y ganancias

En el cuadro de estado de Pérdidas y Ganancias refleja información sobre la utilidad que se obtendrá en base a proyecciones realizadas en base a los ingresos y gastos anteriores, es decir, en el estado de pérdidas y ganancias podemos ver todos los descuentos en los que incurre la empresa durante su operación.

Tabla N° 68
Estado de pérdida y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	220970,2 7	271721,3	331367,6 8	401300,1 9	483116,331 1
EGRESOS					
Costos de Producción	49941	51653,15	53428,79	55270,13	57179,60
Mano de obra directa	3395,90	3521,55	3651,85	3786,96	3927,08
Materia prima	36201,51	37540,97	38929,98	40370,39	41864,10
Costos generales de Fabricación	10343,45	10590,63	10846,96	11112,77	11388,42
UTILIDAD BRUTA	171029,4 1	220068,1 5	277938,8 9	346030,0 6	425936,73
Gastos de operación	3060,70	3173,95	3291,38	3413,16	3539,45
gastos Administrativos	2585,70	2681,37	2780,58	2883,46	2990,15
Gastos de ventas	475,00	492,58	510,80	529,70	549,30
UTILIDAD OPERACIONAL	167968,7 1	216894,2 1	274647,5 1	342616,8 9	422397,28
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	167968,7 1	216894,2 1	274647,5 1	342616,8 9	422397,28
15% participacion trabajadores	25195,31	32534,13	41197,13	51392,53	63359,59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	142773,4 0	184360,0 8	233450,3 8	291224,3 6	359037,69
Impuesto a la renta 25%	35693,35	46090,02	58362,60	72806,09	89759,42
UTILIDAD DEL EJERCICIO	107080,0 5	138270,0 6	175087,7 9	218418,2 7	269278,27

Nota: realizado por grupo de investigadoras. Fuente: datos tomados de las tablas anteriores

Estados de Situación Financiera

Tabla N° 69

Estado de Situación Financiera

Cuentas	ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	196722,02	345148,64	505464,29	703923,89	947248,52	1243207,00
Disponible						
Caja-bancos	196722,02	\$345.148,64	\$505.464,29	\$703.923,89	\$947.248,52	\$1.243.207,00
ACTIVO FIJO	\$105.974	\$92.742	\$79.511	\$66.279	\$53.048	\$39.816
Depreciable						
Maquinaria y equipos	\$53.396	\$48.590	\$43.784	\$38.979	\$34.173	\$29.368
Vehículo	\$51.460	\$43.226	\$34.993	\$26.759	\$18.526	\$10.292
Equipo de computo	\$450	\$378	\$306	\$234	\$162	\$90
Muebles y enseres	\$669	\$548	\$428	\$308	\$187	\$67
OTROS ACTIVOS	\$7.099	\$5.679	\$4.259	\$2.839	\$1.420	\$0
Diferidos						
Gastos de constitución	\$1.800	\$1.440	\$1.080	\$720	\$360	\$0
Gastos de imprevistos5%	\$5.299	\$4.239	\$3.179	\$2.119	\$1.060	\$0
TOTAL ACTIVO	\$309.794,72	\$443.570,08	\$589.234,46	\$773.042,79	\$1.001.716,16	\$1.283.023,37
PASIVO						
A corto plazo						
Arriendo por pagar	-	\$1.500	\$1.556	\$1.613	\$1.673	\$1.735
15% participación trabajadores	-	25195,31	32534,13	41197,13	51392,53	63359,59
TOTAL PASIVO	\$0	\$26.695	\$34.090	\$42.810	\$53.065	\$65.094

PATRIMONIO						
Capital social	\$309.794,72	\$309.794,72	\$309.794,72	\$309.794,72	\$309.794,72	\$309.794,72
Utilidad acumulada	-	0,00	107080,05	245350,11	420437,89	638856,16
Utilidad del ejercicio	-	107080,05	138270,06	175087,79	218418,27	269278,27
TOTAL PATRIMONIO	\$309.794,72	\$416.874,77	\$555.144,83	\$730.232,61	\$948.650,88	\$1.217.929,15
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$309.794,72	\$443.570,08	\$589.234,46	\$773.042,79	\$1.001.716,16	\$1.283.023,37

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

En la tabla anterior se muestra el balance general donde se da a conocer como está constituida la nueva empresa, considerando los datos de propiedad de la empresa, así como también las obligaciones que esta tiene, esto permite que los inversionistas tengan la idea de cómo va a crecer el mercado, también tomen una adecuada decisión para mejorar la producción en base a posibles futuras capitalizaciones, lo cual es de beneficio para la nueva empresa.

Estado de Flujo de Efectivo

Los datos que se presentan a continuación corresponden a los rubros que la empresa presenta al iniciar su producción, también lo que va a generar durante el periodo proyectado de 5 años de vida de la empresa.

Tabla N° 70
Flujo de Efectivo

FLUJO DE CAJA	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
A. ingresos Operacionales		220970,265	271721,3019	331367,6803	401300,1878	483116,3311
Ingresos por ventas		220970,265	271721,3019	331367,6803	401300,1878	483116,3311
B. Egresos operacionales		44689,1115	46342,60863	48057,28514	49835,40469	51679,31467
Materia prima		36201,51	37540,97	38929,98	40370,39	41864,10
Mano de obra directa		3395,90	3521,55	3651,85	3786,96	3927,08
Costos indirectos de fabricación		\$2.031	\$2.106	\$2.184	\$2.265	\$2.349
Gastos administrativos y de ventas		3060,70	3173,95	3291,38	3413,16	3539,45
C. FLUJO Operacional A-B		176281,1535	225378,6933	283310,3952	351464,7831	431437,0165
D. Ingresos no operacionales	\$309.794,72	\$3.662,82	\$3.662,82	\$3.662,82	\$3.662,82	\$3.662,82
Aportes de capital	\$309.794,72					
Depreciación y amortización		\$3.663	\$3.663	\$3.663	\$3.663	\$3.663
E. Egresos no operacionales	309794,721	60888,65565	78624,15062	99559,72195	124198,6241	153119,0139
Participación de utilidades		25195,31	32534,13	41197,13	51392,53	63359,59
Pago de impuestos		35693,35	46090,02	58362,60	72806,09	89759,42
Adquisición de activos fijos	\$105.974					
Cargos diferidos	\$7.099					
Capital de trabajo	196722,02					
F. Flujo no operacional		\$-57.225,84	\$-74.961,33	\$-95.896,91	\$-120.535,81	\$-149.456,20
G. Flujo Neto Generado C+F		\$119.055,31	\$150.417,36	\$187.413,49	\$230.928,98	\$281.980,82
H. Saldo Inicial de caja		196722,02	\$315.777,33	\$466.194,69	\$653.608,18	\$884.537,16
I. Saldo final de caja		\$315.777,33	\$466.194,69	\$653.608,18	\$884.537,16	\$1.166.517,98

Nota: realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* datos tomados de las tablas anteriores

En la tabla anterior se refleja de donde proviene el dinero con lo que contara la futura empresa “ARCA DE NÖE” durante su existencia, como también la distribución del mismo, el valor residual con el que la empresa contara para el quinto año de vida útil fue calculado con los valores de las tablas anteriormente presentadas.

Evaluación financiera

Una vez que se ha concluido con el estudio de mercado, estudio técnico y estudio económico se procede a realizar la factibilidad económica del presente proyecto, dando a conocer si la inversión que se va a determinar será rentable y además de ello que se recupere en un tiempo estimado, resultados que es de importancia para los inversionistas.

Tasa de Rendimiento Aceptable (TMAR)

La tasa mínima de ganancia de la inversión que realizaran los inversionistas, esto permite establecer cuál será el rendimiento generado de la nueva empresa láctea, tomando en cuenta el porcentaje de riesgo del negocio.

Tabla N° 71
Tasa de Rendimiento Aceptable

VARIABLE	PORCENTAJE
Promedio Tasa Activa+ Pasiva	7,79%
Riesgo del negocio	5%
TMAR	12,79%

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Para el presente proyecto se ha determinado que la TMAR es de 12,79%, mediante la cual se determinará cual va a ser la inversión realizada para el montaje de la empresa, con este resultado se ha detallado en la tabla anterior.

Valor Actual Neto (VAN)

Tabla N° 72
Valor Actual Neto

Años	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo de efectivo actualizado	Flujo acumulado
INV	-309794,72	1,00	-309794,72	-309794,72
1	119055,31	0,89	105554,85	-204239,87
2	150417,36	0,79	118237,92	-86001,96
3	187413,49	0,70	130613,80	44611,84
4	230928,98	0,62	142690,82	187302,66
5	281980,82	0,55	154477,98	341780,65
TMAR	12,79%			
VAN	\$341.780,65			
TIR	45%			

Nota: Realizado por grupo de investigadoras. *Fuente:* Datos tomados de las tablas anteriores

Mediante el cálculo del VAN para el presente proyecto se ha determinado un valor de **\$341.780,65** resultado favorable para los inversionistas de la nueva empresa láctea, puesto que es un proyecto factible cuando su resultado es mayor a cero, entonces el desarrollo de la nueva empresa láctea es variable desde este punto de vista.

Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla N° 73
Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	
Año del último flujo de efectivo actualizado acumulado negativo	2
Primer flujo de efectivo actual acumulado positivo	44611,84
Inversión inicial	309794,72
PRI	2,14

Nota: Realizado por grupo de investigadoras de acuerdo a las tablas anterior

P.R.I = 2 años, 1mes, 4 días

En el cálculo de periodo de recuperación de la inversión de ha permitido determinar que la nueva empresa empezará a generar ingresos a partir de los dos años, un mes y cuatro días, lo cual podemos observar que este dentro de los 5 años de vida útil de la empresa, permitiendo recuperar la inversión realizada en un plazo de corto tiempo.

Relación Costo Beneficio

Tabla N° 74
Costo Beneficio

Años	Ingresos por ventas	Cotos	Factor actual	Ingresos actualizados	Costos actualizados
1	220970,27	53001,56	0,887	195912,99	46991,36
2	271721,30	54827,09	0,786	213590,78	43097,69
3	331367,68	56720,17	0,697	230939,57	39529,90
4	401300,19	58683,29	0,618	247963,05	36260,36
5	483116,33	60719,05	0,548	264666,35	33263,81
TOTAL				1153072,75	199143,13
RB/C	5,79				

Nota: Realizado por grupo de investigadoras de acuerdo a las tablas anterior

La empresa láctea mostró una relación costo-beneficio de 79%, que supera el costo de producción, considerando que por cada 5 dólares invertidos se recuperarán 0,79 centavos.

CONCLUSIONES

- El marco teórico ha sido sustentado mediante citas bibliográficas de fuentes verídicas, logrando así conceptualizar los temas investigados este apartado que ayudaría con el desarrollo del plan de negocio posteriormente, en el estudio de mercado se utilizó la técnica de la encuesta, mediante esto se logró determinar la oferta y la demanda, así como la segmentación del mercado donde se definió el mercado meta en el sector urbano del cantón Latacunga
- En el estudio técnico se logró establecer los requerimientos del proyecto, determinar el tamaño en función del mercado, las instalaciones, la mano de obra, materia prima, maquinaria y equipo entre otros. Se pudo establecer la localización óptima del proyecto tanto micro y macro localización, determinando la micro localización en el barrio San Agustín del Callo, parroquia Mulaló. Ubicado en el centro de la ciudad con una infraestructura rentada para la ejecución del mismo, es importante realizar los diagramas de procesos para conocer la cadena de valor de los procesos de la empresa.
- Para la inversión se necesitará un total de 309.794,72\$, misma que se realizará en un 57% por cinco socios y 43% por tres accionistas de la empresa. El Tiempo de Retorno de la Inversión se determinó para un periodo de 2 años, 1 mes, 4 días el tiempo de recuperación de la inversión es favorable para los socios o accionistas Se concluye que la empresa es rentable.

RECOMENDACIONES

- Al implementar el plan de negocios en las empresas se tomar en cuenta las opiniones, gustos y preferencias de los consumidores, ya que esto permitirá determinar la aceptación de los productos en el mercado.
- Las empresas deberían contar con las normas de calidad que exige el ministerio de salud en los productos y en las operaciones de la empresa para su correcto funcionamiento.
- Para complementar el desarrollo del proyecto es necesario contar con accionistas, que aporten el capital necesario para que la empresa empiece a tener actividad económica.

Bibliografía

Administrativo, P. (2022). *Delsol*. Obtenido de Delsol:

<https://www.sdelsol.com/blog/pymes/etapas-del-proceso-administrativo/#:~:text=El%20proceso%20administrativo%20es%20el,etapas%20de%20direcci%C3%B3n%20y%20control>.

Anónimo. (5 de mayo de 2021). *Educación continua*. Obtenido de Educación continua:

<http://especializate.usat.edu.pe/blog/los-cuatro-beneficios-de-un-plan-de-negocios/#:~:text=El%20especialista%20se%20C3%B1ala%20que%20un,la%20empresa%20a%20otro%20producto>.

Berenstein, M. (28 de enero de 2019). Las características del emprendedor, según Paulo Coelho. *emprendedoresnews*, págs.

<https://emprendedoresnews.com/emprendedores/las-caracteristicas-del-emprendedor-segun-paulo-coelho.html>.

Calviño, F. (12 de octubre de 2022). *Emprender*. Obtenido de Emprender:

<https://www.shopify.com/co/blog/que-es-el-emprendimiento>

Esparza, J. (s.f.). *Análisis y evaluación de de inversión*. Obtenido de Análisis y

evaluación de de inversión: <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/UnidadII-ACPSC-137.pdf>

Gomez. (s.f.). *Facultad de economía*. Obtenido de Facultad de economía:

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

González, N. (13 de junio de 2018). Pasos básicos en el proceso de planificación.

Magenta, págs. <https://magentaig.com/proceso-de-planificacion/>.

González, S. S., Viteri, D. A., Izquierdo, A. M., & Verdezoto, G. O. (2020). Modelo de Gestión Administrativa para el desarrollo empresarial del hotel Barros en la

ciudad de Quevedo. *Modelo de Gestión Administrativa*. Universidad de Cienfuegos, Quevedo. doi:ISSN: 2218-3620

Grapsas, T. (22 de noviembre de 2017). *Rockcoment*. Obtenido de Rockcoment:

<https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/>

Guachi, N. (2020). *Caracterización de sistemas de producción bovina intensiva en el cantón latacunga*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Cotopaxi, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7013/1/PC-000981.pdf>

INEC. (17 de Octubre de 2010). *INEC*. Obtenido de INEC:

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Cotopaxi/Fasciculo_Latacunga.pdf

INEN. (2012). NORMA GENERAL PARA QUESOS FRESCOS NO MADURADOS. REQUISITOS. Quito, Ecuador.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (9 de Diciembre de 2021). *Centro de la Industria Láctea del Ecuador*. Obtenido de Centro de la Industria Láctea del Ecuador: <https://www.cil-ecuador.org/post/el-sector-1%C3%A1lcteo-ecuatoriano-se-reactiva-con-miras-positivas-para-el-2022>

LARA Vilema, S. E., & ANDRADE Ashqhi, E. S. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA DE PRODUCTOS LÁCTEOS "INNOLAC", PARROQUIA SAN JUAN- CANTÓN RIOBAMBA, AÑO 2018 [Tesis de Ingeniería, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]*.

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13977>.

Macou, J. (s.f.). *Industriales Escuela de Negocios*. Obtenido de Industriales Escuela de Negocios: <https://www.ienupm.com/pdd/estados-financieros-que-son/>

Mallo, E., Artola, A., Pascual, E., Morettini, M., & Busetto, R. (s.f.). Análisis de Costo-Volumen-Utilidad bajo. *Punto de equilibrio*. Congreso Argentino de Profesores, Tandil.

Martínez, J. (2022). *Nubox*. Obtenido de Nubox:

<https://blog.nubox.com/empresas/inversion-inicial-requerida-y-capital-de-trabajo#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20inicial%20para%20el,la%20contrataci%C3%B3n%20del%20personal%20que>

Martinez, L. (2022). *Euroinnova*. Obtenido de Euroinnova:

<https://www.euroinnova.ec/que-es-y-para-que-sirve-la-gestion-administrativa>

Morales Martín, F. J. (s.f.). CONCEPTO DE PROYECTO: LECCIONES DE EXPERIENCIA . *Conceptos de proyecto*. Fundación General de la Universidad Politécnica de Madrid , Madrid.

MORENO, L. B. (2016). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESO MOZZARELLA DEL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO [Tesis de Ingeniería, Universidad Tecnológica Indoamérica]*.

<https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/516/1/TESIS%20LUISA%20BELINIA%20MORENO%20CACERES-01.pdf>.

Moyano, L. E. (2015). *Plan de negocios*. Lima: Macro EIRL.

Pérez, P., & Gardey, A. (30 de Junio de 2021). *Definición de oferta*. Obtenido de Definición.DE: <https://definicion.de/oferta/>

Perez, R. (2022). *Khan Academy*. Obtenido de Khan Academy:

<https://es.khanacademy.org/economics-finance-domain/microeconomics/supply-demand-equilibrium/demand-curve-tutorial/a/lesson-summary-demand-and-the-determinants-of-demand>

- Primicias. (14 de Mayo de 2022). *Redacción primicias*. Obtenido de Redacción primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/productores-cotopaxi-alerta-abigeato-bajos-precios-leche-ecuador/>
- Responsabilidad Social Empresarial*. (2022). Obtenido de Responsabilidad Social Empresarial: <https://responsabilidadsocial.net/emprendimiento-que-es-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/>
- Rivera, E. (septiembre de 2022). Tipos de emprendimiento: características y tips para empezar. *tiendanube*, págs. <https://www.tiendanube.com/blog/tipos-de-emprendimiento/>.
- Rubio, A. N. (2 de marzo de 2021). *Conoce los pormenores de la macro y micro localización de un proyecto*. Obtenido de RPJMConsultoría: <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>
- TENECELA, B. C. (2011). *Plan de Expansión de Ventas Aplicada a la Microempresa "Lácteos Los Pinos" [Tesis de Ingeniería, Universidad de Cuenca]*. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1179/1/tad1030.pdf>.
- Thompson, I. (2008 de Abril de 2022). *Marketing-Free.com*. Obtenido de Marketing-Free.com: <https://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>
- Váquiro, J. D. (11 de septiembre de 2009). *La Depreciación en las Finanzas*. Obtenido de Pymesfuturo: <https://www.pymesfuturo.com/depreciacion.htm>
- Villarán, K. W. (2009). *Plan de Negocios*. Perú: USAID/Perú/MYPE COMPETITIVA.

ANEXOS

Encuesta aplicada a comerciantes de alimentos y bebidas en la Ciudad de Latacunga

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE LÁCTEOS EN EL BARRIO SAN AGUSTÍN DE CALLO DE LA PARROQUIA MULALÓ”

Objetivos:

- Analizar algunas variables del mercado para poder desarrollar el plan de negocio para la creación de una empresa productora de lácteos en el barrio San Agustín de Callo de la Parroquia Mulaló
- Determinar la demanda y la oferta potencial del producto

Instrucciones

Distinguidos clientes a continuación se presentará un cuestionario por favor dignase a contestar con la mayor sinceridad posible de las siguientes preguntas ya que esto nos ayudará a recopilar información valiosa para solucionar el problema.

PREGUNTAS PARA EL CLIENTE

1. Tamaño de la empresa

- a) Pequeño (de 1 a 3 empleados)
- b) Mediano (de 4 a 7 empleados)
- c) Grande (de 8 a 10 empleados)

2. ¿Compra queso, yogurt para comercializar?

- a) a. Si b. No

3. ¿Con qué frecuencia compra este producto?

- a) Semanal b) Quincenal c) Mensual

4. ¿Si se creara una empresa láctea en la parroquia Mulaló, Barrio San Agustín de Callo compraría sus productos?

- a) Si b) No

5. ¿Cuál es el aspecto que mayormente le interesaría de los productos?

- a) Precio b) Calidad c) Sabor d) Presentación

6. ¿Usted cuál de los productos comercializa más?

- a. Queso. b. Yogurt

- 7. ¿Qué cantidad de queso usted compra a la semana?**
- a. 5 unidades
 - b. 10 unidades
 - c. 15 unidades
 - d. 20 unidades
 - e. 25 unidades
- 8. ¿Cuál es el precio a pagar por el queso?**
- a. Queso de 250 gr. (1,00 a 2,00)
 - b. Otro valor
- 9. ¿Qué cantidad de queso usted compra a la semana?**
- a. 15 frascos
 - b. 20 frascos
 - c. 30 frascos
 - d. 40 frascos
 - e. 50 frascos
- 10. ¿Cuál es el precio a pagar por el yogurt?**
- a. Yogurt de 250 gr. (1,50 a 1,75)
 - b. Otro valor
- 11. ¿La compra del producto es?**
- a. Crédito
 - b. Contado
- 12. ¿Cuál es el medio que prefiere para que se conozca la empresa y sus productos?**
- a. Radio
 - b. Televisión
 - c. Internet
- 13. ¿Usted considera que la empresa tendrá crecimiento comercial si utiliza publicidad de forma permanente?**
- a. Si
 - b. No

Gracias por su atención

DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	COSTO	VALOR RESIDUAL	AÑOS VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y equipo	\$56.433	\$5.643	10	5078,97
Muebles y enseres	\$679	\$68	5	122,13
Equipo de computo	\$450	\$90	5	72
Vehículos	\$52.420	\$10.484	5	8387,2
TOTAL				13660,3

AMORTIZACIÓN

INVERSION DIERIDA		
CONCEPTO	COSTO	VALOR RESIDUAL
Gasto de constitución	\$2.300	\$460
Gastos imprevistos 5%	\$5.499	\$1.100
TOTAL		\$1.560

ROL DE PAGOS

Mano de Obra indirecta								
RRHH	Contador	Sueldo	IESS Empelado 9,45%	IESS Empleador 11,15%	Décimos	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
Gerente	1	800	75,6	89,2	100	66,67	980,27	11763,2
Total RRHH Producción							980,27	11763,20

Mano de obra directa								
RRHH	Cantidad	Sueldo	IESS Empelado 9,45%	IESS Empleador 11,15%	Décimos	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
obreros	1	450	42,53	50,18	70,83	37,50	565,98	6791,80
obreros	1	450	42,53	50,18	70,83	37,50	565,98	6791,80
Total RRHH Producción							1131,97	13583,60

Mano de obra indirecta								
RRHH	Cantidad	Sueldo	IESS Empelado 9,45%	IESS Empleador 11,15%	Décimos	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
Recepcionista	1	450	42,53	50,18	70,83	37,50	565,98	6791,80
Personal de limpieza	1	450	42,53	50,18	70,83	37,50	565,98	6791,80
Despachador	1	450	42,53	50,18	70,83	37,50	565,98	6791,80
Analista	1	450	42,53	50,18	70,83	37,50	565,98	6791,80
Total RRHH Producción							2263,93	27167,20

INFORME DE URKUND

Document Information

Analyzed document	Plan de Negocios Tesis corregida (1) (1) (1).docx (D158814419)
Submitted	2/16/2023 5:53:00 PM
Submitted by	
Submitter email	roberto.arias@utc.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	roberto.arias.utc@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / tesis-craclon-de-un-centro-de-acopio-de-leche.doc Document tesis-craclon-de-un-centro-de-acopio-de-leche.doc (D14136727) Submitted by: lescano.mary@gmail.com Receiver: angeleta.salazar.utc@analysis.arkund.com	2
SA	Plan de negocios para la creacion de una planta procesadora de lcteos en el cantn Pichincha, ao 2013.txt Document Plan de negocios para la creacion de una planta procesadora de lcteos en el cantn Pichincha, ao 2013.txt (D12867451)	1
SA	TESIS 100% FINAL-1.docx Document TESIS 100% FINAL-1.docx (D146381650)	4
SA	TESIS MAESTRÍA_SANDRA GUAMÁN.pdf Document TESIS MAESTRÍA_SANDRA GUAMÁN.pdf (D31928606)	2
W	URL: https://blog.rubox.com/empresas/inversion-inicial-requerida-y-capital-de-trabajo#:~:text=La%20... Fetched: 2/16/2023 5:54:00 PM	1
SA	9A_GRUPO#4_PLAN_DE_NEGOCIO_MICROEMPRESA_CHESSLAC 5.docx Document 9A_GRUPO#4_PLAN_DE_NEGOCIO_MICROEMPRESA_CHESSLAC 5.docx (D111325686)	1
SA	PAOLA_SAGBAY(1).pdf Document PAOLA_SAGBAY(1).pdf (D111353190)	1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / Plan de Negocios Tesis corregida (1) (1).docx Document Plan de Negocios Tesis corregida (1) (1).docx (D158558833) Submitted by: heddy.caiza4748@utc.edu.ec Receiver: roberto.arias.utc@analysis.arkund.com	1
SA	TESIS-AVILA PEÑAFIEL.docx Document TESIS-AVILA PEÑAFIEL.docx (D120562626)	1
W	URL: https://www.sdelosol.com/blog/pymes/etapas-del-proceso-administrativo/#:~:text=EI%20proceso%20a... Fetched: 2/16/2023 5:53:00 PM	1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / TESIS ANDREA GUTIERREZ corrección 2.docx Document TESIS ANDREA GUTIERREZ corrección 2.docx (D154364014) Submitted by: marlon.tinajero@utc.edu.ec Receiver: marlon.tinajero.utc@analysis.arkund.com	1