



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

Título:

Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia
Aláquez, provincia Cotopaxi.

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Magíster en
Administración de Empresas.

Autor:

Tapia Jácome Jorge Rubén, Ing.

Tutora:

Hernández Medina Patricia, PhD.

LATACUNGA-ECUADOR

2022

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi” presentado por Tapia Jácome Jorge Rubén, para optar por el título Magister en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal de lectores que se designe.

Latacunga, junio del 2022



.....
PhD. Patricia Hernández Medina.
C.I. 1757739204

APROBACIÓN TRIBUNAL.

El trabajo de titulación: “**Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi**”, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Latacunga, junio del 2022.

.....
Ing. Marlon Rubén Tinajero Jiménez PhD.
C.I. 0502080336
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Ing. Msc. Santiago Fernando Ramírez Jiménez.
C.I. 1713065405
LECTOR 2

.....
Ing. Msc. Mónica Patricia Salazar Tapia.
C.I. 0502138191
LECTOR 3

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia quien estuvo siempre desde que empecé a escribir esta tesis, ya que gracias a ellos he tenido la suficiente constancia para poder terminarla pese a las múltiples adversidades que se han presentado en el proceso.

Rubén Tapia

AGRADECIMIENTO

A través del presente quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que con su conocimiento aportaron de forma directa o indirecta para la culminación de este trabajo de investigación.

Rubén Tapia.

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.


Latacunga, junio del 2022.


.....
Jorge Rubén Tapia Jácome.
C.I. 0503697724

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual, total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.


Latacunga, junio del 2022.


.....
Jorge Rubén Tapia Jácome.
C.I. 0503697724

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: **“Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi”**, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, junio del 2022.



.....
Ing. Marlon Rubén Tinajero Jiménez Phd.
0502080336

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Título: Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi.

Autor: Jorge Rubén Tapia Jácome

Tutor: PhD. Patricia Hernández Medina

RESUMEN

El presente trabajo titulado: Plan de negocios para la creación de un centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia de Cotopaxi, tuvo por objetivos: Identificar las condiciones requeridas para la creación de un centro de acopio de leche, Caracterizar la oferta y la demanda de leche en la Provincia, Realizar el estudio técnico, organizacional y financiero de la creación del centro de acopio de leche, parroquia de Aláquez, provincia de Cotopaxi, la metodología utilizada se sustentó en una investigación de tipo descriptiva ya que detalla las características de una población, con el propósito de conocer hábitos y actitudes a través de una recolección de datos que serán analizados minuciosamente con el fin de obtener resultados significativos que contribuyan al conocimiento a través de la aplicación de encuestas para adquirir la información más relevante de los clientes potenciales. Los resultados obtenidos señalan en el estudio financiero la factibilidad del negocio mediante los principales indicadores de evaluación como la tasa interna de retorno que es del 76 % mientras que el valor actual neto ascendió a \$ 120.858,13.

PALABRAS CLAVE: Clientes, Evaluación Financiera, Inversión, Plan de Negocios Circular.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Title: Business Plan for the creation of a milk collection center, Aláquez parish, Cotopaxi province.

Author: Ing. Jorge Rubén Tapia Jácome
Mentor: Ph.D. Patricia Hernandez Medina

ABSTRACT

The present work entitled: Business plan for the creation of a milk collection center, Aláquez parish, Cotopaxi province, had the following objectives: Identify the conditions required for the creation of a milk collection center, Characterize the supply and demand for milk in the Province, Carry out the technical, organizational and financial study of the creation of the milk collection center, parish of Aláquez, province of Cotopaxi, the methodology used was based on a descriptive investigation since it details the characteristics of a population, with the purpose of knowing habits and attitudes through a collection of data that will be thoroughly analyzed in order to obtain significant results that contribute to knowledge through the application of surveys to acquire the most relevant information of potential customers . The results obtained indicate in the financial study the feasibility of the business through the main evaluation indicators such as the internal rate of return, which is 76%, while the net present value amounted to \$120,858.13.

KEY WORDS: Clients, Financial Evaluation, Investment, Circular Business Plan.

Diana Maribel Panchi Herrera con cedula de identidad número **0503977985** Licenciada en: Ciencias de la educación con mención en ingles con número de registro en la SENESCYT 1020-2016-1736817; **CERTIFICO** haber revisado y haber aprobado la traducción al idioma ingles del resumen del trabajo de investigación con el título: "Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi" de Jorge Rubén Tapia Jácome, aspirante a magister en Administración de Empresas.

Latacunga, junio 2022



Lic. Diana Maribel Panchi Herrera
C.I. 0503977985

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	vi
RENUNCIA DE DERECHOS.....	vii
AVAL DEL VEEDOR.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
1.1. Antecedentes	6
1.2. Fundamentación Epistemológica	9
1.3. Fundamentación del Estado del arte	21
1.4. Conclusiones Capítulo I.....	24
CAPITULO II. PROPUESTA	25
2.1. Resumen ejecutivo	25
2.2. Título del Proyecto.....	26
2.3. Estratégica	26
2.4. Inversión.....	32
2.4.1. Inversión inicial.....	32
2.4.2. Inversionistas	33
2.4.3. Gastos operativos.	34
2.4.4. Materia prima.	34
2.4.5. Mano de obra directa.....	35
2.4.6. Costos Indirectos de Fabricación.	35
2.4.7. Insumos.	35
2.4.8. Depreciación.	36
2.4.9. Mantenimiento.	36

2.5.	Plan estratégico.....	37
2.6.	Ubicación y tamaño de la empresa.....	37
2.7.	Análisis del entorno.....	38
2.7.1.	Macro entorno.....	39
2.7.2.	Micro entorno.....	48
2.8.	Diagnóstico Situacional.....	51
2.9.	Ventaja Competitiva.....	54
2.10.	Análisis de la Demanda.....	54
2.11.	Análisis de la Oferta.....	56
2.12.	Mercado Potencial.....	56
2.13.	Business Model.....	56
2.13.1.	Canales.....	57
2.13.2.	Relación con el Cliente.....	57
2.13.3.	Fuentes de Ingresos.....	57
2.13.4.	Recursos clave.....	58
2.13.5.	Actividades clave.....	58
2.13.6.	Socios clave.....	58
2.13.7.	Modelo de ingresos.....	58
2.14.	Evaluación Financiera.....	60
2.14.1.	Determinación de la tasa de descuento.....	60
2.14.2.	Valor Actual neto (VAN).....	61
2.14.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	62
2.14.4.	Relación Beneficio Costo.....	63
2.14.5.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	63
2.15.	Gestión de Marketing.....	64
2.15.1.	Objetivos propuestos.....	64
2.15.2.	Las estrategias para utilizarse.....	65
2.16.	Conclusiones Capítulo II.....	66
CAPITULO III. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....		67
3.1.	Evaluación de Expertos.....	68
3.1.1.	Informe de validez.....	68
3.1.2.	Matriz de Consolidación de expertos.....	69
3.1.3.	Información sobre expertos.....	69
CONCLUSIONES GENERALES.....		71

RECOMENDACIONES GENERALES.....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
ANEXOS	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Plan de negocios Circular	18
Gráfico 2. Logo del Negocio.....	26
Gráfico 3.Ubicación de la empresa	38
Gráfico 4. Producto Interno Bruto (PIB).....	39
Gráfico 5. Evolución de la Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF).....	40
Gráfico 6. Valor Agregado Bruto Petrolero y no Petrolero	41
Gráfico 7. Valor Agregado Bruto de la Agricultura	41
Gráfico 8. De que trabajan los Cotopaxenses	43
Gráfico 9. En qué Trabajan los Cotopaxenses	43
Gráfico 10. Competitividad en el país.....	45
Gráfico 11. Ranking y Score histórico del Ecuador 2009-2019	46
Gráfico 12. Pilares Empresariales y Otras Variables	46
Gráfico 13. Destino de la leche	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sistema de Tareas.....	3
Tabla 2. Características de los Emprendedores.....	10
Tabla 3. Puestos de Trabajo dentro de la empresa.	32
Tabla 4. Inversión Inicial	32
Tabla 5. Fuentes de Financiamiento.....	33
Tabla 6. Tabla de Amortización.....	33
Tabla 7. Gastos Operativos	34
Tabla 8. Costo de Materia Prima.....	34
Tabla 9. Mano de Obra Directa.....	35
Tabla 10. Costos Indirectos de Fabricación	35
Tabla 11. Insumos	36
Tabla 12. Depreciación	36
Tabla 13. Mantenimiento	37
Tabla 14. Formación Bruta de Capital Fijo por sector Económico	40
Tabla 15. Existencias de ganado vacuno	42
Tabla 16. Industria láctea en Ecuador.....	48
Tabla 17. Síntesis de la encuesta aplicada	52
Tabla 18. Matriz FODA	53
Tabla 19. FODA cruzado	53
Tabla 20. Análisis de la demanda	55
Tabla 21. Ingresos	59
Tabla 22. Estado de Resultados	59
Tabla 23. Flujo de caja	60
Tabla 24. Datos WACC	61
Tabla 25. Costo de Capital Promedio Ponderado	61
Tabla 26. Datos VAN.....	62
Tabla 27. Valor Actual Neto	62
Tabla 28. Tasa Interna de Retorno	62
Tabla 29. Relación beneficio costo	63
Tabla 30. Resultado beneficio costo	63
Tabla 31. Estrategias a utilizar.	65

Tabla 32. Matriz de consolidación de expertos.....	69
Tabla 33. Información sobre expertos.....	70

INTRODUCCIÓN

Los **Antecedentes** del presente trabajo de titulación tienen como línea de investigación la administración y economía para el desarrollo humano y social que permite el desarrollo de la propuesta de un Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi. Este tema tiene una relación amplia con la línea de investigación ya que contribuye a la creación de nuevos emprendimientos y así poder desarrollar todas las habilidades y destrezas adquiridas en la Maestría de Administración de Empresas, mediante un análisis de la viabilidad y factibilidad de la empresa para su posible implementación.

Según el artículo 277, numeral 5, de la Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente, 2008), para la consecución del buen vivir, el Estado tendrá el deber de “Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley”

El Plan Nacional de Desarrollo propone que Ecuador hasta el 2030 asegurará los derechos a la salud mediante el impulso de hábitos saludables en la vida de sus habitantes enfocado en la prevención de enfermedades. En su segundo eje economía al servicio de la sociedad mediante el objetivo número cinco propone promover la competitividad y productividad para el desarrollo económico sostenible de forma solidaria e igualitaria, que requiera de la generación valor, innovación a través de la asociatividad, la economía social y solidaria (Senplades, 2017).

En este contexto, se garantiza el fomento para la creación de nuevos emprendimientos, según las leyes y reglamentos expuestos, lo cual contribuye a la propuesta de creación de un plan de negocios, para fomentar a proyectos de desarrollo que contribuyan con la sociedad.

En cuanto al **planteamiento del problema de investigación**, el barrio El Tejar de la Parroquia Aláquez se caracterizaba por su producción agrícola, lo cual cambió debido a la llegada del agua por aspersión a esta localidad en el año 2010; desde ese momento los moradores del sector fueron inclinándose más a la producción de

leche, de ahí que hoy en día existe una gran producción de leche en el barrio, que no es aprovechada debido a algunas causas como: la existencia de muchos intermediarios que no les pagan lo justo a los ganaderos y esto afecta a la economía local, además la falta de personas emprendedoras que busquen el desarrollo colectivo del barrio y también la inexistencia de fábricas de lácteos en la parroquia.

Los intermediarios cancelan valores de entre: 0,30 ctvs., a 0,36 ctvs., de dólar afectando a cada uno de los productores de leche del sector pese a que existe el Acuerdo Ministerial No. 394, desde el 04 de septiembre de 2013, el cual establece que las industrias lácteas y en general toda persona natural o jurídica que adquiera leche cruda, está obligada a reportar los precios pagados a sus proveedores a la Subsecretaria de Producción Pecuaria. El precio de venta al público de la leche en funda es de 0,80 ctvs. De dólar; razón por la cual, el precio de indexación por litro de leche pagado al productor es de 0,42 ctvs., de dólar más bonificaciones por calidad.

Los productores que podrían asociarse al inicio de este proyecto son 500 ganaderos del sector, estos se pueden incrementar con facilidad debido a que los intermediarios pagan muy poco a los productores y al pagar un poco más se ganaría su fidelización, además se ayudará a dar más fuentes de empleo en el sector, disminuyendo así la tasa de migración hacia las ciudades.

Después de plantear la problemática de investigación se procedió a **formular el problema** que es: ¿Cuáles son los requerimientos mínimos para hacer viable un centro de acopio de leche Barrio EL TEJAR parroquia Aláquez?

El **Objetivo general** es diseñar un plan de negocios para la creación de un centro de acopio de leche, Barrio EL TEJAR, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi.

Se establecieron tres **objetivos específicos** que son:

- Identificar las condiciones requeridas para la creación de un centro de acopio de leche.
- Caracterizar la oferta y la demanda de leche en la Provincia.

- Realizar el estudio técnico, organizacional y financiero de la creación del centro de acopio de leche en el barrio el Tejar, parroquia de Aláquez, provincia de Cotopaxi.

Para el desarrollo de los objetivos planteados se estableció el siguiente **sistema de tareas** que se describe en la tabla 1.

Tabla 1. Sistema de Tareas

Sistema de tareas	
Objetivos Específicos	Tareas
Identificar las condiciones requeridas para la creación de un centro de acopio de leche.	Revisión de literatura sobre los modelos de centros de acopio de leche. Recopilación de información sobre la creación de centros de acopio en condiciones similares. Determinación de las condiciones requeridas en todos los ámbitos para la creación de un centro de acopio de leche.
Caracterizar la oferta y la demanda de leche en la Provincia.	Conocimiento de la situación actual de los productores. Diseño, validación, del cuestionario para la aplicación de las encuestas a productores. Recopilación de información sobre los demandantes de leche cruda (empresas del sector). Análisis e interpretación de datos.
Realizar el estudio técnico, organizacional y financiero de la creación del centro de acopio de leche en el barrio el Tejar, parroquia de Aláquez, provincia Cotopaxi.	Revisión de los recursos requeridos tanto materiales como tecnológicos, las fuentes de financiamiento, la mano de obra, además la estructura que tendría y que procesos que se deben cumplir para la creación de un centro de acopio. Evaluación de la factibilidad técnica y financiera.

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Justificación y/o Importancia de este proyecto se fundamenta en las posibilidades de desarrollo económico y social que puede generar la creación de un centro de acopio de leche en el barrio El Tejar de la Parroquia Aláquez, ya que este será generador de empleos de forma directa e indirecta, para los pobladores de esta región, de igual manera podrá contribuir a mejorar las condiciones sociales de aquellos campesinos que por su actividad ganadera son directamente los beneficiarios de este plan de negocios.

La puesta en marcha de este tipo de proyectos beneficia directamente al campesino del sector, en cuanto se den las condiciones para su desarrollo, entre campesinos, gobierno e inversión privada. La utilidad de este plan de negocios radica en mejorar la rentabilidad de su producción, así como garantizar que sus productos serán adquiridos a un precio justo acorde al mercado.

La Metodología es el conjunto de procedimientos planificados que guiarán la investigación que se llevará a cabo para la recolección y análisis de la información. Esta proporcionará conocimientos sobre la producción lechera en el sector de El Tejar para así obtener conclusiones sobre la aceptación del proyecto.

Dentro de la investigación se trabajará una investigación de tipo descriptiva ya que detalla las características de una población, con el propósito de conocer hábitos y actitudes a través de una recolección de datos que serán analizados minuciosamente con el fin de obtener resultados significativos que contribuyan al conocimiento a través de la:

Aplicación de encuestas para adquirir la información más relevante de los clientes potenciales, además permitirá caracterizar a los oferentes del producto.

Con la elaboración de estudios financieros se establecerá el tiempo de recuperación de la inversión, teniendo en cuenta un margen de utilidad, al igual que mediante cuadros de inversión se establecerá el valor con el que la empresa se constituirá.

También se realizarán estudios pertinentes en cuanto a gastos y costos totales de la organización y de ese modo tener claro cuánto se debe desembolsar mensualmente para cubrir sus gastos, además establecer el volumen de ventas adecuado su sostenibilidad, rentabilidad y crecimiento.

A través de las respectivas estadísticas se obtendrá conocimiento acerca de las tendencias de crecimiento del mercado con la toma de decisiones que sirvan para poder enfrentar la realidad del mercado en cuanto a este servicio.

La metodología que se pretende seguir en la presente investigación es el inductivo-deductivo ya que se parte de la observación de un fenómeno particular

relacionado con la forma en que los agricultores de la región comercializan sus productos, la disponibilidad de materia prima, entre otras para llegar a conclusiones de valor para el proyecto.

Para la recolección de la información relacionada con la actual oferta de leche del sector, y otro tipo de información relevante que permita el desarrollo de este proyecto de investigación, se utilizará como principal medio de recolección de información encuestas dirigidas a agricultores del sector de El Tejar.

Se tendrá en cuenta información que puede ser suministrada por entidades públicas y privadas, además de información pública.

Para calcular el total de la población objeto de estudio se considerará el número aproximado de 500 familias, y cada familia cuenta con un aproximado de 3 integrantes.

En cuanto a las técnicas e instrumentos para la recolección de información esta se realiza a partir del desarrollo de la encuesta programada con preguntas cuidadosamente elaboradas, que permita ser un medio de recolección rápida, económica y de ágil cuantificación e interpretación.

Como instrumento tenemos un cuestionario predeterminado con preguntas de fácil comprensión y con respuestas cerradas, para su fácil tabulación e interpretación.

Con este instrumento de recolección de información se obtendrán datos esenciales para la prestación del servicio. Como, por ejemplo, condiciones de entrega, calidad del producto, entre otros.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes

Los planes de negocios de centros de acopio se han convertido en los últimos años en base de desarrollo de varios sectores como son los ganaderos particularmente en la producción de leche, contribuyendo con la generación de empleo, por lo que se han desarrollado varias investigaciones académicas relacionadas al tema.

Lescano y Tipán (2015) quienes desarrollaron un estudio para establecer un centro de acopio basado en el análisis técnico, social, económico y ambiental concluyendo que un centro de acopio está orientado a la adquisición de leche de las familias ganaderas pertenecientes al barrio San Ramón, dando así al producto un control de calidad óptimo, que permita mantener los nutrientes propios de la leche cruda, almacenamiento y revisión, luego de lo cual será vendida a las empresas pasteurizadoras y queseras aledañas a la parroquia San Francisco de Mulaló.

Los autores partieron de la identificación del problema el cual es que la mayor parte de las personas del barrio San Ramón se dedican a la producción de leche y por ende tienen un bajo nivel socio-económico, luego realizaron un análisis de la industria láctea y de los centros de acopio del sector. Realizando un análisis de la oferta y demanda para conocer la viabilidad del plan de negocios.

Los autores realizaron un análisis de los principales elementos a tomar en cuenta dentro del negocio entre los que destacan;

- **Los recursos Financieros.** todo negocio para iniciar conlleva una serie de costos por ende se debe realizar un análisis financiero en el cual se detalle todos estos costos, es decir el valor total de cuanto costo llevar a cabo este

proyecto, identificando cuanto va a requerir cada área dentro del negocio para su correcto funcionamiento.

- **La mano de obra.** Identificar qué y cuanto personal se necesita en cada área para que esta funcione de una manera óptima sin incurrir en elevados costos.
- **La localización.** Es un factor esencial debido a que debe estar en un sitio estratégico en donde tenga acceso a lo que es la tecnología, la comunicación, pero principalmente en donde tenga gran aceptación con sus clientes tanto internos como externos.
- **La Distribución de la planta.** Los espacios deben ser distribuidos eficientemente tomando en cuenta todas las áreas que estarán inmersas dentro de la organización como lo son, atención al cliente, administración y las diversas áreas de recepción, acopio y posventa del producto, tomando en cuenta siempre la efectividad del centro de acopio.

Por su parte Yambay (2016) en la investigación sobre un centro de acopio y enfriamiento de leche, plantea que es necesario elaborar e implementar un plan de negocios y realizara un diagnóstico situacional que permitió conocer el mercado.

Al realizar el análisis de esta investigación se identificó que tomó en cuenta similares aspectos que la investigación de Lescano y Tipán (2015) por ende la estructura requerida pareciera ser generalizada para los distintos centros de acopio de leche.

Realizaron el estudio de mercado identificando las variables que pueden afectar a su negocio y tomando en cuenta estos factores para poder tener éxito en la implementación de su plan de negocios, omitiendo errores que sean perjudiciales para el negocio y considerando las ventajas y potencialidades del sector y del negocio a emprender.

En la investigación desarrollada por Lozano (2014) sobre la propuesta de un plan de negocios para la implementación de un centro de acopio y comercialización de leche fresca en la zona de Yacuambi, identifica que una de las ventajas del centro de acopio para la comercialización de leche fresca es, que las condiciones climáticas no afectarán su abastecimiento ya que durante todo el año tendrán su producto a

tiempo gracias a los ganaderos de la zona de Yacuambi y considerando que este proyecto tiene la visión social que permitirá a la vez crear fuentes de trabajo por medio de organizaciones comunales y a la vez mejorar el estilo de vida de los habitantes de la zona.

En los últimos años el sector de Yacuambi ha crecido en producción de leche por ende se procedió a la investigación enfocándose en un estudio de mercado, además de las etapas y características de la materia prima, con lo cual se detalla la producción y disponibilidad de materia prima en el sector, también se considera que tendrán el apoyo del sector público, además relacionan el análisis financiero con el cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

Esta investigación se enfoca principalmente en la ubicación estratégica del centro para no tener desabastecimiento de productos, y por ende poder atender a todos sus clientes acorde a las necesidades que estos presenten de forma oportuna y adecuada.

Vargas (2010) en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de leche en el sector de Mindo Provincia de Pichincha, evidencia la viabilidad comercial, técnica, organizacional, legal y financiera: para la creación futura de una empresa productora y comercializadora en el sector, siendo así que al tratarse de un mercado muy especial en donde la demanda crece conforme a la oferta, se demuestra la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de leche cruda, de tal forma que el factor crítico de éxito para una finca productora de leche no está dado por la cantidad que puede ofrecer sino por la calidad de entrega del producto.

Por su parte Pulamarin (2012), en su propuesta de centro de acopio y enfriamiento de leche en la asociación de productores agropecuarios San Francisco de Monjas Bajo, del Cantón Cayambe, determina que para establecer el centro de acopio y enfriamiento de leche se debe partir de un análisis técnico, social y ambiental para mejorar la producción y calidad de la leche con un eficiente manejo de posturas.

Del análisis del segmento de las plantas pasteurizadoras y procesadoras de leche se obtuvo que en la región no existe competencia alguna bajo las condiciones aquí planteadas, es decir, leche suministrada en grandes volúmenes y refrigerada, sin embargo estas se abastecen del preciado líquido directamente del productor, asociaciones o cooperativas de la región y un 67 % de ellas prefieren a un intermediario transportador, en ambos casos se toma el riesgo de que no se reúnan unas condiciones óptimas de manejo, higiene y calidad arriesgando perderla por falta de controles sanitarios tanto en fincas como en el transporte.

Todos los autores llegan a la conclusión que es fundamental la creación de sus respectivos planes de negocios para mejorar la sostenibilidad de esos sectores, así como para la tecnificación de la producción y el desarrollo mutuo de la empresa y la comunidad, obteniendo así un desarrollo colectivo y de fácil progreso en el corto plazo cumpliendo los objetivos de la institución, pero sin dejar de lado a los productores que es el principal aliado.

1.2. Fundamentación Epistemológica

El estudio de los planes de negocios ha buscado comprenderse desde distintos conceptos y teorías entre los cuales se hallan: emprendedor, emprendimiento, generación de ideas, modelos de negocios, plan de negocios, estructura de un plan de negocios.

De acuerdo al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE), señala que **emprendedor** es la persona “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras”.

De acuerdo con Kao (1989) y citado por Alcaráz (2011) menciona que el emprendedor posee características muy especiales que se detallan a la tabla 2.

Tabla 2. Características de los Emprendedores

Factores motivacionales	Necesidad de logro
	Necesidad de reconocimiento
	Necesidad de desarrollo personal
	Percepción del beneficio económico
	Baja necesidad de poder y estatus
	Necesidad de independencia
	Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
	Necesidad de escape, de refugio o subsistencia
Características personales	Iniciativa personal
	Capacidad de decisión
	Aceptación de riesgos moderados
	Orientación hacia la oportunidad
	Estabilidad emocional / autocontrol
	Orientación hacia metas específicas
	Locus de control interno (atribuye a si mismo sus éxitos o fracasos)
	Tolerancia a la ambigüedad / incertidumbres
	Es receptivo en sus relaciones sociales
	Posee sentido de urgencia / tiempo valioso
	Honestidad / integridad y confianza
	Perseverancia / constancia
	Responsabilidad personal
	Es individualista
Es optimista	
Características físicas	Energía
	Trabajo con ahínco
Características intelectuales	Versatilidad / flexibilidad
	Creatividad / innovación / imaginación
	Búsqueda de la verdad e información
	Planificación y seguimiento sistemático de resultados
	Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)
	Visión comprensiva de los problemas
	Capacidad para solucionar problemas
Planificación con límites de tiempo	
Componentes generales	Liderazgo
	Orientación al cliente
	Capacidad para conseguir recursos
	Gerente / administrador de recursos
	Patrón de factores producción
	Exige eficiencia y calidad
	Dirección y gestión de la empresa
	Red de contacto
Comunicación	

Fuente: Tomado de Alcaráz (2011), (p.7).

Mediante el análisis del cuadro anterior presentado por Alcaráz (2011) se puede mencionar que dentro de las características de los emprendedores tenemos

1. **Factores motivacionales.** Son los que ayudan a identificar oportunidades para conseguir el desarrollo personal.
2. **Características personales.** Depende de la iniciativa personal y de la capacidad de decisión que esta tenga al vislumbrar las posibles oportunidades de negocios que se puedan presentar.
3. **Características físicas.** La persona pone toda su energía y ganas para hacer que el negocio prospere vislumbrando siempre a la consecución de objetivos.
4. **Características intelectuales.** Se debe analizar el ambiente para poder plasmar un buen negocio mediante la versatilidad, flexibilidad e innovación acorde a las necesidades actuales de un determinado sector.
5. **Competencias Generales.** Es tener un buen liderazgo para poder encaminar al negocio de una forma idónea para que este pueda crecer rápidamente y mantenerse en el mercado.

Analizando la afirmación de estas características tomadas en cuenta por Alcaráz (2011) se puede determinar que cada persona llega a ser un emprendedor acorde a la situación que está atravesando o a la solución de un determinado problema.

Gómez, Baquero y Álvarez (2019) señalan que:

El emprendimiento es un concepto que viene cobrando gran relevancia en el contexto global, específicamente en el ámbito económico, planteándose como una alternativa, principalmente en los países en vía de desarrollo, para hacer frente a las crisis que se generan como consecuencia de las políticas neoliberales. (p, 45)

En el contexto Querejazu (2020). Define al emprendimiento como:

La creación de nuevas empresas para el autoempleo y se ha convertido en una de las principales modalidades de generación de ingreso en contextos de economías en desarrollo, como las de América Latina. Dada la magnitud del fenómeno, las explicaciones que se han dado sobre su causalidad no son suficientes, por lo que resulta oportuno plantear otras perspectivas que aporten mayor información sobre las motivaciones de esos emprendedores, cuyo accionar parece multiplicarse (p. 4).

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM 1999) define al emprendimiento como "cualquier intento de nuevo negocio o creación emprendedora, tal como el auto empleo, un nuevo negocio para la organización o la expansión de un negocio existente por un individuo o un equipo de individuos o negocio establecido" (p.1).

Según los autores Pulgarín y Cardona, (2011) existen 10 variables asociadas al emprendimiento las cuales se clasifican de la siguiente forma:

➤ **Necesidades de logro**

- Ser persistente.

Implica actuar frente a un gran desafío, actuar repetidamente y estar al tanto de la estrategia utilizada para afrontar el mismo. Igualmente la superación de obstáculos haciéndole frente a estos, conlleva a los grandes emprendedores a alcanzar sus metas y objetivos. Los emprendedores son responsables y están comprometidos con sus resultados.

- Buscar oportunidades e iniciativa.

Las circunstancias no son un motivador para los emprendedores; un emprendedor actúa por iniciativa adelantándose a los hechos, aprovechando oportunidades y tomando delantera comprometido con su organización.

- Buscar riesgos calculados

Un emprendedor calcula riesgos deliberadamente, evalúa sus alternativas, toma decisiones, actúa para reducir riesgos o controlar resultados.

- Exigir eficiencia y calidad

La necesidad por realizar las cosas mejor y más rápidas, garantiza el cumplimiento de las normas de forma excelente, teniendo en cuenta procesos y requisitos para así cumplir y exceder las expectativas dentro de la organización.

- Cumplir sus compromisos

Un emprendedor valora la buena voluntad y resultados a largo plazo más que ganancias a corto plazo. Su esmero y sacrificio personal por la realización de una labor permite realizar las tareas más exigentes, así como su esfuerzo para satisfacer a su equipo de trabajo y clientes.

➤ **Necesidades de afiliación**

- Planificar sistemáticamente

Para la toma de decisiones es necesario estipular tiempo de entrega de proyectos dentro de la organización, asignar tareas y hacer revisión de planes de acuerdo a las expectativas y recursos.

- Buscar información

Recurre a fuentes de información útiles para la empresa en cuanto a toma de decisiones se refiere. También un buen emprendedor se asesora de personas expertas que le aseguren una buena retroalimentación para llevarlo a cabo en la organización.

- Fijar metas

Los retos personales son impulsados por las metas y objetivos que se fija el emprendedor, ya que tiene una visión clara y una necesidad de poder que permite que en el largo y el corto plazo se esfuerce por conseguirlas.

➤ **Necesidades de poder**

- Ser persuasivo y construir redes de apoyo

El sentido habilidad para formular estrategias le da la capacidad de influir en otros y el curso de la organización de acuerdo a la situación que afronte, también delega a personas claves que pueden tener un alto impacto en el ambiente organizacional y el desempeño del equipo de trabajo para alcanzar los objetivos propuestos.

- Autoconfianza e independencia

Expresa confianza en su propia habilidad para enfrentar los retos y alcanzar el éxito de la compañía; al buscar la autonomía y el control de las reglas, atribuye a sí mismo y a su conducta las causas del éxito y sus fracasos (p.2).

Las variables asociadas con el emprendimiento nos ayudan a identificar las fortalezas que tiene cada persona dentro de un determinado campo y explotarlas al máximo, analizando también que debilidades son las que se presentan y tratando de minimizarlas con el fin de conseguir emprender y desarrollar negocios viables y rentables.

Es así como la creación de nuevas ideas ayuda a que el emprendedor llegue de una forma no tan tradicional hacia el consumidor y esto muchas veces funciona como un atrayente hacia los nuevos posibles consumidores ayudándolos a solventar y satisfacer las necesidades que estos presenten.

Selva, Domínguez y Ruiz (2017) señalan que:

Las técnicas de generación de ideas se pueden definir como "procedimientos para estimular el potencial creativo de los sujetos y ponerlo a disposición de la solución de diversos tipos de problemas". Estas

técnicas tienen un amplio uso en el ámbito de la publicidad y marketing donde la creatividad es un elemento fundamental. (p.3).

La generación de ideas en si se vincula con la creatividad y el poder ver a un producto o a un servicio desde una perspectiva diferente, pudiéndolo hacer atractivo para el cliente.

Petrini, Scherer y Back, (2016) citan algunos autores mencionando lo siguiente:

Modelo de negocios. Para que las empresas sintetizen el pensamiento sobre cómo hacer negocios y acercar sus productos / servicios al consumidor final, necesitan desarrollar un modelo de negocio (Zott, Amit y Massa, 2011; Lambert y Davidson, 2013). Diferentes autores presentan estructuras de modelos de negocio divididas en componentes (Dubosson-Torbay, Osterwalder & Pigneur, 2002; Chesbrough & Rosenbloom, 2002). El modelo de negocio Canvas detalla más los componentes y propone nueve bloques de construcción para definir los elementos de un modelo de negocio que cubren las cuatro áreas principales de una empresa: oferta (propuesta de valor), clientes (clientes objetivo, canales de distribución y relación), infraestructura (actividades clave, recursos y asociaciones) y aspectos financieros - costos e ingresos - (Osterwalder, 2004; Osterwalder, Pigneur y Tucci, 2005; Osterwalder y Pigneur, 2009). (p. 3).

Según los autores Ceretta, Reis y Rocha, (2016):

La expresión “modelos de negocio” no es nueva en la realidad práctica de los negocios, estando repleta de ejemplos en sectores tradicionales de la economía, sin embargo, en la academia, su origen aún es debatido por los investigadores. DaSilva y Trkman (2014) afirman que Bellman et al. (1957) publicó el artículo Sobre la construcción de un juego de negocios de múltiples etapas y múltiples personas, siendo el primero en mencionar modelos de negocios. Ya Markides (2013) aclara que el término fue mencionado por primera vez unos años antes, en el ensayo teórico " Insurance Research " de Frank Lang (1947). Para Magretta (2002), el origen está en las preguntas de Peter Drucker (¿quién es el cliente? ¿Qué hace el valor para el cliente?), que serían parte del proceso de autoevaluación del desempeño de una organización. Sin embargo, el punto de acuerdo entre los académicos sobre el tema es que la expresión adquirió protagonismo con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y el comercio electrónico. (p. 5).

Modelo de plan de negocios.

El modelo del plan de negocios que se enuncia a continuación fue desarrollado por Kenneth Andrews y presentado por Henry Mintzberg en su libro. El proceso estratégico, es planteado por Urzola (2002) en su artículo científico “Modelo para la elaboración de un plan de negocios para las empresas pequeñas y medianas”, en el cual cita lo siguiente:

El modelo inicia con la interacción entre los diversos elementos de la formulación de la estrategia, desde el reconocimiento de la responsabilidad no económica ante la sociedad, los valores personales de los administradores, los recursos de la empresa y la identificación de las oportunidades y los riesgos. La definición de la estrategia corporativa está enmarcada dentro de los propósitos y políticas que definen su empresa y su campo de acción.

Los procesos definidos en el desarrollo de la estrategia implican la consideración de los elementos del entorno, las oportunidades y los riesgos, las capacidades de la organización, los recursos corporativos y las competencias, de manera que se logre identificar la mejor coincidencia entre las oportunidades y los recursos.

Una vez definida la estrategia se requiere llevar a cabo la implantación del modelo, tomando las acciones necesarias para lograr los resultados definidos. Dentro de esta implantación se tienen en cuenta la estructura y las relaciones dentro de la organización, los procesos y comportamientos organizacionales y el liderazgo requerido para el logro de los resultados (p.6).

Plan de Negocios.

El plan de negocios es en donde se plasma todo lo que se debe tomar en cuenta para un nuevo negocio y el conjunto de estrategias a tomar para que este negocio sea exitosa y sostenible por muchos años.

Con respecto al plan de negocios Choque-Tolmo, Villalobos-Abarca y Herrera-Acuña, (2020), plantean que:

Tiene como objetivo principal analizar y planificar la estrategia de un negocio, basándose en la siguiente estructura común por los fondos nacionales públicos y privados: Resumen ejecutivo, Definición del negocio, Estudio de mercado, Estudio técnico, Organización, Estudio de la inversión y financiamiento, Estudio de los ingresos y egresos, y

Evaluación del proyecto. El conocimiento de cada punto correspondiente a la estructura mencionada, es vital para la elaboración de un plan de negocio. Si se desconoce alguno de ellos, se genera frustración y desmotivación en las personas que tienen una idea, pero poca orientación y habilidad para describir correctamente el negocio a realizar, cometiendo errores comunes como utilizar demasiadas palabras, no identificar la oportunidad de mercado, no describir claramente cuál es el negocio a abordar y no dejar claro sus términos.

Un plan de negocio es vital para iniciar un emprendimiento, como también para potenciar empresas establecidas que necesitan de recursos claves que no están al alcance de sus utilidades. Pero, ¿por qué es importante? Es de suma importancia, debido a que con un plan de negocio es posible presentar el emprendimiento a inversionistas, a fuentes de financiamientos públicos o privados, y de esta forma, obtener esos recursos que harán crecer el negocio, teniendo nuevas tecnologías en los procesos de producción para lograr una mayor competitividad en el mercado. Un plan de negocio es un documento donde el emprendedor o empresario plasma su reflexión estratégica y detalla toda información relacionada con su empresa o negocio.

Según los autores Thomsen y Gerard (2009), identifican que:

El plan de negocios recoge todos los elementos de su información comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio. Contribuye a un inicio más ordenado - en beneficio del emprendedor y su familia, red personal, consultores, y fuentes de financiamiento”. A partir de una Idea de Negocio, se debe realizar una evaluación previa de su potencial viabilidad antes de pasar a desarrollar un análisis estratégico que permitirá definir el Modelo de Negocio de la empresa. A su vez, el modelo planteado es la base para formular el plan de negocio que, de presentar dificultades, puede indicar, asimismo, su revisión. (p. 7).

El plan de negocios en si nos ayuda a identificar las principales variables a tomar en cuenta para poder generar una nueva idea de negocio la cual se pueda desarrollar mediante un buen análisis estratégico el cual se enfoque en la superación continua del negocio.

Salim (2005) señala que el plan de negocios es un “documento que contiene la caracterización del negocio, su forma de operar, sus estrategias, su plan para

conquistar participación de mercado y proyecciones de gastos, ingresos y resultados financieros”.

Pesce (2012) manifiesta que un “plan de negocios debe estar en constante actualización”, cuando una empresa y el mercado evolucionan el plan de negocios también debe seguir evolucionando.

Un plan de negocios vislumbra la empresa hacia el futuro y los aspectos importantes a tomar en cuenta para que este se desarrolle con mayor facilidad.

Los pasos para crear un plan de negocios según Borello (2004) son:

1. Iniciar con una visión
2. Formular la visión
3. Enlistar los objetivos
4. Establecer estrategias
5. Crear un plan de acción.

Todos estos pasos identificados ayudan a la consecución de la visión, la cual es la creación del centro de acopio y esta se puede lograr estableciendo estrategias adecuadas para cumplir los objetivos propuestos y así llegar a nuestra meta planteada con un adecuado plan de acción.

La estructura de un plan de negocios se determina través de los factores que influyen en la competencia para así lograr satisfacer al consumidor.

Se debe tomar en cuenta la siguiente estructura de acuerdo con Zorita (2015).

1. Definición del proyecto
2. Plan estructural.
3. Plan de Marketing.
4. Plan financiero
5. Estudio técnico y económico.

Cada elemento dentro de la estructura conlleva a un rol muy importante de acuerdo a la consecución del plan de negocios.

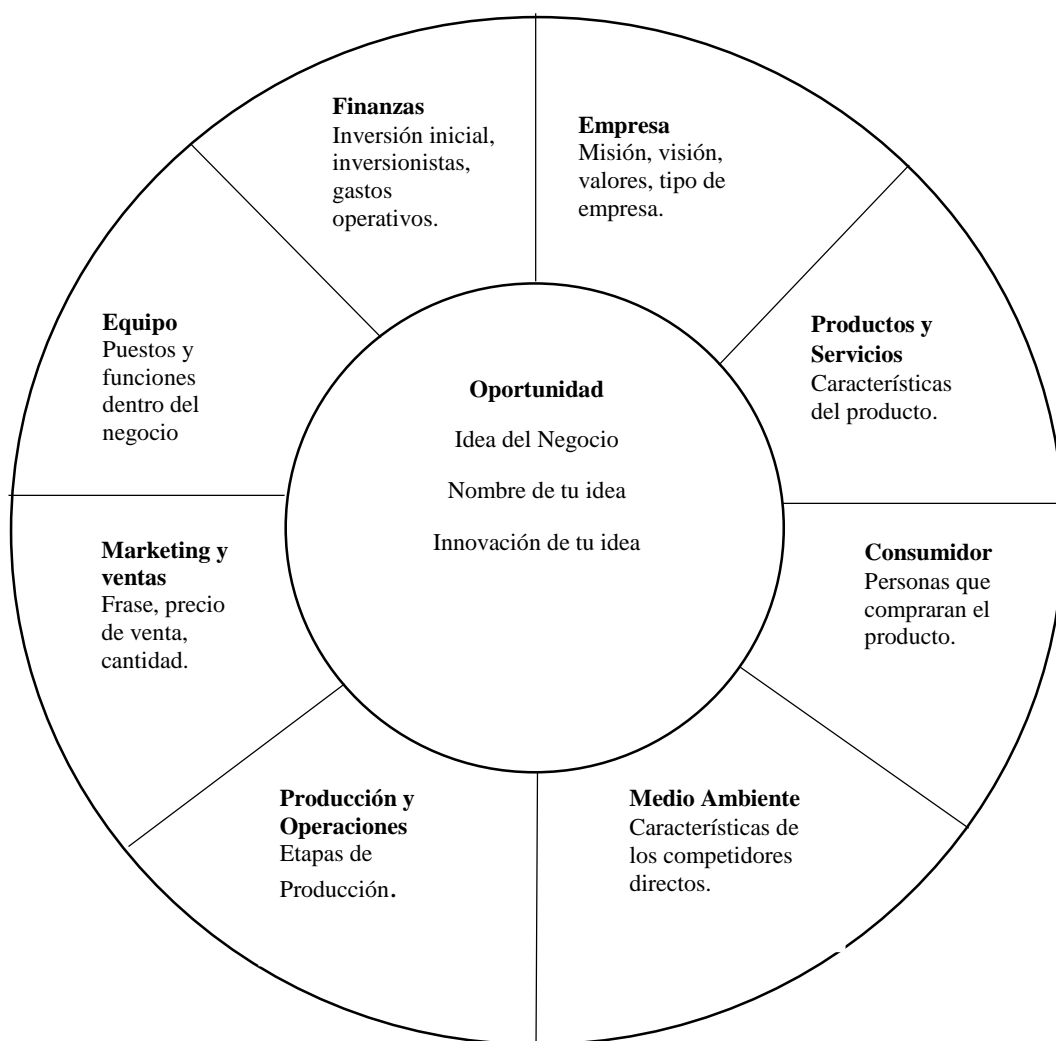


Gráfico 1. Plan de negocios Circular
Fuente: Tomado de Pinheiro y Ferreira (2014) (p.1).

A continuación, detallamos las variables a las cuales se enfoca el plan de negocios circular respondiendo a las preguntas que engloban cada una de ellas.

1. **Oportunidad.** - Es una idea innovadora y algo que los demás no vieron.
 - Idea del negocio.
 - Innovación de esta idea.
 - Nombre del negocio.
 - Idea económica, social y ambiental sostenible.
2. **Empresa.** - es un conjunto de personas las cuales están orientadas a cumplir el mismo fin.
 - Misión, visión y valores del negocio.
 - Tipo de empresa

- Fortalezas y debilidades.
- 3. Productos y Servicios.** - Es a que se va a dedicar en si la empresa.
- Características de los productos y servicios ofrecidos
- 4. Consumidor.** - Son las personas que demandan nuestro producto y los potenciales compradores a los cuales debemos enfocarnos.
- Expectativas del consumidor.
 - Principales clientes.
- 5. Medio Ambiente.** - Se debe tomar en cuenta a la competencia y como nos afecta directamente a la empresa en el corto y largo plazo.
- Oportunidades del mercado.
 - Amenazas del mercado.
 - Principales competidores en el mercado.
 - Características de la competencia.
- 6. Producción y Operaciones.** -Son las etapas que tendrá nuestro producto desde la fase inicial hasta la fase final que será el despacho del producto.
- Etapas de producción.
- 7. Marketing y ventas.** Se enfoca en toda la parte logística para que el producto se dé a conocer de forma rápida y concisa en nuestros posibles clientes.
- Frase del negocio.
 - Como y donde se darán a conocer los productos.
 - Cantidad de producto estimado.
 - Precio estimado del producto.
- 8. Equipo.** -es un grupo de personas que tienen un objetivo mutuo y luchan por conseguirlo.
- Puestos de trabajo o cargos
 - Funciones dentro de la empresa.

9. Finanzas. -Son todos los factores económicos a considerar dentro de la idea del negocio.

- Inversión inicial.
- Inversionistas.
- Gastos operativos.

Centro de Acopio.

Es un lugar en donde se concentra gran cantidad de productos de pequeños productores locales, los cuales están equipados con tecnología acorde al producto que estos acopien con el fin de garantizar la calidad del mismo, así como su conservación para su posterior venta.

Estructura del centro de acopio.

El centro de acopio debe considerar todo lo necesario para poder receptor y despachar en si el producto de una forma sencilla y óptima por ende su estructura debería contener lo siguiente:

- Razón Social.
- Constitución jurídica.
- Logotipo del centro de acopio.
- Estructura organizacional.
- Descripción del perfil de cargos.
- Direccionamiento estratégico.
- Misión
- Visión.
- Valores Corporativos.
- Objetivos y políticas.
- Estudio financiero.

También debe contar con la estructura física en donde se considera

- Sala de recepción, acopio de leche y post venta,
- Laboratorio.

- Oficina.
- Bodega.

Además, debe constar de un organigrama estructural en donde se considerara los siguientes cargos:

- Gerente.
- Contador.
- Químico Biólogo
- Recolector y despachador.

Se consideraron estos cargos ya que son indispensables para el funcionamiento adecuado del centro de acopio y su finalidad es mantenerlo mediante buenas decisiones acorde a los objetivos que se planteen.

1.3. Fundamentación del Estado del arte

Gutiérrez (2018) evaluó la eficacia y eficiencia del proyecto. Determinó la pertinencia en la implementación del proyecto, construcción de la planta y sostenibilidad del proyecto, evaluó el impacto generado después de la ejecución de los objetivos planteados, analizó los factores económicos y financieros de la producción de leche y sus derivados.

El proyecto fue orientado principalmente a beneficiar a la población estudiantil de las unidades educativas del municipio de Calamarca; en la alimentación y nutrición, a partir de provisión de desayuno escolar, asimismo, se preveía fortalecer y mejorar la capacidad productiva de las familias productoras.

En este artículo se pudo señalar que se trata de mejorar la economía del sector enfocándose en diversas áreas de un mismo sector y ayudándolos a solucionar el problema existente mediante una adecuada organización y utilizando los medios necesarios para lograr cumplir con los objetivos planteados.

En la Investigación desarrollada de acuerdo con los autores Duran, Pérez y Pérez (2020) con el tema: Articulación de productores de leche, un estudio multicaso en Córdoba, Colombia, tuvo como objetivo: Caracterizar la articulación de productores de leche en Córdoba, Colombia. Teniendo como resultados que la

cooperativa lechera dentro de la cadena productiva realiza: acopio (70% proviene de asociados), procesamiento y comercialización. El criterio de compra es entregar la leche fría para minimizar riesgos y contribuye al productor en recibir beneficio en el precio del producto.

La mayoría de las fincas lecheras son de tipo mediana; producen leche en promedio de 4,8 L/vaca/día, cuyo precio recibido en el mercado es de US \$0,32/L a US \$0.47/L. La articulación vertical se realiza entre los productores, las empresas de procesamiento y la cooperativa donde reciben apoyo en asistencia técnica y financiera; articulación horizontal basada en alianzas entre los productores para acopiar la leche en tanque frío y llegando a la conclusión que son pocos los productores asociados a una cooperativa para una mejor articulación dentro de la cadena valor, a pesar de que más de la mitad comercializa la leche en mercados formales les impide de cierta forma gozar de los beneficios que ofrece estar en una organización solidaria (p.1)

En este artículo se pudo identificar que hay la posibilidad de crear un centro de acopio aliándose con las personas del sector conociendo las necesidades que los aquejan y ayudándolos a solucionar las mismas mediante la creación de un centro de acopio que les ayudará a mejorar sus ingresos y por ende su economía.

En la investigación desarrollada por Gómez y Corredor (2018)

De acuerdo a la situación actual, se plantea como estrategia de comercialización la creación de un centro de acopio en el municipio de Herveo – Tolima. Este centro permitirá a los productores de esta zona y de sus alrededores mejorar su situación no solo económica sino que también social y cultural, mejorara la situación de competencia frente a otros municipios. La puesta en marcha de este proyecto influirá mucho en la mejora de la calidad de vida de los habitantes del municipio, incrementando las oportunidades laborales tanto del municipio, como también de municipios aledaños. Uno de los resultados importantes de este tipo de proyectos es mejorar los precios para los proveedores o productores asociados, mediante la organización del proceso de recolección y distribución, esto traerá lógicamente mejoras en los ingresos del agricultor

En la investigación se determina que el resultado del centro de acopio de leche ayudara a mejorar la economía del sector, así como la mejora de oportunidades laborales para las personas de dicha comunidad y así el beneficio mutuo.

El proyecto lo que busca es enfocarse en la mejora de los precios para los proveedores o productores asociados mediante la organización de estos para la consecución de metas y objetivos de las comunidades.

Merino y Yupa (2018), en su investigación determinan que

El estudio de mercado de la asociación de lácteos Chuquipogyo, teniendo como desventaja la alta oferta de productos similares en el mercado, considerando ofrecer productos de mayor aceptación que serán distribuidos en las tiendas de barrio, además se establecieron estrategias y segmentación de mercado para la venta de los productos lácteos ayudando al fortalecimiento y crecimiento de la asociación

Mediante la elaboración del plan de negocios, se determinó el proceso de producción de leche que impulsara al crecimiento económico en términos de ingresos y redistribución de ganancias obtenidas, sin embargo no solo constituye un estímulo para los socios en la recepción de la leche, sino también, un elemento constante de mejoramiento de la calidad de vida de sus familias, generando así fuentes de trabajo, el proyecto alcanzaría un flujo de efectivo de \$ 34.438,59 aumentando de forma progresiva.

El plan de marketing realizado determinó que existe a una demanda insatisfecha, que será captada por el proyecto para procesar en leche cruda, queso fresco, queso maduro y yogurt. El plan financiero presenta un resultado favorable con un TIR del 47% superior a la tasa de descuento, el VAN es de \$ 170.669,85 sin presentar en los proyectos un flujo operacional negativo. El impacto ambiental que genera el proyecto es mínimo ya que se reutilizará los residuos sólidos como abono orgánico, por lo que la contaminación ambiental es mitigada (p.96).

El plan de negocios se determina el proceso de producción de leche para el incremento de los ingresos de los pequeños productores del sector y el incremento de la economía local, tomando en cuenta los beneficios que este traerá para todos los implicados en este plan de negocios y el resto de los habitantes del sector.

1.4. Conclusiones Capítulo I

- Las variables asociadas con el emprendimiento nos ayudan a identificar las fortalezas que tiene cada persona dentro de un determinado campo y explotarlo al máximo, analizando también que debilidades son las que se presentan y tratando de minimizarlas con el fin de conseguir emprender y desarrollar negocios viables y rentables
- Se determina que la ubicación estratégica del centro de acopio ayuda a no tener desabastecimiento de productos, y por ende poder atender a todos sus clientes acorde a las necesidades que estos presenten de forma oportuna y adecuada.
- La posibilidad de crear un centro de acopio aliándose con las personas del sector conociendo las necesidades que los aquejan y ayudándolos a solucionar las mismas mediante la creación de un centro de acopio que les ayudará a mejorar sus ingresos y por ende su economía.

CAPITULO II. PROPUESTA

2.1. Resumen ejecutivo

El plan de Negocios siempre nace de una idea de superación personal, siempre busca nuevas metas y nuevos horizontes para el desarrollo tanto personal como colectivo, así nace la idea del plan de negocios para la creación del centro de acopio de leche en el barrio El Tejar, parroquia Aláquez,

El plan de negocios se lo va a realizar con una inversión tanto propia como la generada por una deuda hacia una institución financiera la cual se tratara de solventar en el menor tiempo posible acorde al nivel de ingresos que el centro de acopio lo permita.

El plan de negocios ayudará a la generación de fuentes de trabajo indirectas en el sector pagando un precio justo por el producto de los proveedores, los cuales deben garantizar la calidad del mismo.

Identificar los Ingresos, Costos y Gastos proyectados acorde al plan de negocios para así poder identificar la rentabilidad del negocio y su crecimiento sostenible acorde a datos concretos.

Los estados financieros proyectados nos ayudaran a vislumbrar las utilidades o pérdidas durante los periodos de tiempo venideros con la finalidad de tomar acciones correctivas a tiempo de ser necesarias y de ser el caso si se mantiene todo a un crecimiento sostenible y eficiente durante la proyección generar utilidades para la empresa.

El análisis de las variables financieras como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el periodo de recuperación de la inversión (PRI) nos

permitirá identificar si el proyecto en si es viable o no con una proyección estimada de todo el proyecto a 5 años.

2.2. Título del Proyecto

Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi.

2.3. Estratégica

Plan de negocios Circular

Oportunidad.

Idea del negocio.

Plan de Negocios para la creación de un Centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi.

Innovación de esta idea.

Generar un centro de acopio en el barrio el Tejar en donde los productores puedan entregar su producto a un precio justo acorde a lo indicado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, tomando en cuenta todas las normas de calidad del producto para poderlo comercializar con mayor facilidad posteriormente.

Nombre y logo del negocio.

VILLA LECHE.



*Gráfico 2. Logo del Negocio
Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén*

Idea económica, social y ambiental sostenible.

La idea principal es generar fuentes de ingresos y de trabajo para las personas del barrio el tejear de la Parroquia Aláquez y los sectores aledaños con la finalidad de mejorar la economía local y evitar así la migración a la ciudad, mediante un pago justo a los productores.

Empresa

Misión

Comercializar leche de la más alta calidad para la industria láctea, apoyando siempre al productor local.

Visión

Ser el principal expendedor de leche de las empresas de lácteos de las provincias de Cotopaxi y Pichincha, ofreciéndoles siempre productos de primera calidad, manteniendo un enfoque en el apoyo a la sociedad.

Objetivos

- Convertirse en uno de los principales centros de acopio de leche cruda a nivel local superando a la competencia.
- Entregar leche cruda de la mejor calidad a sus clientes.
- Impulsar actividades de desarrollo en el sector mediante la creación de fuentes de empleo indirectas.

Valores del negocio.

- Calidad.
- Honestidad.
- Puntualidad
- Respeto
- Reciprocidad.
- Compromiso con la sociedad.
- Constancia

Tipo de empresa

La empresa será netamente comercial es decir se dedicara a la compra y venta del producto sin proporcionar valor agregado adicional.

Fortalezas y debilidades.

Se enfoca en cuáles serán los puntos fuertes del negocio como fortalezas y lo opuesto es decir los puntos débiles como oportunidades de mejora las cuales pueden ser consideradas y mitigadas, además también tenemos las oportunidades que es lo que siempre hay que considerar para lograr los objetivos que la empresa se ha propuesto y finalmente las amenazas que es algo que la empresa no puede controlar pero puede hacer todo lo posible para que las amenazas afecten lo menos posible a la organización cuando estas se presenten.

Productos y Servicios

Villa Leche es una empresa dedicada a la compra y venta de leche cruda desde los productores locales hacia las grandes empresas obteniendo una ganancia por la venta del producto.

Consumidor. -Los principales clientes que tendrá la empresa son las grandes empresas de la sierra central dedicadas a la transformación de productos Lácteos.

Se deben cumplir con la principal expectativa de nuestros consumidores la cual es encontrar una gran cantidad de producto en un solo lugar y que este sea de buena calidad para poderlo comercializar sin problemas.

En la actualidad el proceso que se da es: los productores locales venden toda su producción diaria a intermediarios los cuales son los que abastecen a las grandes fábricas de lácteos.

Medio Ambiente. - Se debe tomar en cuenta a la competencia y como nos afecta directamente a la empresa en el corto y largo plazo.

1. Oportunidades del mercado.

Las oportunidades que se presentan en este mercado es que existe un solo centro de acopio de leche en la parroquia el cual solo recepta hasta mil litros de leche diarios, superando por mucho la producción local.

Es un mercado muy atractivo debido a que con el paso de los años la mayor parte de los sectores de Aláquez cuenta con agua de regadío por lo cual las personas han optado por producir y comercializar leche como fuente de ingreso.

2. Amenazas del mercado.

Fluctuación constante del precio del producto, gran índice de piqueros en el sector que ofrecen un precio alto a los clientes, asociatividad entre intermediarios, falta de leyes reguladoras en cuanto al expendio de la leche.

3. Principales competidores en el mercado.

Recolectores informales o intermediarios.

4. Características de la competencia.

Constante cambio de precios acorde a la cantidad de producto vendido.

Mala fama al momento de retirarles el producto.

Impago de la leche si se les retira el producto.

El volumen de comercialización de las familias del sector es de entre 30.000 a 50.000 litros de leche diarios lo cual no sería un problema el abastecimiento del centro de acopio.

Producción y Operaciones. -Son las etapas que tendrá el proceso desde la fase inicial hasta la fase final que será el despacho del producto.

Las operaciones del centro de acopio se basarán en las siguientes actividades.

1. Recolección de leche y control de calidad.
2. Almacenaje en el centro de acopio.
3. Despacho a los tanqueros de las empresas.
4. Recepción del pago por la venta del producto.
5. Pago a nuestros proveedores de la materia prima.

Marketing y ventas. Se enfoca en toda la parte logística para que el producto se dé a conocer de forma rápida y concisa en nuestros posibles clientes.

1. Frase del negocio.



2. Como y donde se darán a conocer los productos.

Los productos se darán a conocer mediante una venta directa hacia las empresas para poder negociar personalmente el cupo es decir la cantidad que se le entregaría, el precio adecuado y la forma de pago como se efectuara.

3. Cantidad de producto estimado.

La capacidad instalada del centro de acopio serán 10 mil litros de leche diarios, pero se estima un inicio con la mitad y una subida constante de mil litros anuales hasta conseguir el tope de nuestra capacidad instalada.

El sector produce de entre 30.000 a 50.000 litros diarios, los principales barrios que van a vender el producto a nuestra empresa son:

- El Tejar.
- San Marcos Grande.
- San Isidro.
- Santa Elena.
- El Banco.
- Chitan.
- Verdecocha.
- San Antonio

➤ Pilatán.

El acuerdo que se encuentra ya concretado es con el centro de acopio de Langualo el cual nos receptara 2000 litros diarios y 3000 litros que receptara la fábrica la Clementina.

Precio estimado del producto.

De acuerdo a un estudio realizado por la superintendencia del poder de mercado publicada en el 2017 acorde a los precios fluctuantes de los productos de lácteos corroboran que desde el año 2014 el valor al que compraban las empresas este producto varió de los \$ 0,42 ctvs., de dólar a un valor de \$ 0,49 ctvs., de dólar en el 2017, por ende, se determina un crecimiento desde el año 2017 hasta el año 2021 de 0,01 ctvs., de dólar dando un precio de \$ 0,50 ctvs., de dólar por litro comercializado.

Además, se consultaron los precios de comercialización de leche con el Concejal Ángel Plazarte quien es el propietario del centro de acopio de leche de Langualo el cual manifiesta que el precio de comercialización a Pasteurizadora Quito es de \$ 0,50 ctvs., de dólar por litro de leche.

Equipo. - es un grupo de personas que tienen un objetivo mutuo y luchan por conseguirlo.

Puestos de trabajo o cargos y funciones dentro de la empresa.

Tabla 3. Puestos de Trabajo dentro de la empresa.

Puestos de trabajo o cargos	Detalle	Funciones
Gerente	Es el encargado de tomar las decisiones para que el negocio siga funcionando correctamente.	Planificar Organizar. Dirigir. Controlar.
Contador	Es la persona la cual construye los estados financieros de la empresa y en los cuales podemos identificar que tenemos pérdidas o ganancias después de un periodo de tiempo determinado.	Elaboración de estados financieros. Prepara y presentar presupuestos. Análisis de los estados financieros Presentación de informes a los socios de la empresa. Declaraciones de impuestos, etc.
Químico Biólogo.	Estudia los componentes de un determinado producto.	Persona que se encarga de controlar la calidad del producto tanto en la recepción como en el despacho del mismo. Entrega informes periódicos de la calidad del producto con observaciones de mejora si hubiese alguna novedad.
Recolector	Es la persona que se encargara de recorrer las casas de nuestros proveedores en busca del producto.	Recolectar la leche de todos nuestros clientes. Medir de manera diaria el número de litros que se receipta. Medir la temperatura y el peso del producto de manera diaria. Conseguir más producto en sus recorridos. Despachar el producto a los tanqueros.

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.4. Inversión.

Son todos los factores económicos a considerar dentro de la idea del negocio.

2.4.1. Inversión inicial

Tabla 4. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
CONCEPTO	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo	\$ 20.000,00
Muebles y enseres	\$ 300,00
Equipo de computo	\$ 900,00
Equipo de oficina	\$ 400,00
TOTAL	\$ 21.600,00

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Se considera esta inversión inicial tomando en cuenta que ya se dispone de algunos elementos como lo son: el lugar que contendrá el tranque de enfriamiento y las oficinas administrativas que ya existen.

La inversión inicial contempla todo lo necesario para el inicio de operaciones del centro de acopio, tomando en cuenta que algunos de estos pueden variar acorde a la adaptación de cambios para mejora del centro de acopio y un adecuado funcionamiento.

También se consideró la capacidad instalada de los 10.000 litros diarios que se espera receptor a futuro en el centro de acopio.

2.4.2. Inversionistas

Será de un solo dueño y el dinero que haga falta para la consecución del proyecto se lo financiará con crédito de la banca ya sea pública o privada dependiendo la mejor tasa que convenga al proyecto.

Tabla 5. Fuentes de Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
CAPITAL DISPONIBLE	VALOR \$	PARTICIPACIÓN
Recursos Propios	\$ 5.000,00	23%
Recursos Terceros	\$ 17.000,00	77%
TOTAL	\$ 22.000,00	100%

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Como se ve los recursos serán el 23% de recursos propios y el 77% serán de capital del banco público el cual financiara el proyecto a una tasa de interés del 9.76 % anual como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 6. Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN						
PERIODO	0	1	2	3	4	5
CAPITAL		\$ 2.797,89	\$ 3.070,97	\$ 3.370,70	\$ 3.699,68	\$ 4.060,76
INTERES (9.76%)		\$ 1.659,20	\$ 1.386,13	\$ 1.086,40	\$ 757,42	\$ 396,33
PAGO		\$ 4.457,09	\$ 4.457,09	\$ 4.457,09	\$ 4.457,09	\$ 4.457,09
SALDO	\$17.000,00	\$14.202,11	\$ 11.131,14	\$ 7.760,44	\$ 4.060,76	\$ -

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

En esta tabla se va viendo la fluctuación de los valores del préstamo durante los 5 años hasta llegar a un pago total en los 5 años.

2.4.3. Gastos operativos.

Son todos los gastos en los que incurrirá la empresa al iniciar y mantener sus operaciones los cuales detallamos a continuación con una proyección a 5 años.

Tabla 7. Gastos Operativos

GASTOS OPERATIVOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	\$ 832.200,00	\$970.900,00	\$1.109.600,00	\$1.248.300,00	\$ 1.387.000,00
Mano de obra directa	\$ 14.694,40	\$ 15.429,12	\$ 16.200,58	\$ 17.010,60	\$ 17.861,14
CIF	\$ 3.788,99	\$ 3.978,44	\$ 4.177,36	\$ 4.386,23	\$ 4.605,54
TOTAL	\$ 850.683,39	\$990.307,56	\$1.129.977,94	\$1.269.696,83	\$ 1.409.466,68

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Los gastos operacionales que se utilizaron dentro de la proyección son: materia prima, mano de obra directa y Costos indirectos de fabricación (CIF).

2.4.4. Materia prima.

La materia prima en este caso va variando desde los 5.000 litros en el año cero hasta llegar a nuestra capacidad instalada en el año cinco el cual es completar los 10.000 litros diarios a un precio de compra de \$ 0,38 ctvs. por litro, identificando así un crecimiento anual de captación de leche del 20%, lo cual se ve detallado en la siguiente tabla.

Tabla 8. Costo de Materia Prima

COSTO DE MATERIA PRIMA					
MATERIA PRIMA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leche Q/Litros	2190000	2555000	2920000	3285000	3650000
Costo \$/Litros	\$ 0,38	\$ 0,38	\$ 0,38	\$ 0,38	\$ 0,38
TOTAL	\$ 832.200,00	\$ 970.900,00	\$1.109.600,00	\$1.248.300,00	\$ 1.387.000,00

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.4.5. Mano de obra directa.

La mano de obra directa consiste en los trabajadores que están directamente en el área de recolección del producto los cuales son un químico biólogo y un recolector de la leche y sus costos se detallan a continuación.

Tabla 9. Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA							
NOMBRE/ CARGO	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	APORTE PERSONAL (9,35%)	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO
Químico	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 39,74	\$ 51,64	\$ 507,73	\$ 6.092,80
Biólogo Recolector	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 56,10	\$ 72,90	\$ 716,80	\$ 8.601,60
TOTAL	\$1.025,00	\$ 85,42	\$ 85,42	\$ 95,84	\$ 124,54	\$1.224,53	\$14.694,40

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.4.6. Costos Indirectos de Fabricación.

Los principales Costos indirectos de fabricación que se utiliza son: los Insumos, la depreciación de la maquinaria y el equipo, así como también el mantenimiento de los mismos como se detallan a continuación:

Tabla 10. Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
CONCEPTO	VALOR \$/MES	VALOR \$/AÑO
Insumos	\$ 109,00	\$ 1.308,00
Dep. Maquinaria y Equipo	\$ 171,92	\$ 2.062,99
Mantenimiento	\$ 34,83	\$ 418,00
TOTAL	\$ 315,75	\$ 3.788,99

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.4.7. Insumos.

Los insumos es lo primordial que utilizaremos en el centro de acopio para mantener el producto en buen estado los cuales son Energía eléctrica, Agua, Teléfono e internet, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 11. Insumos

INSUMOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR \$/MES	VALOR \$/AÑO
Energía KW		\$ 60,00	\$ 720,00
Agua M3		\$ 2,00	\$ 24,00
Teléfono	1	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet	1	\$ 35,00	\$ 420,00
TOTAL		\$ 109,00	\$ 1.308,00

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

En el gasto por insumos acorde a la necesidad del centro de acopio en el año se utilizará un aproximado de \$ 1.308,00.

2.4.8. Depreciación.

Es el porcentaje de uso que se le da a un bien durante un periodo de tiempo y las cuales se detallan a continuación:

Tabla 12. Depreciación

DEPRECIACIONES						
ACTIVO	VALOR	%	VALOR RESIDUAL O DE SALVAMENTO	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Depreciación Maquinaria	\$ 20.000,00	10%	\$ 2.000,00	10	\$ 1.800,00	\$ 150,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 300,00	10%	\$ 30,00	10	\$ 27,00	\$ 2,25
Depreciación Equipo de Computo	\$ 900,00	33%	\$ 299,97	3	\$ 199,99	\$ 16,67
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 400,00	10%	\$ 40,00	10	\$ 36,00	\$ 3,00
TOTAL					\$ 2.062,99	\$ 171,92

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

En la tabla está calculado acorde a la vida útil de cada uno de los activos que se van a utilizar en el centro de acopio y su porcentaje de uso por año dándonos como resultado una depreciación anual de \$ 2.062,99

2.4.9. Mantenimiento.

Es el valor que se paga porque los equipos y la maquinaria se encuentren en buen estado y dicho valor se detalla a continuación.

Tabla 13. Mantenimiento

PORCENTAJE DE MANTENIMIENTO				
DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	PROPORCIÓN	VALOR \$/MES	VALOR \$/AÑO
Maquinaria y Equipo	\$ 20.000,00	2%	\$ 33,33	\$ 400,00
Equipo de Computo	\$ 900,00	2%	\$ 1,50	\$ 18,00
TOTAL			\$ 34,83	\$ 418,00

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

El mantenimiento que se dará a nuestra maquinaria y equipo se ha considerado solo el 2% debido a que son nuevos y no generaran mayor mantenimiento y dentro de ellos se encuentran la maquinaria y el equipo, así como el equipo de cómputo, por ende la suma del mantenimiento anual nos daría un total de \$ 418.00

Todas las variables que conllevan la elaboración de un plan de negocios circular ayudan a mejorar la perspectiva de nuestro plan de negocios enfocándonos en proponer metas concretas y objetivos claros los cuales sean logrados y ejecutados.

2.5. Plan estratégico

El nombre de la empresa que se va a crear es Villa leche es una empresa que se dedica a la compra y venta de leche, el emprendimiento se enfoca en captar la mayor cantidad de leche posible en el centro de acopio a un precio justo para los productores y posteriormente proceder a su venta con un margen de ganancia. La empresa cuenta con profesionales que garantizan la calidad del producto para poder ser vendido a las grandes empresas sin ninguna novedad.

La empresa dará trabajo de forma indirecta a muchas personas del sector debido a que las personas de este sector al tener más ganado lechero ocupan más personas para que los ayuden en las diversas actividades que esto conlleva y por ende ayudara en algo solventar la crisis económica que actualmente se está dando en nuestro país.

2.6. Ubicación y tamaño de la empresa.

La empresa estará ubicada en el Barrio rural EL TEJAR de la parroquia de Aláquez, se considera este sitio por ser estratégico ya que es el centro de los barrios rurales y se encuentra a 20 minutos del centro de la ciudad de Latacunga y a la misma distancia con los compradores del producto.

Además, es en este sector se encuentra ya la construcción de la infraestructura que va a recibir el tanque de enfriamiento, El tamaño aproximado es de unos 150 metros cuadrados en donde se enfocara la distribución tanto del centro de acopio en si como de las oficinas necesarias para su administración.



Gráfico 3. Ubicación de la empresa
Fuente: Google maps.

2.7. Análisis del entorno

El acopio a nivel nacional se mantuvo de manera constante lo que si se vio muy afectado fueron los precios ya que estos disminuyeron de forma considerable es así que un litro de leche el cual los productores comercializaban a \$ 0,40 ctvs., de dólar bajo y paso a costar \$ 0,30 ctvs., de dólar. Pero se debe considerar un factor muy importante ya que la leche procesada o en funda mantuvo su precio y algunas empresas hasta disminuyeron el producto de 1 litro a 900ml afectando así tanto a los productores como a los clientes, pero beneficiándose de gran forma la empresa privada.

El precio promedio que se ha mantenido en los últimos años en la recolección de leche es de 0.38 ctvs., de dólar incumpliendo así el acuerdo ministerial emitido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en el cual se especifica que el litro de leche saldrá de la finca a un valor de \$ 0,42 ctvs. La leche es un producto que siempre ha sido considerado uno de los principales producidos en la parroquia de Aláquez y la forma de fidelizar a los productores de este producto es ofrecerles un precio competitivo pero que se mantenga estable por mucho tiempo lo que ayudará a mejorar la economía local y fidelizar a los productores locales.

2.7.1. Macro entorno.

El proceso de análisis del macro entorno se enfoca en el análisis de algunas fuerzas que afectan la economía local las cuales son; Económica, Política y Tecnológica.

2.7.1.1. Fuerzas Económicas.

El análisis económico lo que busca es ayudar a identificar el comportamiento de la economía nacional en los últimos años, además ayudará a identificar las oportunidades y amenazas para un determinado sector económico en particular.

De acuerdo con el análisis del Banco Central del Ecuador se puede identificar que el Ecuador siempre ha sido proveedor de materias primas es decir de bienes primarios para la transformación en los grandes países tecnificados, entre las principales se encuentran el cacao, el banano y el petróleo.

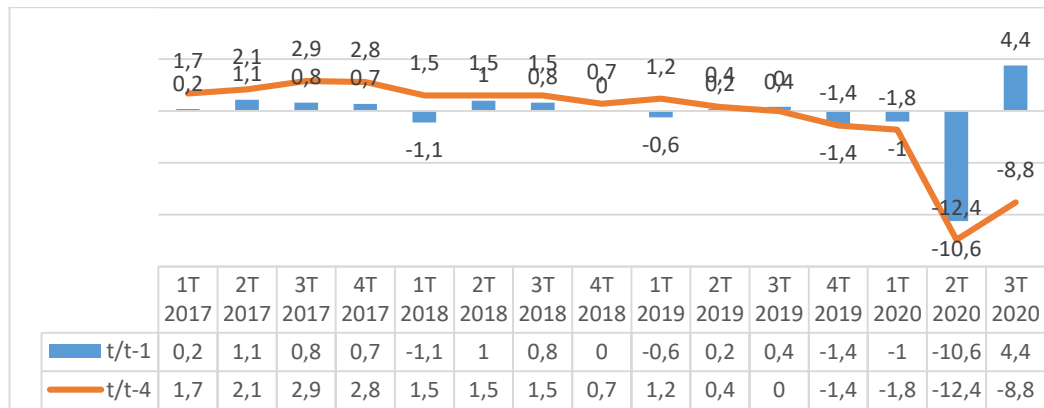


Gráfico 4. Producto Interno Bruto (PIB)

Fuente: Banco Central del Ecuador

De acuerdo con el análisis de datos proporcionados por el Banco central del Ecuador al finalizar el tercer trimestre de 2020 mostró una tasa de variación del -8,8% respecto al tercer trimestre del 2019, pero tuvo un incremento favorable del 4,5% con relación al PIB del segundo trimestre del 2020. Esto da a entender que el país está empezando nuevamente a dinamizar la economía para tratar de recuperarse después de la gran crisis mundial producida por causa de la Pandemia, la cual afectó a todos los sectores económicos del país.

La Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF). Está constituida por Activos Fijos no Financieros de los sectores público y privado de la economía nacional.

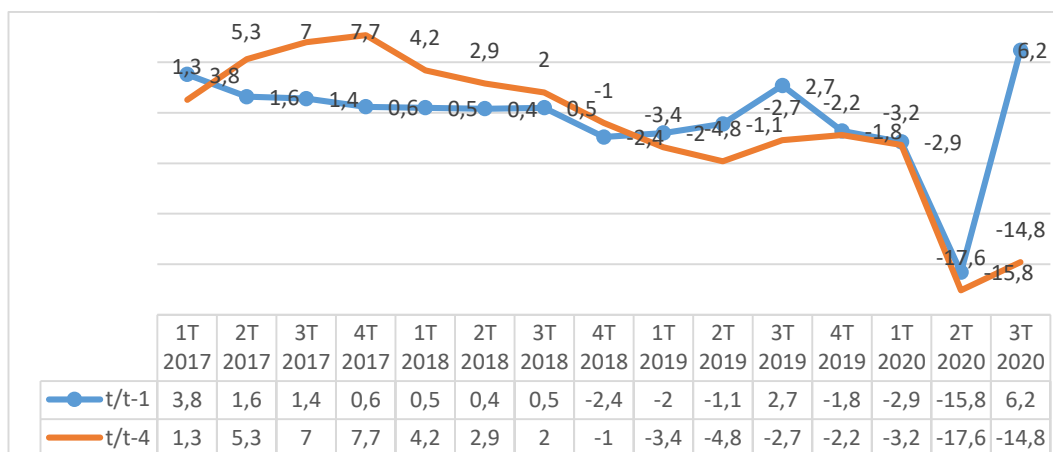


Gráfico 5. Evolución de la Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Los Activos fijos no financieros del sector público y privado en el tercer trimestre del 2020 presento una variación negativa del 14,8% respecto al tercer trimestre del 2019 pero tuvo un crecimiento positivo del 6,2% con relación al segundo trimestre del año 2020.

Tabla 14. Formación Bruta de Capital Fijo por sector Económico

FORMACION BRUTA DE CAPITAL FIJO 2020. III		
PRODUCTOS	TASA DE VARIACION INTERANUAL T/T-4	CONTRIBUCION A LA VARIACION INTERANUAL
Servicios prestados a las empresas y de producción	-12,1	-0,05
Agricultura	-4,5	-0,11
Muebles y otros productos manufacturados	-2,9	-0,08
Metales	-11,9	-0,46
Construcción	-14,1	-9,24
Maquinaria, Equipos y aparatos electricos	-19,3	-4,82
TOTAL	-14,8	-14,8

Fuente: Banco Central del Ecuador.

En el último año hubo un decrecimiento en todos los sectores económicos y se puede evidenciar que la agricultura y ganadería decreció en -0,08% a diferencia de las otras actividades económicas que fueron mayormente afectadas como los es la Construcción y la Maquinaria, Equipos y aparatos Eléctricos con el -4,82 %

La Variación del Interanual PIB fue del - 8,8%, para el tercer trimestre del 2020 en donde el Valor Agregado Bruto (VAB) no petrolero registro un decrecimiento del

8,0%, mientras que el VAB no petrolero mostro una tasa de variación negativa del 6,1% de acuerdo a los datos registrados por el Banco Central del Ecuador.

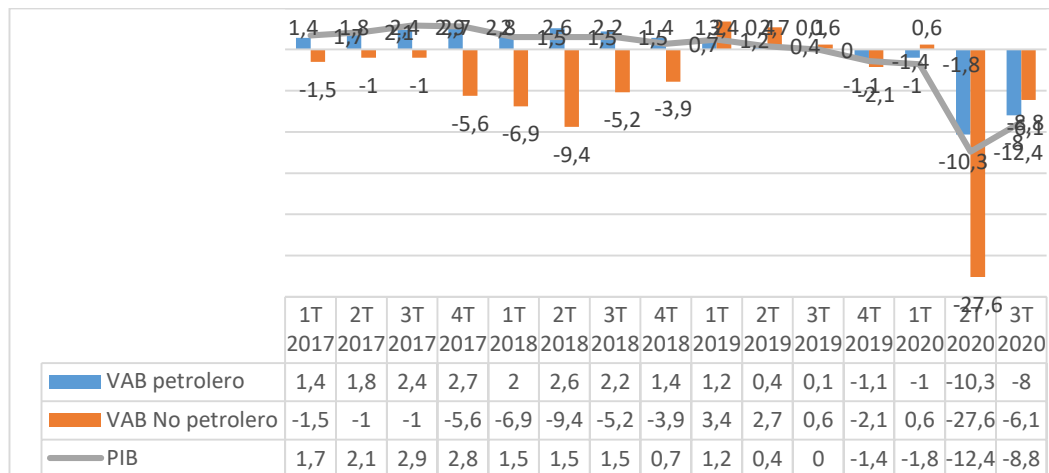


Gráfico 6. Valor Agregado Bruto Petrolero y no Petrolero
Fuente: Banco Central del Ecuador.

De acuerdo con el gráfico anterior podemos identificar que desde al año 2017 hasta el tercer periodo del año 2019 el Valor Agregado Bruto no petrolero era siempre positivo a diferencia del 2020 que por la crisis mundial tanto el valor agregado petrolero como el no petrolero se vieron afectados de forma considerable.

La agricultura es uno de los sectores que fluctúan constantemente pero que siempre ha tenido una gran cobertura hacia el PIB en los últimos años y en el siguiente cuadro se explica la fluctuación.

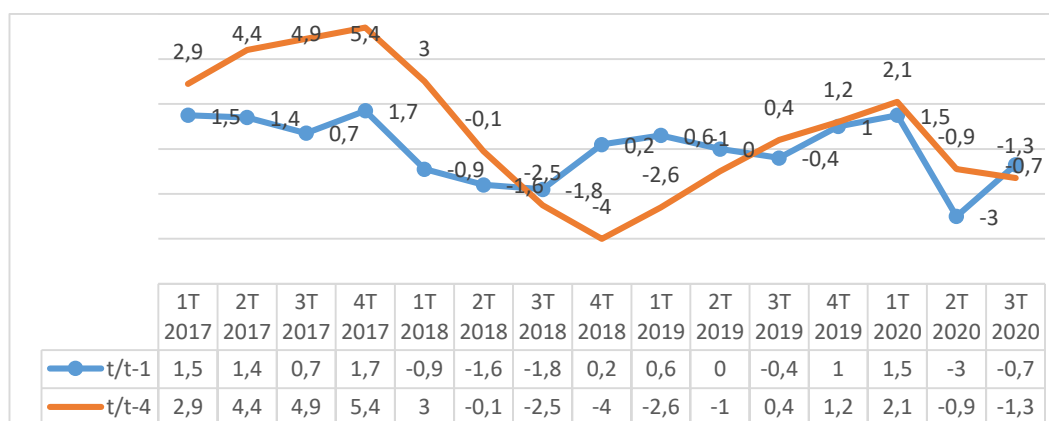


Gráfico 7. Valor Agregado Bruto de la Agricultura
Fuente: Banco Central del Ecuador.

La actividad agrícola en el tercer trimestre del 2020, registro un decrecimiento en volumen de 1.3% en relación con el tercer trimestre 2019 y una tasa de variación negativa de 0.7% respecto al trimestre anterior.

En el Telégrafo (2021) se señala según Rodrigo Gallegos, director Ejecutivo del centro de Industria láctea del Ecuador se producen cerca de 5,200.000 litros de leche a diario en nuestro país, de esa producción el 50% se va a la industria formal, el 30% se mueve en mercados informales y el 20% se queda en las fincas. Gallegos asegura que esta industria mueve alrededor de 1.400 millones de dólares en el mercado al año. En el país en la sierra se producen un 78.5% de leche, la costa con un 18.4% y la amazonia con el 3.1%

Tabla 15. Existencias de ganado vacuno

Región	Número de Cabezas	Número de vacas Ordeñadas	Producción de Leche
Nacional	4.306.243	996.503	6.648.786
Sierra	2.225.923	654.326	5.165.222
Costa	1.710.130	296.683	1.279.022
Amazonia	370.190	45.494	204.542

Fuente: ESPAC 2019

Aquí podemos evidenciar que la región sierra es la principal a nivel nacional en la producción de leche y una de las principales provincias que ayudan a esta producción es Cotopaxi además la dinámica económica de esta provincia se basa en la agricultura y ganadería,

Las condiciones climáticas y en si el terreno se da para la agricultura y ganadería lo cual aprovechan al máximo estos sectores, además en los últimos años se han generado programas de riego beneficiando a todos los sectores de la provincia de Cotopaxi y pudiendo con esto aumentar los pastizales y la producción lechera.

De acuerdo con el censo del 2010 de acuerdo a datos del INEC, podemos identificar que una de las principales actividades económicas a las que se dedica los Cotopaxenses es la agricultura y ganadería siendo en menor índice los hombres con un 26.4% a diferencia de las mujeres que tienen un porcentaje del 35.2%

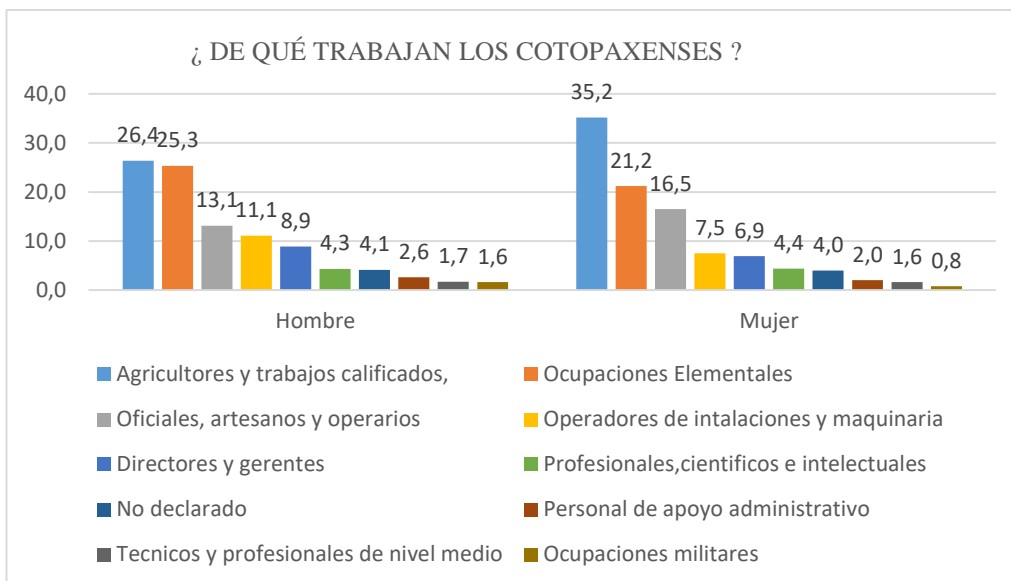


Gráfico 8. De que trabajan los Cotopaxenses
Fuente: INEC 2010

Al analizar el gráfico anterior se puede evidenciar que la agricultura siempre ha sido uno de los ejes principales de la economía local. Además, se puede identificar que en la economía local en que trabajan los cotopaxenses se detalla a continuación.

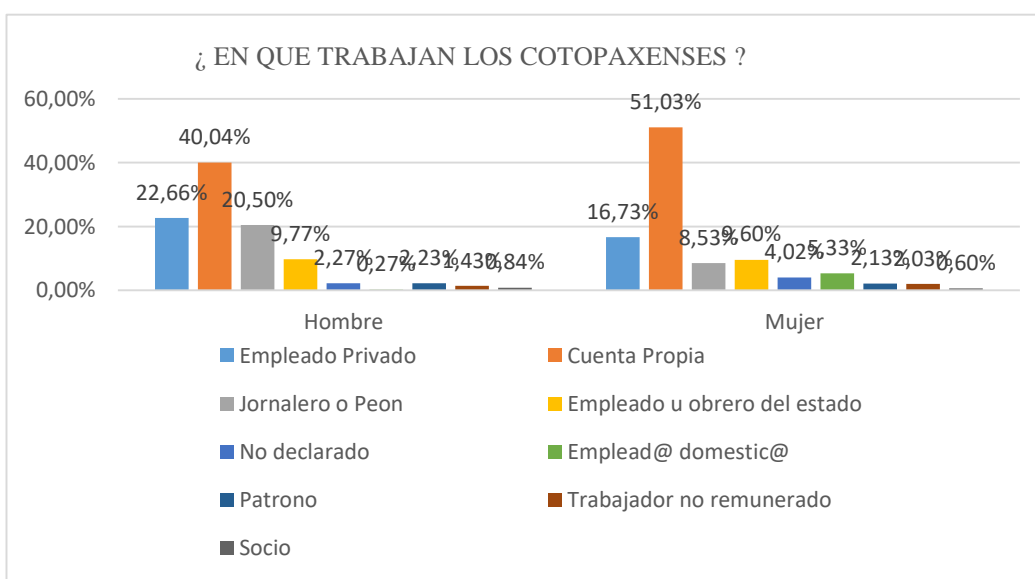


Gráfico 9. En qué Trabajan los Cotopaxenses
Fuente: INEC 2010

Aquí podemos identificar que la población económicamente activa de la provincia de Cotopaxi en su mayoría se dedica a sus emprendimientos es decir que tienen su negocio propio con un 44.6 % y de empleado privado con un 20.2%

2.7.1.2. Fuerzas Políticas

La política en los últimos años está apoyando a los pequeños emprendedores y por medio de la Economía Popular y Solidaria impulsan el desarrollo productivo en algunos sectores que por medio del estado han podido desarrollarse en mercados nacionales e internacionales ofertando productos innovadores y de gran calidad.

La leche antes del decreto ejecutivo N 1438 del 22 de febrero del 2013 tenía un valor que oscilaba entre los \$ 0.18 ctvs., y los \$ 0.25 ctvs., de dólar, luego de este decreto se fija un valor de \$ 0.40 ctvs., de dólar por cada litro de leche, dependiendo la calidad del producto el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) suman \$ 0.02 ctvs., de dólar dando un valor adecuado para los productores de leche de \$0.42 ctvs., de dólar por litro desde la finca.

La prefectura de Cotopaxi apoya a los pequeños emprendedores y en especial a los sectores agrícolas enfocándose a realizar el mejoramiento vial en los sectores rurales para que estos puedan sacar sus productos a la venta sin ningún inconveniente y optimizar tiempos en otras actividades económicas.

El gobierno actualmente se encuentra apoyando a los pequeños agricultores y ganaderos con la implementación del crédito al 1% lo cual beneficia mucho a este sector, también desde la prefectura se está implementando en convenio con el Ministerio de Agricultura la entrega de semillas y pastos a varios sectores de forma gratuita, poniendo así énfasis en el desarrollo de este sector.

2.7.1.3. Fuerzas Tecnológicas.

En la Constitución del Ecuador tenemos algunos artículos los cuales hacen énfasis en cuanto a la investigación y al desarrollo tecnología los cuales mencionan lo siguiente;

Art. 385, numeral 3, dice: Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

Art. 386.- El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación,

desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales” (Constitución de Ecuador, 2008, p. 174)

El nivel tecnológico siempre es un factor primordial al momento de enfocarse en el desarrollo de un país y de acuerdo con el Foro Económico mundial en un Análisis desde el año 2009 al 2019 Ecuador ocupaba el puesto 55 entre 100 países analizados y hasta 2019 cayó al puesto 66 en cuanto a tecnología.



Gráfico 10. Competitividad en el país

Fuente: OEA con datos del Foro Económico Mundial, Banco Mundial

Debemos mejorar la parte tecnológica de las industrias de nuestro país ya que tecnificación significa mejoramiento de productividad y por ende desarrollo.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería, así como Agrocalidad son las principales instituciones gubernamentales para ayudar a tecnificar el proceso de ordeño, tomando en cuenta que se utilicen todos los protocolos de sanidad para que el producto mantenga su calidad y así pueda ser vendido a un precio justo.

Agrocalidad también se encarga de los controles constantes de Fiebre aftosa dentro de nuestro territorio con la finalidad de mantener sano al ganado vacuno de todos los sectores de nuestro país.

En la parroquia Aláquez en el barrio Langualo existe un centro de acopio de 5.000 litros diarios y un mini laboratorio en el cual se estudian las muestras de cada uno de los productores locales de manera diaria para garantizar la calidad del producto.

La competitividad de nuestro país ha comparación con el resto del mundo ha variado de la siguiente manera:

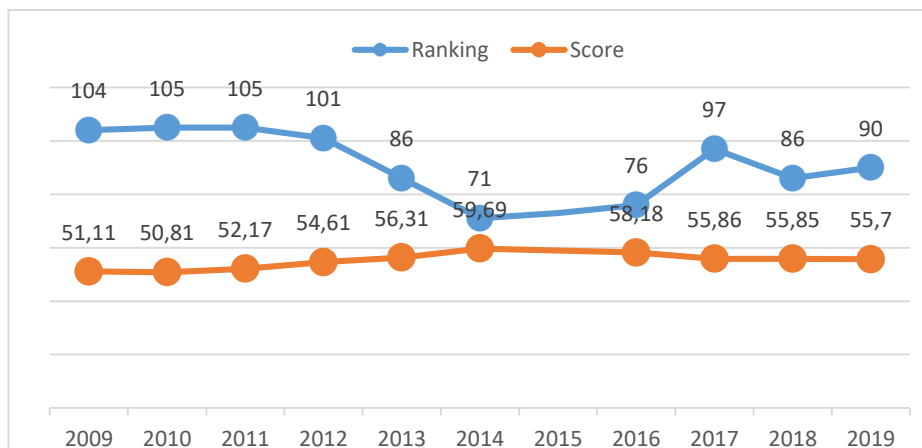


Gráfico 11. Ranking y Score histórico del Ecuador 2009-2019

Fuente: Fedexpor.com

El Ecuador se ha mantenido siempre por debajo del ranking de la región ubicándolo así hasta el año 2019 en el puesto 90 dando a entender que se debe mejorar en muchos ámbitos para poder superar y por lo menos igualar a la mejor economía del sector la cual es la chilena.

Entre 18 economías de la región Ecuador ocupa el puesto número 12 debido a que aquí se analizan algunas variables. A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre la Competitividad de Ecuador y Chile subdividido por sector y puesto en el que se encuentra cada país.

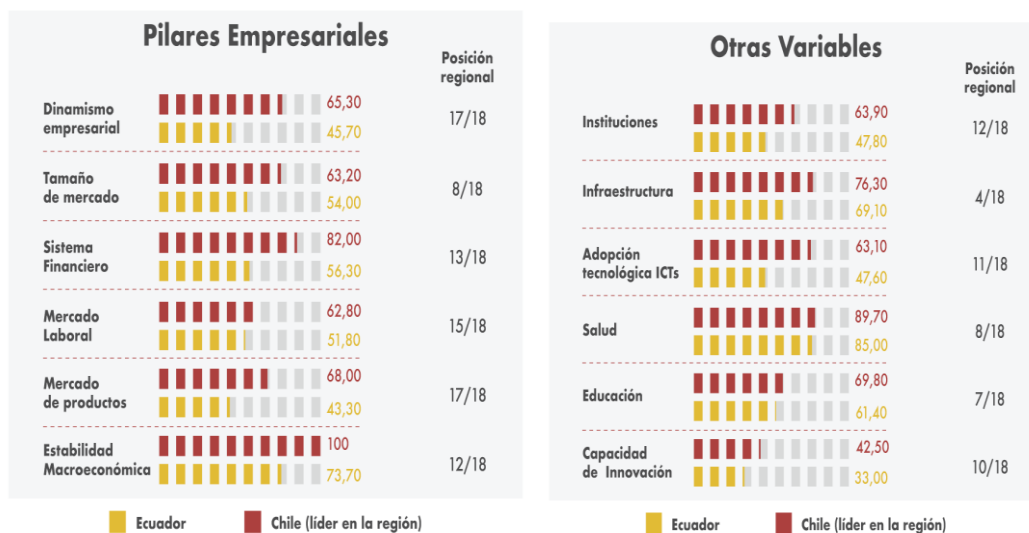


Gráfico 12. Pilares Empresariales y Otras Variables

Fuente: Fedexpor.com

Al analizar todas estas variables podemos identificar que nuestro país en la que mejor se ubica es en la infraestructura en el puesto número 4 de los 18 de la región.

Por ende, se deben potencializar las demás variables para podernos enfocar a mejorar y desarrollarnos y así podernos enfocar en ser un país más competitivo.

2.7.1.4.Fuerzas Sociales.

El proyecto de creación de un centro de acopio de leche en el barrio el Tejar de la parroquia Aláquez, traerá beneficios sociales a todas las familias que se dedican a la extracción y venta de leche que en si es la mayoría de los habitantes del sector rural de la parroquia, por esta parte el beneficio será directo, y el resto de moradores se beneficiaran de manera indirecta.

Existirán reuniones bimensuales con los presidentes de los barrios para poder determinar en qué puede aportar el centro de acopio acorde a las necesidades que se vayan presentando en el sector, tomando en cuenta el apoyo acorde a las ganancias que vaya presentando el centro de acopio.

En estas reuniones se considerarán las buenas prácticas de ordeño, la tecnificación del sector para garantizar la calidad del producto, etc.

2.7.1.5.Fuerzas Legales

En la actualidad no existen leyes que garanticen el pago justo por el producto en sí (leche cruda), Debido a esto los intermediarios se aprovechan del productor pagando el precio que a ellos más les conviene para así poder conseguir réditos y superarse a expensas de la gente humilde y trabajadora del sector.

Este es un punto muy negativo para todo el sector ganadero el cual desde ya hace varios años se encuentra en reuniones con el gobierno y los assembleístas de turno con la finalidad de poder determinar leyes que ayuden y protejan al sector ganadero y lechero del país.

2.7.1.6.Fuerzas Ambientales

El proyecto del centro de acopio al ponerse en funcionamiento no provocara ninguna contaminación auditiva debido a que la maquinaria que se utilizara no ocasiona ruidos exagerados como para incomodar a los moradores del sector, tampoco existirá una contaminación del aire debido a que todo el sistema será

eléctrico, en cuanto a lo visual no hay afectación alguna ya que la publicidad y venta se lo realizara de manera directa en las grandes empresas de lácteos y posibles comparadores potenciales, por lo tanto en lo ambiental no ocasiona ningún malestar a las personas del barrio El Tejar.

2.7.2. Micro entorno

En la primera parte del análisis del micro entorno debemos realizar un análisis de los clientes actuales y a aquellos que se ha venido entregando el producto durante los últimos años y de los cuales han sido los mejores en cuanto a cumplimiento de pagos, precio por litro de leche, logística, etc.

También tenemos que considerar los proveedores y la competencia, allí tomaremos en cuenta los centros de acopio del sector, así como las empresas de lácteos más cercanas a la Parroquia de Aláquez.

2.7.2.1. Clientes

La industria láctea en el país es muy amplia y en especial en la provincia debido a su gran producción de leche, Los Clientes que tendrá Villa Leche son las grandes empresas transformadoras de leche ubicadas tanto en las provincias de Cotopaxi como también Pichincha.

El centro de acopio se enfocará en la venta a las siguientes empresas ya que se encuentran dentro del sector, pero también no se dejará de lado las provincias aledañas con grandes empresas las cuales pueden comprar el producto.

Tabla 16. Industria láctea en Ecuador

INDUSTRIA LÁCTEA EN ECUADOR	LITROS DIARIOS
PASTEURIZADORA QUITO	160 a 180 mil litros
INDULAC	100 mil litros
EL RANCHITO	80 a 100 mil litros
LÁCTEOS TANICUCHI	50 mil litros
LA FINCA	15 mil litros
OTRAS PLANTAS ARTESANALES	10 mil litros

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.1.2.2. Descripción de Clientes.

La empresa se enfocará en la venta del producto en las grandes empresas transformadoras de leche de las provincias de Cotopaxi y Pichincha sin dejar de lado a las demás provincias del país a las cuales nos pudiéramos enfocar en un futuro.

Se debe siempre tener diversificado el producto en las entregas con la finalidad de que si existe algún inconveniente con alguno de los clientes no se vean afectados los ingresos ya que se puede entregar el producto a otro cliente sin dificultad alguna.

Las principales empresas a las que se enfocará la venta son;

Pasteurizadora Quito. Esta empresa está ubicada en la provincia de Pichincha, la cual tiene una recepción de 160 a 180 mil litros diarios; esta empresa se caracteriza por trabajar con productores de Pichincha, Cotopaxi y el Carchi, el precio al que compra esta empresa es a \$ 0.50 ctvs., de dólar por litro, pero exigen una gran calidad del producto la cual compensa el precio, además esta empresa cuenta con transporte propio lo cual ayudará a tener mayores ganancias.

El Ranchito. Esta empresa está ubicada en la provincia de Cotopaxi, la cual tiene una recepción de 80 a 100 mil litros diarios esta; se caracteriza por trabajar con productores de Cotopaxi y Tungurahua, el precio al que compra el producto es a \$ 0.50 ctvs., de dólar por litro, pero exigen una gran calidad del producto la cual compense el precio.

Lácteos Tanicuchí. Esta empresa está ubicada en la provincia de Cotopaxi con una recepción de producto diario de 50 mil litros a un precio de \$0.48 ctvs. de dólar, esta fábrica trabaja con productores netamente del sector ya que su capacidad instalada no le alcanza para receptor más producto, al igual que las otras empresas la calidad es de gran interés.

Estas empresas están interesadas en adquirir el producto del sector, pero la condicionante que ponen es que se tenga un centro de acopio de donde estas empresas llevarían todo el producto mediante un contrato en el que se pondrían todos los términos y condiciones a acordar entre las partes.

2.1.2.3. Proveedores

Villa Leche ayudará al desarrollo colectivo del sector por ende se efectuaron conversaciones con los diversos presidentes de los Barrios de la parroquia de Aláquez los cuales están muy interesados en convertirse en proveedores del centro de acopio el cual receptorá la leche de los barrios;

- El Tejar.
- San Marcos Grande.
- San Isidro.
- Santa Elena.
- El Banco.
- Chitan.
- Verdecocha.
- San Antonio
- Pilatán.

Se considerará a cada uno de estos barrios ya que ellos están de acuerdo para la venta de la leche al centro de acopio y se acordó con los presidentes de los barrios que cada barrio aportaría en promedio 600 litros diarios hacia el centro de acopio dando una recepción diaria de entre 5000 a 6000 litros de leche teniendo un sobrante de capacidad instalada del centro de acopio de 4000 litros de leche, además esto puede mejorar y beneficiar al centro de acopio ya que la mayor parte de productores al vislumbrar que se paga un precio adecuado a su producto mejorarían su ganado vacuno y por ende la producción aumentaría.

Se ayudaría por medio del Ministerio de Agricultura y Ganadería a capacitaciones en cuanto a potreros, adecuado para el ganado, además Agrocalidad apoyará con la vigilancia contante para el incremento de la calidad del producto.

Se encuentra ya en conversaciones con estas instituciones del estado para el apoyo del centro de acopio y el fortalecimiento del sector agropecuario.

2.1.2.4.Competencia

En la parroquia de Aláquez se tiene como competidores a varios recolectores de leche los cuales se encargan de llevar el producto hacia las grandes empresas entre ellos se encuentra.

- Manuel Guano
- Enrique Bombón
- Enrique Guano.
- Adela Espinoza.
- Rafael Hernández

Entre todos estos intermediarios llevan alrededor de \$ 30.000 a 50.000 litros de leche cruda diariamente.

Cabe destacar que estos intermediarios se ponen de acuerdo entre ellos para no subir el precio del producto del sector y así mantener un nivel de ganancia alto para ellos sin considerar la afección hacia el pequeño productor.

Además, existe un desequilibrio en los precios debido a que las personas que venden más producto se benefician de un mayor precio por litro de leche, no siendo así los pequeños productores que solo venden poca cantidad de leche.

Todos estos competidores solo aceptan el producto sin tomar en cuenta la calidad del mismo y las pruebas que se deben realizar como son las de acidez, peso y grasa ya que las variables deben ser siempre constantes, ya que si estas cambian existe alguna anomalía en el producto el cual debe ser analizado de inmediato.

2.8. Diagnóstico Situacional.

A continuación, se muestra la síntesis de la encuesta realizada a nuestro público objetivo.

Tabla 17. Síntesis de la encuesta aplicada

Pregunta	Respuesta relevante	Porcentaje
¿Usted comercializa leche actualmente?	SI	68%
	NO	32%
¿Cuántas cabezas de ganado lechero posee al momento?	1-5	20%
	6-10	41%
	11-15	23%
	Más de 16	16%
¿Cuántos litros de leche produce diariamente?	1-15	25%
	16-30	35%
	31-45	27%
	Más de 46	13%
¿Tiene la capacidad para aumentar más su producción de leche?	SI	63%
	NO	37%
¿A quién vende usted la leche actualmente?	Lecheros (Intermediarios)	85%
	Empresas Lácteas	2%
	Centros de acopio	12%
	Personas comunes	1%
¿A qué precio vende usted el litro de leche?	De 0.26 a 0.30 ctvs.	2%
	De 0.31 a 0.35 ctvs.	85%
	De 0.36 a 0.40 ctvs.	13%
	Más de 0.41 ctvs.	0%
¿Está usted conforme con el precio que le pagan actualmente por el litro de leche?	SI	0%
	NO	100%
¿Cómo se siente usted con el recolector de leche en cuanto a trato?	Satisfecho	12%
	Insatisfecho	88%
¿Le gustaría que en el barrio EL TEJAR se creara un centro de acopio de leche?	SI	62%
	NO	38%
¿Estaría dispuesto a vender la leche al centro de acopio de EL TEJAR?	SI	84%
	NO	16%
¿Qué beneficios desearía tener al vincularse con el centro de acopio?	Buen Precio	45%
	Buen Trato	19%
	Estabilidad de compra	26%
	Socio del centro de acopio	10%
¿A qué precio estaría dispuesto usted a vender el litro de leche al centro de acopio?	0.35 ctvs.	0%
	0.36 ctvs.	0%
	0.37 ctvs.	0%
	0.38 ctvs.	100%

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Mediante el análisis de las respuestas de los encuestados podemos determinar que la mayor parte de las personas que venden leche en el sector se identifican más con la persona, empresa o centro de acopio que les ofrezca un mayor precio y por ende tenga mayor ingreso para así mejorar su economía.

El diagnóstico situacional se enfoca en cuáles serán los puntos fuertes del negocio como fortalezas y las debilidades las cuales pueden ser consideradas y mitigadas, además también tenemos las oportunidades que es lo que siempre tenemos que considerar para lograr los objetivos que la empresa se ha propuesto y finalmente las amenazas que es algo que la empresa no puede controlar pero puede hacer todo lo

posible para que las amenazas afecten lo menos posible a la organización cuando estas se presenten.

Tabla 18. Matriz FODA

Fortalezas.	Oportunidades.
Elevada productividad en grandes productores	Aumento de los programas de compra de leche según el sector gubernamental.
Consolidación del modelo cooperativo en el sector.	Mercados aun no explotados
Bajos Costos de Producción	Aumento en el consumo de productos nacionales
Clientela local y atención Personalizada	
Profesionales calificados	
Debilidades.	Amenazas.
Escasa tradición exportadora del producto hacia el mercado internacional.	Falta de políticas reguladoras del precio del producto.
Estructura poco flexible ante la demanda de producto.	Falta de control de la utilización de suero como materia prima de varios productos lácteos.
Baja capacitación de los pequeños productores.	Variación de precios del producto.
Manejo rudimentario de la forma de producción del producto.	Aumento de exigencias de la calidad del producto.

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Tabla 19. FODA cruzado

Estrategia FO	Estrategia FA
Optimizar los recursos y la elevada productividad del sector para poder explotar mercados que aún no se han explotado, mediante campañas de marketing para dar a conocer nuestra marca.	Ofrecer un producto de Calidad con precios competitivos acorde al mercado, Apoyar a los pequeños productores para que se implementen políticas de responsabilidad en cuanto a los pagos del producto.
Estrategia DO	Estrategia DA
Ampliar el segmento del mercado mejorando la calidad del producto y aplicando normas de calidad para poder ser una marca reconocida y competitiva.	Crear una estructura sólida minimizando las amenazas que acechen a nuestra organización y tomando los correctivos necesarios a tiempo para poder ser una empresa eficiente.

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.9. Ventaja Competitiva

La ventaja que tienen con el resto de recolectores es que los productores del sector los conocen y por ende llegan de manera más fácil hacia ellos, además se les ofrecerá un precio justo y que no sea variable a corto plazo.

Se apoyará al productor con capacitaciones alineadas a la mejora continua del producto y a las nuevas formas de ordeño que pueden ser implementadas para ya no hacerlo de forma manual tecnificando al sector y así mejorando la productividad de este.

Aliarnos con el Ministerio de Agricultura y Ganadería para que apoye a los productores con semillas y pastos certificados que garanticen la mejora en cuanto a producción de leche.

2.10. Análisis de la Demanda

De acuerdo con Grijalva (2021) señala que más de 6000 millones de personas en el mundo consumen leche y productos lácteos, la mayoría de estos consumidores viven en países en desarrollo.

En el Ecuador de acuerdo con el análisis realizado por el telégrafo se puede identificar que los ecuatorianos consumen en un promedio de 110 litros de leche anuales por persona, aunque de acuerdo a estudios de acuerdo a la Organización mundial de la Salud (OMS) plantea que se debe consumir en un promedio anual de leche o sus derivados de 160 litros por persona.

En el Ecuador según el Telégrafo (2021) la Industria Láctea formal procesa diariamente 2.662.560 litros de leche de los cuales se destina el 31% para la elaboración de quesos, el 27% para leche en funda, el 20% para leche en cartón, el 11% para leche en polvo, el 10% para yogurt y el 1 % es utilizado en otros.

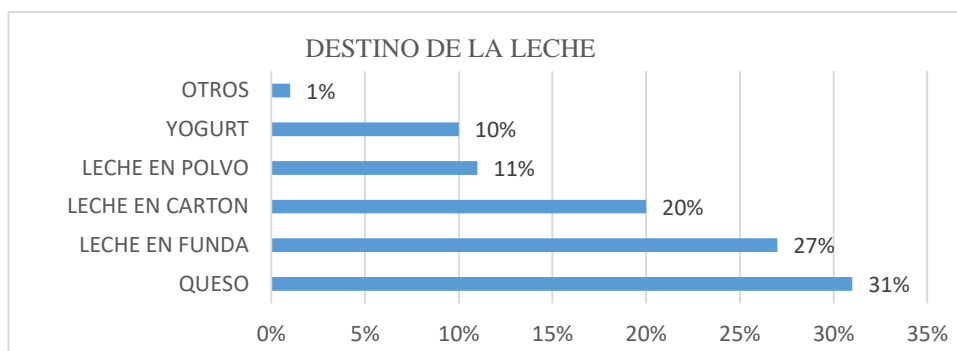


Gráfico 13. Destino de la leche
Fuente: El Telégrafo (2021)

En la actualidad las familias compran los productos lácteos guiándose tanto por el precio como por la marca, además de si se comercializa en el sector en el que residen y entre las empresas a las que se va a vender el producto las razones por las que la eligen se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 20. Análisis de la demanda

Empresa	Nivel de aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta	Regular	Baja				
Indulac		X		medio	Por el Precio	Por el Sector de Lasso y sus alrededores	0.90 ctvs.
El Ranchito	X			medio	Por la Marca	Por el sector de salcedo y la provincia de Tungurahua.	0.90 ctvs.
La Finca		X		medio	Por el Precio	Por el sector de Salache, hacia Salcedo, Tungurahua y Latacunga	0.80 ctvs.
Pasteurizada Quito	X			Potencial	Por la Marca	Por la provincia de Pichincha	1.20 ctvs.
Tanilac		X		medio	Por el Precio	Por el Sector de Lasso, Tanicuchí, Saquisilí y sus alrededores	0.80 ctvs.

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

La demanda de leche en el país siempre ha ido en constante crecimiento ya que se ha hecho un convenio con el gobierno el cual adquiere la leche para el desayuno escolar de los niños de nuestro país.

El Ministerio de Agricultura (MAG) afirma que:

De acuerdo a cifras entregadas por la industria, desde la aplicación del Acuerdo Interministerial Nro.177 con corte a marzo 2020 la adquisición de leche cruda tiene crecimiento sostenible. Durante el primer semestre de su aplicación, el acopio ha crecido en promedio el 4,7% mensual y un incremento del 22% entre el mes de octubre 2019 y marzo 2020 (p.5)

2.11. Análisis de la Oferta

De acuerdo con Juna Pablo Grijalva Gerente de la Asociación de Ganaderos de la Sierra y Oriente (AGSO) resalta que existe un crecimiento en los últimos años en la producción de leche y este porcentaje fluctúa entre el 25% y el 30%, además señala que el sector busca consolidar nuevos mercados a donde exportar el producto y entre sus objetivos se encuentra una de las grandes potencias mundiales como lo es Rusia.

Además, señala que en el Ecuador se produce alrededor de 5.300,000 litros de leche diarios por lo que indica que se tiene un excedente de 250.000 litros de leche al día, y ese sobrante es justamente lo que se pretende exportar hacia los nuevos mercados.

En el país se produce el 73% de la leche en la Sierra, el 19 % en la Costa y el 8% en la Amazonia. Por ende, se vislumbra una gran cantidad de producto ofertado en la parte céntrica de nuestro país que es en donde se enfoca a la recolección del producto.

2.12. Mercado Potencial

El mercado potencial al cual se enfocará el proyecto serán las empresas transformadoras de leche, las cuales se encargan de proporcionar valor agregado y a las cuales el centro de acopio abastecerá tomando en cuenta que estas empresas cuentan con la capacidad instalada necesaria para adquirir el producto.

2.13. Business Model

Para definir el modelo del negocio se utilizó el lienzo CANVAS en el cual se encuentra un resumen de cómo estará estructurado el emprendimiento identificando los principales puntos a tratar que son los siguientes.

2.13.1. Canales

Como principales canales para llegar a los clientes y potenciales consumidores de nuestro producto se utilizará la venta y promoción directa con el cliente ofertando el producto por calidad y cantidad.

Además, el producto lo transportara un vehículo contratado y se tiene conversaciones para que por la cantidad de producto se retire del centro de acopio vislumbrando lo más favorable para el centro en cuanto a costos.

2.13.2. Relación con el Cliente

Se construirá una página web en donde los clientes puedan acceder y puedan preguntar sobre nuestros precios y cantidad de producto que disponemos para la venta en tiempo real, además se tendrá una venta y comunicación personalizada con cada cliente acorde a la necesidad que esté presente para poder así satisfacer su necesidad. Para fidelizar a los clientes se debe mantener conversaciones constantes para poder determinar precios justos y estables de nuestro producto lo cual ayudara a evitar inconvenientes futuros y poder mantener una relación prospera y de superación constante entre las partes.

2.13.3. Fuentes de Ingresos.

Las fuentes de ingreso de la empresa se darán por la venta del producto en sí, los pagos se realizarán de manera diaria o quincenal, con la finalidad de poder cancelar a proveedores sin tener inconvenientes.

El centro de acopio tendrá la capacidad para acopiar 10.000 litros de leche diarios, del cual se consideró una base establecida en 5.000 litros de leche diarios, por ende se considera la venta de estos 5.000 litros de leche a un valor de \$ 0.42 ctvs., de dólar por litro teniendo así un ingreso diario de \$ 2.100,00 dólares.

Se considera también un crecimiento de 1000 litros cada año lo cual se vislumbra en la tabla a continuación teniendo los ingresos proyectados a 5 años.

2.13.4. Recursos clave

Se considera un recurso clave dentro de nuestro plan de negocios la disponibilidad y el fácil acceso a la materia prima la cual es la leche, además para mantener este negocio con un buen funcionamiento son los vehículos para la recolección del producto, así como el óptimo estado del tanque de enfriamiento ya que si no se encuentra en perfecto estado se puede perder todo el producto receptado antes de su venta.

La empresa contara con un laboratorio el cual evaluara las muestras de cada uno de los productores con la finalidad de garantizar la calidad del producto y así poder nosotros venderlo a un mejor precio mediante un justificativo comprobado que sería la calidad.

2.13.5. Actividades clave.

Las principales actividades que se deben realizar

- Recolección de la leche mediante un adecuado control diario tanto de peso como de temperatura.
- Análisis periódico de una muestra de cada contenedor que llegue a ser depositado en el centro de acopio con la finalidad de constatar que la leche es pura.

2.13.6. Socios clave

Los socios claves que tendremos son los productores de leche de la Parroquia de Aláquez y sus parroquias aledañas para mantener la constante del producto, es decir, para garantizar el abastecimiento y también mediante esto se deben realizar alianzas con las grandes empresas antes mencionadas para poder entregar todo el producto que se recepta en el centro de acopio.

2.13.7. Modelo de ingresos

Los ingresos que se toman en cuenta es acorde a 5000 litros de leche diarios durante un año y subiendo 1000 litros por año a un precio de 0.40 ctvs., acorde al crecimiento de la industria.

Tabla 21. Ingresos

INGRESOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Litros de leche	2190000	2555000	2920000	3285000	3650000
Precio por litro de leche	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 0,40
TOTAL	\$876.000,00	\$1.022.000,00	\$1.168.000,00	\$1.314.000,00	\$1.460.000,00

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Luego de determinar todos los Ingresos, costos y gastos podemos construir nuestro estado de resultados el cual se identifica a continuación;

Tabla 22. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	\$ 876.000,00	\$ 1.022.000,00	\$1.168.000,00	\$ 1.314.000,00	\$1.460.000,00
Total Ingresos	\$ 876.000,00	\$ 1.022.000,00	\$1.168.000,00	\$ 1.314.000,00	\$1.460.000,00
(-) Costos Variables	\$ 848.202,40	\$ 933.022,64	\$1.026.324,90	\$ 1.128.957,39	\$1.241.853,13
(-) Costos Fijos	\$ 21.967,35	\$ 24.164,08	\$ 26.580,49	\$ 29.238,54	\$ 32.162,40
Utilidad Bruta	\$ 5.830,25	\$ 64.813,28	\$ 115.094,60	\$ 155.804,06	\$ 185.984,47
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 874,54	\$ 9.721,99	\$ 17.264,19	\$ 23.370,61	\$ 27.897,67
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 4.955,71	\$ 55.091,28	\$ 97.830,41	\$ 132.433,45	\$ 158.086,80
(-) 25% Imp. A la Renta	\$ 1.238,93	\$ 13.772,82	\$ 24.457,60	\$ 33.108,36	\$ 39.521,70
Utilidad antes de Reservas	\$ 3.716,78	\$ 41.318,46	\$ 73.372,81	\$ 99.325,09	\$ 118.565,10
5% de Reserva Legal	\$ 185,84	\$ 2.065,92	\$ 3.668,64	\$ 4.966,25	\$ 5.928,25
UTILIDAD NETA	\$ 3.530,95	\$ 39.252,54	\$ 69.704,17	\$ 94.358,84	\$ 112.636,84

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Al analizar todos los años de acuerdo con el estado de resultados tendremos una considerable utilidad neta.

Tabla 23. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$876.000,00	\$1.022.000,00	\$1.168.000,00	\$1.314.000,00	\$1.460.000,00
Costos Fijos		\$ 20.308,15	\$ 22.777,96	\$ 25.494,09	\$ 28.481,12	\$ 31.766,07
Costos variables		\$848.202,40	\$ 933.022,64	\$1.026.324,90	\$1.128.957,39	\$1.241.853,13
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 7.489,45	\$ 66.199,40	\$ 116.181,00	\$ 156.561,48	\$ 186.380,80
Depreciación		\$ 2.062,99	\$ 2.062,99	\$ 2.062,99	\$ 2.062,99	\$ 2.062,99
Utilidad antes de intereses e impuestos		\$ 5.426,46	\$ 64.136,41	\$ 114.118,01	\$ 154.498,49	\$ 184.317,81
Gastos financieros		\$ 1.659,20	\$ 1.386,13	\$ 1.086,40	\$ 757,42	\$ 396,33
Gastos Administrativos.		\$ 17.303,16	\$ 18.168,32	\$ 19.076,73	\$ 20.030,57	\$ 21.032,10
Utilidad antes de impuestos		\$(13.535,90)	\$ 44.581,97	\$ 93.954,88	\$ 133.710,50	\$ 162.889,38
Impuestos		\$ 2.113,47	\$ 23.494,81	\$ 41.721,79	\$ 56.478,97	\$ 67.419,37
Utilidad después de impuestos		\$(15.649,37)	\$ 21.087,15	\$ 52.233,09	\$ 77.231,53	\$ 95.470,01
Depreciación		\$ 2.062,99	\$ 2.062,99	\$ 2.062,99	\$ 2.062,99	\$ 2.062,99
Capital Financiero		\$ 2.797,89	\$ 3.070,97	\$ 3.370,70	\$ 3.699,68	\$ 4.060,76
Otros Ingresos o valor de Rescate		\$ 185,84	\$ 2.065,92	\$ 3.668,64	\$ 4.966,25	\$ 5.928,25
Flujo neto de efectivo	\$(17.000,00)	\$(16.198,43)	\$ 22.145,10	\$ 54.594,02	\$ 80.561,10	\$ 99.400,49

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Luego de realizar el flujo de caja podemos identificar que todos los años tendremos un buen flujo de efectivo es decir dispondremos de recursos necesarios para cubrir nuestras diversas obligaciones contraídas.

2.14. Evaluación Financiera

La evaluación financiera tuvo como objetivo el revisar los objetivos que obtiene la organización mediante la rentabilidad generada esperada, además del resultado de esta evaluación depende el éxito o el fracaso del emprendimiento.

2.14.1. Determinación de la tasa de descuento

Para determinar la tasa mínima aceptable o tasa de descuento se procedió a utilizar la metodología del costo promedio ponderado (WACC) para lo cual se determinaron ciertos criterios que son necesarios para realizar los cálculos los cuales son los siguientes:

- **Tasa de Interés.** Este valor es a la tasa que se va a pagar por los recursos de terceros que se va a utilizar.

- **Impuestos.** Este es el Valor del impuesto a la Renta vigente en el país a la fecha de los cálculos.
- **Costo de la Deuda.** Este dato se obtiene mediante la siguiente formula:
Costo de la deuda = Tasa de interés x (1 – Impuestos)
- **Tasa de Interés de Oportunidad.** es el porcentaje que uno espera obtener de la inversión.

Tabla 24. Datos WACC

DATOS WACC	
DATOS	VALORES
Tasa de Interés	9,76%
Impuestos (Tc)	25%
Costo de la deuda	7,32%
Tasa de Interés de Oportunidad	15%

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Luego para determinar el Costo Promedio Ponderado (WACC), se lo hace multiplicando el porcentaje de participación por el costo y la suma de los resultados es el resultado.

Tabla 25. Costo de Capital Promedio Ponderado

Costo de Capital Promedio Ponderado				
VARIABLES	VALOR	PARTICIPACIÓN	COSTO	PROMEDIO PONDERADO
Recursos Propios	\$ 5.000,00	22,73%	7,32%	1,66%
Deuda	\$ 17.000,00	77,27%	15,00%	11,59%
TOTAL	\$ 22.000,00	100,00%		13,25%

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.14.2. Valor Actual neto (VAN)

Es un modelo para determinar la inversión de la empresa Villa Leche que se determina por la resta de los flujos actualizados de cobros y la inversión realizada por la ejecución del proyecto, es decir cuánto vale en el presente.

De acuerdo a los flujos de efectivo actualizados en los 5 años del proyecto se obtuvo que el Valor Actual Neto (VAN) es de 120.858,13, al ser este valor mayor que cero quiere decir que el plan de negocios es factible y a su vez tiene rentabilidad con beneficios para la empresa Villa Leche.

Tabla 26. Datos VAN

DATOS VAN	
DATOS	VALORES
Numero de Periodos	5
Tasa de Descuento	13,25%
Inversión Inicial	\$ (22.000,00)

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Tabla 27. Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL NETO			
PERIODOS	FNE	(1+i)^n	FNE/(1+i)^n
0	\$ (22.000,00)		\$ (22.000,00)
1	\$ (16.198,43)	1,13	\$ (14.302,68)
2	\$ 22.145,10	1,28	\$ 17.264,99
3	\$ 54.594,02	1,45	\$ 37.581,85
4	\$ 80.561,10	1,65	\$ 48.966,92
5	\$ 99.400,49	1,86	\$ 53.347,04
TOTAL VAN			\$ 120.858,13

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.14.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno fue usada para fijar la utilidad al momento de realizar la inversión en el proyecto. En esta tasa el Valor Actual Neto llega a ser 0 mediante la sumatoria de los flujos de efectivo generados menos la inversión.

Para el cálculo de la TIR se utilizó el WACC que fue utilizado anteriormente en el cálculo del valor actual neto, se llegó a obtener un resultado de la tasa Interna de Retorno de 76 % con ello se puede afirmar que el proyecto es factible y viable, para poder ejecutarlo.

Tabla 28. Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO	
PERIODOS	FNE
0	\$ (22.000,00)
1	\$ (16.198,43)
2	\$ 22.145,10
3	\$ 54.594,02
4	\$ 80.561,10
5	\$ 99.400,49
TIR	76%

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.14.4. Relación Beneficio Costo.

Esta metodología ayudo a establecer la magnitud del proyecto mediante la valoración de los ingresos y costos actualizados en términos monetarios, la relación costo beneficio debe ser mayor a uno para ser aceptable.

Se obtuvo como resultado una relación costo beneficio de \$1,10 que se interpreta que por cada dólar que la empresa invierta en el proyecto se obtendrán beneficios económicos, se determina que los ingresos son mayores que los costos en la siguiente tabla.

Tabla 29. Relación beneficio costo

RELACION BENEFICIO COSTO			
N°		INGRESOS	COSTOS TOTALES
0	\$	-	\$ -
1	\$	876.000,00	\$ 870.169,75
2	\$	1.022.000,00	\$ 957.186,72
3	\$	1.168.000,00	\$ 1.052.905,40
4	\$	1.314.000,00	\$ 1.158.195,94
5	\$	1.460.000,00	\$ 1.274.015,53
TOTAL	\$	5.840.000,00	\$ 5.312.473,34

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Tabla 30. Resultado beneficio costo

RESULTADO BENEFICIO COSTO		
INGRESOS	\$	5.840.000,00
COSTOS	\$	5.312.473,34
TOTALES		
RB/C	\$	1,10

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.14.5. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación se define como la sumatoria de los flujos netos generados hasta llegar a alcanzar la inversión inicial. También identificado como el periodo de tiempo para la recuperación de la inversión.

Se debe tomar en cuenta el último flujo acumulado negativo para sumarlo al último flujo acumulado sobre el flujo no acumulado del siguiente año.

Una vez realizados todos estos cálculos se obtiene que la inversión se recuperara en un tiempo de 1 año 9 meses y 17 días, esto quiere decir que es un periodo de tiempo

corto y beneficioso para la empresa siendo un panorama beneficioso para poner en marcha el proyecto.

PRI =	Ultimo año del flujo acumulado en negativo	+	$\frac{\text{Valor del Ultimo Flujoacumulado en negativo}}{\text{Valor del Flujo no acumulado delsiguiente año}}$
PRI =	2	+	$\frac{\$ (11.053,33)}{\$ 54.594,02}$
PRI =	2	+	-0,202464163
PRI =	1,797535837		

2.15. Gestión de Marketing

2.15.1. *Objetivos propuestos*

- Realizar alianzas con el MAG para que ellos se encarguen de capacitar a los productores del sector en el cuidado adecuado del ganado, así como también en su correcta forma de ordeño para que se garantice la calidad del producto.
- Tener un constante seguimiento a los productores realizando eventos de esparcimiento en donde ellos se sientan en familia con nuestra empresa.
- Generar fuentes de empleo para que se minimice la migración hacia la ciudad.
- Garantizar el acceso a medios tecnológicos para garantizar la educación de los hijos de los productores del sector.

2.15.2. Las estrategias para utilizarse.

Tabla 31. Estrategias a utilizar.

Estrategia	Actividad	Indicadores	Responsables	Inversión
Realizar reuniones con los presidentes de los barrios de la parroquia de Aláquez y posteriormente reuniones en cada uno de los barrios.	Solicitar la apertura hacia sus diversos barrios para exponerles el plan de negocios y sus beneficios, reuniones cada 2 meses para vislumbrar las mejoras que se han venido consiguiendo en beneficio mutuo.	Actas de reuniones realizadas cada 2 meses en los barrios.	Trabajadores del centro de acopio	\$ 50.00
Formalizar alianzas con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y Agrocalidad.	Capacitar a los ganaderos de la zona en cuanto a pastos, el correcto modo de ordeño, utilización de recipientes óptimos que garanticen la calidad del producto.	Listado de socio con las firmas de asistencia	Trabajadores del centro de acopio, técnicos del MAG y Agrocalidad.	\$ 150
Tener un constante seguimiento a los productores del sector y sus familias.	Realizar eventos de esparcimiento entre los productores y sus familias para que se sientan en familia con nuestra empresa y con nuestro compromiso hacia la sociedad.	Informes con fotografías para poder vislumbrar la realización de las actividades.	Trabajadores del centro de acopio y productores locales.	\$ 1000
Generación de Empleo.	Permitir que las personas más necesitadas del sector puedan vender algún tipo de producto en los eventos de esparcimiento.	Listado con firmas de las personas que venderán productos en los eventos.	Trabajadores del centro de acopio y personas necesitadas.	\$ 1000
Apoyo Tecnológico.	Ayudar a las personas del sector apoyándoles con internet gratuito para la educación de la niñez y adolescencia, además sortear un equipo de ordeño y dos laptops de forma anual como incentivo.	Facturas de los equipos y fotografías con los ganadores de los sorteos.	Trabajadores del centro de acopio.	\$ 2500

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

2.16. Conclusiones Capítulo II

Después de realizar el estudio de mercado se determinó que la demanda de las grandes empresas de Lácteos es constante ya que deben adquirir lo mayor posible de producto para lograr optimizar su capacidad instalada.

El centro de acopio villa leche se crea para la generación de empleo y la minimización de la migración de las familias hacia la ciudad a buscar fuentes de empleo. La empresa busca pagar un precio justo a los productores del sector y con esto ayudar a mejorar la economía local.

Mediante los principales indicadores de evaluación financiera que arrojan valores positivos para el negocio entre estos tenemos el Valor Actual Neto que asciende a \$ 120.858,13, la tasa interna de retorno es del 76 %, La inversión inicial según el periodo de recuperación es de 1 año 9 meses 17 días, la relación beneficio costo fue de \$1,10 en relación a los ingresos con los costos, el estudio fue determinante para comprobar la viabilidad del plan de negocios.

CAPITULO III. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Nombre de la propuesta. - Plan de negocios para la creación de un centro de acopio de leche, parroquia Aláquez, provincia Cotopaxi.

Objetivos. - Identificar las condiciones requeridas para la creación de un centro de acopio de leche.

Caracterizar la oferta y la demanda de leche en la Provincia.

Realizar el estudio técnico, organizacional y financiero de la creación del centro de acopio de leche en el barrio el Tejar, parroquia de Aláquez, provincia de Cotopaxi.

Elementos que la conforman. – El plan de negocios está conformado por el estudio técnico, organizacional y financiero, para determinar la viabilidad y factibilidad del negocio, los cuales se encuentran estructurados con el fin de mostrar coherencia entre sí.

Explicación de la propuesta. – La propuesta del emprendimiento en cuanto al plan de negocios para la creación del centro de acopio de leche va a cubrir las necesidades de las grandes empresas en cuanto a este producto y también mejorara la economía local debido a que se comprara el producto a un mejor precio a todos los proveedores del sector.

Premisas para su implementación. – Las condiciones para la implementación del plan de negocios es su viabilidad y esta se determina de acuerdo a la evaluación financiera obtenida, ya que estos indicadores ayudan a tomar decisiones sobre la propuesta.

3.1. Evaluación de Expertos

Para realizar la evaluación de expertos se tomaron a tres profesionales que poseen experiencia en el área de ciencias económicas y administrativas, los cuales mediante su aval ya aprobación del tema, establecerán sus criterios de validación de la propuesta del plan de negocios.

Para efectuar la evaluación de expertos se realizó cierto procedimiento y actividades para su consecución, entre estas tenemos:

- Primeramente, se determinó los criterios básicos que debe contener el instrumento de validación en el cual contendrá las instrucciones necesarias para su llenado, así como también los criterios de valoración.
- Seguidamente, se procedió a realizar el instrumento el cual fue una encuesta en la que se recopiló la información más relevante en cuanto al proyecto.
- Posteriormente se definió el perfil profesional que deberían tener los profesionales encargados de validar la propuesta de acuerdo a sus conocimientos en el área específica, por ende, tenemos tres especialistas en el área de ciencias económicas y administrativas.
- Una vez identificados los expertos se entregó la lista de validación para que puedan validar el plan de negocios en las tres dimensiones que se propuso las cuales son: potencial financiero y factibilidad, potencial de impacto Científico Social y evaluación ética.
- Finalmente se recolectó la información obtenida para realizar una matriz en donde se identifique los resultados y definir si el supuesto es válido según los resultados obtenidos.

3.1.1. Informe de validez.

En cuanto a la validez del contenido la encuesta se aplicó a tres expertos del área de ciencias económicas y administrativas, tomando en cuenta tres dimensiones en específico como son: potencial financiero y factibilidad, potencial de impacto Científico - Social y evaluación ética, tomando en cuenta un total de diecisiete ítems que comprenden las tres dimensiones y además una valoración de 1 o 0, cada ítem acorde al criterio del experto.

3.1.2. Matriz de Consolidación de expertos.

Después de culminar con las respuestas individuales de los expertos se creó una matriz, se procedió a sacar el promedio de todos los componentes acorde a la valoración de cada experto considerando que debe tener un mínimo global de 51 % para que la propuesta sea válida.

Tabla 32. Matriz de consolidación de expertos

COMPONEN TES A EVALUAR	Experto 1			Experto 2			Experto 3		
	Puntaje	%	X	Puntaje	%	X	Puntaje	%	X
	X Comp.	Comp.	X Comp.	Comp.	X Comp.	Comp.			
Componente 1 potencial financiero y factibilidad	8	88,88%	7	77,78%	8	88,88%			
Componente 2 potencial de impacto científico – social.	5	100%	4	80%	2	40%			
Componente 3 evaluación ética, ambiental y sustentabilidad	2	66,67%	3	100%	3	100%			
TOTAL	15	85,18%	14	85,93%	13	76,29%			
PROMEDIO GENERAL	PROMEDIO PUNTAJE X COMPONENTE			PROMEDIO % X COMPONENTE					
	14			82.47%					

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Una vez terminado el proceso de validación se tiene como resultado el puntaje promedio por componente de 14 puntos mientras que el porcentaje promedio por componente fue de 82.47%, lo cual indica que está por encima de los lineamientos establecidos y se puede dar como válida la propuesta por parte de los especialistas.

3.1.3. Información sobre expertos.

En la matriz que se detalla a continuación se identifica la información de los expertos elegidos para la validación de la propuesta de plan de negocios de un centro de acopio de leche en la parroquia Aláquez, provincia de Cotopaxi.

Tabla 33. Información sobre expertos

Información sobre el experto 1	
Sexo	Masculino
Nombres y Apellidos	Marco Antonio Veloz Jaramillo
Cargo	Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Años de experiencia Laboral	15 años
Institución a la que representa	Universidad Técnica de Cotopaxi
Información sobre el experto 2	
Sexo	Masculino
Nombres y Apellidos	Roberto Carlos Arias Figueroa
Cargo	Docente
Años de experiencia Laboral	19 años
Institución a la que representa	Universidad Técnica de Cotopaxi
Información sobre el experto 3	
Sexo	Masculino
Nombres y Apellidos	Santiago Fernando Ramírez Jiménez
Cargo	Docente
Años de experiencia Laboral	19 años
Institución a la que representa	Universidad Técnica de Cotopaxi

Elaborado por: Tapia Jácome Jorge Rubén

Conclusiones:

La propuesta de plan de negocios para la creación de un centro de acopio, es válida después de aplicar el instrumento el cual considera que la idea de negocios cumple con los parámetros necesarios en el cuestionario al obtener un puntaje promedio de 14 puntos y 82.47% de promedio en porcentaje.

El proyecto contribuye en ámbitos, económico, científico-social, ético y sustentable adaptándose a los requerimientos actuales del mercado entregando un producto de calidad a los potenciales clientes.

CONCLUSIONES GENERALES

La metodología del plan de negocios ayudó a dar una estructura lógica y coherente sobre la propuesta de un plan de negocios para creación de un centro de acopio de leche en la parroquia de Aláquez, por medio de las áreas que tiene la empresa como: estudio de mercado, estudio técnico, organizacional y el financiero.

La oferta de leche en el sector es muy amplia ya que existe una gran cantidad de productores los cuales serán nuestros proveedores y así no nos falte producto, la demanda que cubrirá el centro de acopio será la de proveer a las grandes fábricas con lo que necesiten del producto para optimizar su producción acorde a su capacidad instalada.

En el estudio técnico se determinó los requerimientos que necesita la empresa para poner en marcha sus actividades económicas, tanto recursos físicos, humanos y tecnológicos.

Para concluir en el estudio financiero el proyecto es factible al obtener un resultado positivo en la evaluación económica con una tasa interna de retorno del 76%, un valor actual neto de \$ 120.858,13 una relación beneficio costo de \$ 1,10 y un periodo de recuperación de 1 año 9 meses y 17 días, después de obtener estos resultados se puede determinar que el proyecto es factible y viable ya que se obtiene una rentabilidad esperada.

Finalmente, el proyecto fue validado y aprobado por expertos en el área de ciencias administrativas, la propuesta es admitida según los criterios, económicos, sociales y ambientales.

RECOMENDACIONES GENERALES

Existen diversas estructuras de planes de negocios de los cuales se puede hacer una propuesta metodológica adaptando las diversas estructuras de estos planes para conformar uno más óptimo acorde a la necesidad de cada empresa y dependiendo al sector al cual se vaya a enfocar.

La escasa información sobre el sector económico, por ellos es necesario estudios y estadísticas de manera periódica para poder realizar investigaciones en esta área, además tener una base de datos de acceso libre con la información más relevante y validada acorde a un determinado tema de estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernardes, R., Borini, F., & Figueiredo, P. N. (2019). Inovação em Organizações de Economias Emergentes. *Cadernos EBAPE BR*, 17(4), 886–894. <https://doi.org/10.1590/1679-395120190184>
- Cepeda Valero, O. M., Bernal Orozco, J. O., Neira González, G. A., & Rodríguez Gaitán, S. M. (2018). Diseño de un proyecto de emprendimiento con población vulnerable: caso, jardín infantil de Bogotá. *Ciencias administrativas*, 14, 042. <https://doi.org/10.24215/23143738e042>
- Damián Simón, J. (2015). ¿Pueden los niños adquirir y aplicar conocimientos de emprendimiento? El caso del subprograma, mi primer empresa: “emprender jugando”. *Nova scientia*, 7(15), 389–415. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052015000300389&lang=es
- Reina Gutiérrez, W., Sepúlveda Rivillas, C. I., & González Uribe, G. J. (2017). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26(1), 163–180. <https://doi.org/10.18359/rfce.3144>
- Salinas-Cruz, E., Cadena-Iñiguez, P., Rodríguez-Hernández, R. F., & Rendón-Medel, R. (2016). El uso de planes de negocio para la relación entre el mercado y productores de alta y muy alta marginación. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 7(SPE15), 3129–3142. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342016001103129&lang=es
- Ceretta, GF, Reis, DR dos y Rocha, AC da. (2016). Innovación y modelos de negación: un estudio bibliométrico de producción científica en la base Web of Science. *Gestão & produção*, 23 (2), 433–444. <https://doi.org/10.1590/0104-530x1461-14>
- Díaz Cueva, J. G., Zamora Campoverde, M. A., & Mora Sánchez, N. V. (2019). La innovación como factor de competitividad de los productos ecuatorianos

periodo 2012-2017. *Revista Investigación y Negocios*, 12(19), 7–17.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000100002&lng=es&tlng=es.

Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 71, 22–39.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602011000200003&lang=es

fedexpor. (2020, enero 6). *Ecuador, menos competitivo en 2019 – Fedexpor*. Fedexpor.com. <https://www.fedexpor.com/ecuador-menos-competitivo-en-2019/>

Ferreira, F. M., & Pinheiro, C. R. M. S. (2018). Plano de Negócios Circular: instrumento de ensino de empreendedorismo e desenvolvimento do perfil empreendedor. *Gestão & produção*, 25(4), 854–865.
<https://doi.org/10.1590/0104-530x2326-18>

Tecnología, educación y alianzas son ejes para la competitividad. (s/f). Revistalideres.ec. Recuperado el 03 de abril de 2022, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/tecnologia-educacion-alianzas-ejes-competitividad.html>

Telégrafo, E. (2014, octubre 18). *La producción lechera en Ecuador genera \$ 1.600 millones en ventas anuales (Infografía)*. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/la-produccion-lechera-en-ecuador-genera-1-600-millones-en-ventas-anuales-infografia>

Telégrafo, E. (2019, junio 29). *Industria láctea mueve \$ 1.400 millones en el año*. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/industria-lactea-ingresos-ecuador>

Choque-Tolmo, B. M., Villalobos-Abarca, M. A., & Herrera-Acuña, R. A. (2020). Desarrollo de un software web para la gestión de planes de negocios. *CIT*

Informacion Tecnologica, 31(4), 45–60. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000400045>

Valenzuela-Klagges, I., Valenzuela-Klagges, B., & Irarrazaval L., J. (2018). Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus Determinantes: Evidencias y Desafíos. *Revista Pilquen*, 21(3), 55–63. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-31232018000300006&lang=es

Petrini, M., Scherer, P., & Back, L. (2016). MODELO DE NEGÓCIOS COM IMPACTO SOCIAL. *RAE*, 56(2), 209–225. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020160207>

JuanXcel [JuanXcel]. (2020, abril 16). *¿Cómo calcular el WACC Costo Promedio Ponderado de Capital en Excel? SENCILLO JuanXcel*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=GSdIRScydkk>

ANEXOS

INTRUMENTOS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE, PARROQUIA ALÁQUEZ, PROVINCIA COTOPAXI.”

Objetivo: Calificar los componentes del proyecto que evidencien su validez y pertinencia en el campo de acción.

Perfil del validador: Profesional con título de cuarto nivel con especialidad de Administración de Empresas.

Datos del experto:

Apellidos y Nombres:	VELOZ JARAMILLO MARCO ANTONIO
Título /s de pregrado:	ECONOMISTA
Título /s de posgrado:	MAGISTER EN GESTION FINANCIERA
Experiencia laboral:	<p>Profesor titular a tiempo completo de la Universidad Técnica de Cotopaxi en las asignaturas de: Riesgos financieros, Finanzas, Microeconomía, Econometría aplicada a los negocios, Estadística.</p> <p>Profesor titular a tiempo parcial en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga en las asignaturas: Modelos de Simulación Financiera, Gestión del Riesgo financiero, Microeconomía, Macroeconomía, Estrategias Financieras.</p> <p>Profesor de posgrado de la Universidad Técnica de Cotopaxi en el módulo de Estadística aplicada a las Ciencias Sociales en el programa de Desarrollo Local, Gestión Financiera en el programa Administración de Empresas y Economía Energética en el programa Sistemas Electricidad- Sistemas Eléctricos de Potencia.</p> <p>Profesor de posgrado de la Universidad Técnica de Ambato en el módulo de Finanzas Corporativas en el programa de maestría “Gestión Financiera”</p> <p>Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.</p>

Consideraciones para la calificación:

Cada literal se debe calificar si su respuesta es sí con un valor de 1 y si su respuesta es no con 0.

Los Componentes a evaluar son:

- Potencial Financiero y Factibilidad.
- Potencial de Impacto Científico – Social.
- Evaluación Ética, ambiental y sustentabilidad

COMPONENTE 1 POTENCIAL FINANCIERO Y FACTIBILIDAD				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Proyecto con aplicación práctica directa	1	¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa en el sector social y o empresarial?	1	
	2	¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa a nivel regional?	1	
Como los potenciales clientes cubren actualmente sus necesidades	3	¿Es un producto medianamente innovador pero competitivo?		0
	4	¿El producto satisface las necesidades de los potenciales consumidores?	1	
	5	¿Es un producto con aplicabilidad a los distintos niveles de la sociedad?	1	
Oportunidades de Entrada en el mercado del Producto - Servicio	6	¿El producto o servicio tiene altas posibilidades de entrar en el mercado?	1	
	7	¿Según su opinión el producto será aceptado por parte de varios sectores de la sociedad?	1	
Disponibilidad de Equipos e infraestructura, gestión Administrativa	8	¿Existen los equipos e infraestructura para el desarrollo del plan de negocios?	1	
	9	¿Existe el presupuesto para adquirir los bienes y o servicios para la ejecución del plan de negocios?	1	
TOTAL DEL COMPONENTE			8	


COMPONENTE 2 POTENCIAL DE IMPACTO CIENTÍFICO – SOCIAL.				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Beneficiarios Directos, indirectos, población vulnerable.	1	Están bien definidos los beneficiarios directos	1	
	2	Están bien definidos los beneficiarios indirectos	1	
	3	Contempla como beneficiaria al menos una población vulnerable.	1	
Contribución al cambio de la matriz productiva	4	El resultado perfecciona un producto o servicio ya establecido.	1	
	5	El resultado es de interés local o sectorial.	1	
TOTAL DEL COMPONENTE			5	

COMPONENTE 3 EVALUACIÓN ÉTICA, AMBIENTAL Y SUSTENTABILIDAD				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Impacto social y ambiental favorable	1	El objetivo del proyecto contribuye al desarrollo sustentable.	1	
	2	Contribuye a alcanzar al menos un objetivo de desarrollo sostenible de la ONU (Agenda 2030).		0
Cumplimiento de criterios Éticos Establecidos por la Universidad.	3	Cumple con los principios Éticos Establecidos para el proceso de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	1	
TOTAL DEL COMPONENTE			2	

Resultados:

Resultados		
literales	Total	Porcentaje
Componente 1	8	53,33%
Componente 2	5	33,33%
Componente 3	2	13,33%
Total	15	100%

Observaciones: La propuesta se muestra factible y apropiada para ser implementada.

Validez de la propuesta		
Resultados de la Propuesta:	Validado por:	Econ. Marco Veloz Jaramillo
Válida:	x	C.I. 0502377757
Válida atendiendo observaciones:		Firma: 
No válida:		Fecha: 05/05/2022

INTRUMENTOS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS
“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
ACOPIO DE LECHE, PARROQUIA ALÁQUEZ, PROVINCIA
COTOPAXI.”

Objetivo: Calificar los componentes del proyecto que evidencien su validez y pertinencia en el campo de acción.

Perfil del validador: Profesional con título de cuarto nivel con especialidad de Administración de Empresas.

Datos del experto:

Apellidos y Nombres:	Arias Figueroa Roberto Carlos
Título /s de pregrado:	Ingeniero Comercial
Título /s de posgrado:	Magister en Gestión Financiera
Experiencia laboral:	7 años en el Sistema financiero y 12 años en la docencia en el área de la administración y finanzas.

Consideraciones para la calificación:

Cada literal se debe calificar si su respuesta es sí con un valor de 1 y si su respuesta es no con 0.

Los Componentes a evaluar son:

- Potencial Financiero y Factibilidad.
- Potencial de Impacto Científico – Social.
- Evaluación Ética, ambiental y sustentabilidad


COMPONENTE 1 POTENCIAL FINANCIERO Y FACTIBILIDAD				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Proyecto con aplicación práctica directa	1	¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa en el sector social y o empresarial?	X	
	2	¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa a nivel regional?		X
Como los potenciales clientes cubren actualmente sus necesidades	3	¿Es un producto medianamente innovador pero competitivo?	X	
	4	¿El producto satisface las necesidades de los potenciales consumidores?	X	
	5	¿Es un producto con aplicabilidad a los distintos niveles de la sociedad?	X	
Oportunidades de Entrada en el mercado del Producto - Servicio	6	¿El producto o servicio tiene altas posibilidades de entrar en el mercado?	X	
	7	¿Según su opinión el producto será aceptado por parte de varios sectores de la sociedad?		X
Disponibilidad de Equipos e infraestructura , gestión Administrativa	8	¿Existen los equipos e infraestructura para el desarrollo del plan de negocios?	X	
	9	¿Existe el presupuesto para adquirir los bienes y o servicios para la ejecución del plan de negocios?	X	
TOTAL DEL COMPONENTE			7	2

COMPONENTE 2 POTENCIAL DE IMPACTO CIENTÍFICO – SOCIAL.				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Beneficiarios Directos, indirectos, población vulnerable.	1	Están bien definidos los beneficiarios directos	X	
	2	Están bien definidos los beneficiarios indirectos	X	
	3	Contempla como beneficiaria al menos una población vulnerable.		X
Contribución al cambio de la matriz productiva	4	El resultado perfecciona un producto o servicio ya establecido.	X	
	5	El resultado es de interés local o sectorial.	X	
TOTAL DEL COMPONENTE			4	1

COMPONENTE 3 EVALUACIÓN ÉTICA, AMBIENTAL Y SUSTENTABILIDAD				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Impacto social y ambiental favorable	1	El objetivo del proyecto contribuye al desarrollo sustentable.	X	
	2	Contribuye a alcanzar al menos un objetivo de desarrollo sostenible de la ONU (Agenda 2030).	X	
Cumplimiento de criterios Éticos Establecidos por la Universidad.	3	Cumple con los principios Éticos Establecidos para el proceso de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	X	
TOTAL DEL COMPONENTE			3	

Resultados:

Resultados		
literales	Total	Porcentaje
Componente 1	7	77.8%
Componente 2	4	80%
Componente 3	3	100%
Total		

Validez de la propuesta	
Observaciones:	
Valida:	X
No valida:	
Valida atendiendo observaciones:	Valida sin observaciones
Validado por:	Ing. Roberto Carlos Arias
C.I.	0502123730
Firma:	 Firmado electrónicamente por: ROBERTO CARLOS ARIAS FIGUEROA
Fecha:	04/05/2022

INTRUMENTOS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS
“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
ACOPIO DE LECHE, PARROQUIA ALÁQUEZ, PROVINCIA
COTOPAXI.”

Objetivo: Calificar los componentes del proyecto que evidencien su validez y pertinencia en el campo de acción.

Perfil del validador: Profesional con título de cuarto nivel con especialidad de Administración de Empresas.

Datos del experto:

Apellidos y Nombres:	RAMIREZ JIMENEZ SANTIAGO FERNANDO
Título /s de pregrado:	ING. SISTEMAS Y COMPUTACIÓN
Título /s de posgrado:	MBA. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Experiencia laboral:	CONSULTOR EN MODELOS DE NEGOCIO POR MAS DE 13 AÑOS. DOCENTE UNIVERSITARIO DE GRADO Y POSGRADO POR MAS DE 6 AÑOS

Consideraciones para la calificación:

Cada literal se debe calificar si su respuesta es sí con un valor de 1 y si su respuesta es no con 0.

Los Componentes a evaluar son:

- Potencial Financiero y Factibilidad.
- Potencial de Impacto Científico – Social.
- Evaluación Ética, ambiental y sustentabilidad


COMPONENTE 1 POTENCIAL FINANCIERO Y FACTIBILIDAD				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Proyecto con aplicación práctica directa	1	¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa en el sector social y o empresarial?	1	
	2	¿El proyecto tiene una aplicación práctica directa a nivel regional?	1	
Como los potenciales clientes cubren actualmente sus necesidades	3	¿Es un producto medianamente innovador pero competitivo?	1	
	4	¿El producto satisface las necesidades de los potenciales consumidores?	1	
	5	¿Es un producto con aplicabilidad a los distintos niveles de la sociedad?	1	
Oportunidades de Entrada en el mercado del Producto - Servicio	6	¿El producto o servicio tiene altas posibilidades de entrar en el mercado?	1	
	7	¿Según su opinión el producto será aceptado por parte de varios sectores de la sociedad?	1	
Disponibilidad de Equipos e infraestructura , gestión Administrativa	8	¿Existen los equipos e infraestructura para el desarrollo del plan de negocios?	1	
	9	¿Existe el presupuesto para adquirir los bienes y o servicios para la ejecución del plan de negocios?		0
TOTAL DEL COMPONENTE			8	

COMPONENTE 2 POTENCIAL DE IMPACTO CIENTÍFICO – SOCIAL.				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Beneficiarios Directos, indirectos, población vulnerable.	1	Están bien definidos los beneficiarios directos		0
	2	Están bien definidos los beneficiarios indirectos		0
	3	Contempla como beneficiaria al menos una población vulnerable.		0
Contribución al cambio de la matriz productiva	4	El resultado perfecciona un producto o servicio ya establecido.	1	
	5	El resultado es de interés local o sectorial.	1	
TOTAL DEL COMPONENTE			2	

COMPONENTE 3 EVALUACIÓN ÉTICA, AMBIENTAL Y SUSTENTABILIDAD				
ITEM	#	Criterios	Respuesta	
			SI	NO
Impacto social y ambiental favorable	1	El objetivo del proyecto contribuye al desarrollo sustentable.	1	
	2	Contribuye a alcanzar al menos un objetivo de desarrollo sostenible de la ONU (Agenda 2030).	1	
Cumplimiento de criterios Éticos Establecidos por la Universidad.	3	Cumple con los principios Éticos Establecidos para el proceso de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	1	
TOTAL DEL COMPONENTE			3	

Resultados:

Resultados		
literales	Total	Porcentaje
Componente 1		8
Componente 2		2
Componente 3		3
Total		13

Validez de la propuesta	
Observaciones:	
Valida:	Valida
No valida:	
Valida atendiendo observaciones:	Es preciso determinar claramente beneficiarios directos e indirectos, así como sus beneficios
Validado por:	Santiago F. Ramírez J.
C.I.	1713065405
Firma:	
Fecha:	5 mayo 2022

Información sobre expertos

Identificación: 0502377757

Imprimir Información

Nombres: VELOZ JARAMILLO MARCO ANTONIO

Género: MASCULINO

Nacionalidad: ECUADOR

Título(s) de cuarto nivel o posgrado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido Por	Número de Registro	Fecha de Registro	Observación
MAGISTER EN GESTION FINANCIERA	UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO	Nacional		1010-16-80081238	2015-06-29	
DIPLOMA SUPERIOR EN GESTION PARA EL APRENDIZAJE UNIVERSITARIO	ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO	Nacional		1004-11-723974	2011-03-16	

Título(s) de tercer nivel de grado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido Por	Número de Registro	Fecha de Registro	Observación
ECONOMISTA	UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO	Nacional		1010-07-788279	2007-06-22	

Información Personal

Identificación: 0502123730

Imprimir Información

Nombres: ARIAS FIGUEROA ROBERTO CARLOS

Género: MASCULINO

Nacionalidad: ECUADOR

Título(s) de cuarto nivel o posgrado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido Por	Número de Registro	Fecha de Registro	Observación
MAGISTER EN GESTION FINANCIERA	UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO	Nacional		1010-13-88034433	2013-04-05	

Título(s) de tercer nivel de grado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido Por	Número de Registro	Fecha de Registro	Observación
INGENIERO COMERCIAL	UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA DEL ECUADOR	Nacional		1046-07-745302	2007-03-18	

Información Personal

Identificación: 1713065405

Imprimir Información

Nombres: RAMIREZ JIMENEZ SANTIAGO FERNANDO

Género: MASCULINO

Nacionalidad: ECUADOR

Título(s) de cuarto nivel o posgrado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido Por	Número de Registro	Fecha de Registro	Observación
MAGISTER EN GERENCIA DE SISTEMAS	UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS (ESPE)	Nacional		1070-15-98088214	2015-08-13	
MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESA MENCION ALTERNATIVA EN ADMINISTRACION ESTRATEGICA	UNIVERSIDAD DE BELGRANO	Extranjero		5041 R-15-40883	2015-01-28	

Título(s) de tercer nivel de grado

Título	Institución de Educación Superior	Tipo	Reconocido Por	Número de Registro	Fecha de Registro	Observación
INGENIERO DE SISTEMAS Y COMPUTACION	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	Nacional		1027-07-781543	2007-08-08	



Universidad Técnica de Cotopaxi
Maestría en Administración de empresas

Encuesta

Objetivo: Realizar una investigación de mercado mediante la aplicación de encuestas a los ganaderos del Barrio EL TEJAR de la parroquia Aláquez para medir el nivel de aceptación sobre la creación de un centro de acopio de leche.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X la respuesta que usted considere conveniente.

Preguntas

1. ¿Usted comercializa leche actualmente?

SI

NO

2. ¿Cuántas cabezas de ganado lechero posee al momento?

1 a 5

6 a 10

11 a 15

Más de 16

3. ¿Cuántos litros de leche produce diariamente?

1 a 15

16 a 30

31 a 45

Más de 46

4. ¿Tiene la capacidad para aumentar más su producción de leche?

SI

NO

5. ¿A quien vende usted la leche actualmente?

Lecheros (Intermediarios)

Empresas Lácteas

Centros de acopio

Personas comunes

6. ¿A qué precio vende usted el litro de leche?

De 0.26 a 0.30 ctvs.

De 0.31 a 0.35 ctvs.

De 0.36 a 0.40 ctvs.

Más de 0.41 ctvs.

7. ¿Está usted conforme con el precio que le pagan actualmente por el litro de leche?

SI

NO

8. ¿Cómo se siente usted con el recolector de leche en cuanto a trato?

Satisfecho

Insatisfecho

9. ¿Le gustaría que en el barrio EL TEJAR se creara un centro de acopio de leche?

SI

NO

10. ¿Estaría dispuesto a vender la leche al centro de acopio de EL TEJAR?

SI

NO

11. ¿Qué beneficios desearía tener al vincularse con el centro de acopio?

Buen Precio

Buen Trato

Estabilidad de compra

Socio del centro de acopio

12. ¿A qué precio estaría dispuesto usted a vender el litro de leche al centro de acopio?

A 0.35 ctvs.

A 0.36 ctvs.

A 0.37 ctvs.

A 0.38 ctvs.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.