



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

“CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO, FINANCIERO EN EL BARRIO SAN RAMÓN, PARROQUIA MULALÓ”

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

Autores:

Lescano Almache María del Carmen

Tipán Olmos Jessica Alejandra

Directora:

Ing. Angelita Marlene Salazar Corrales

Latacunga - Ecuador
Noviembre - 2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga-Ecuador

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOCIO - ECONÓMICO/FINANCIERO EN EL BARRIO SAN RAMÓN, PARROQUIA MULALÓ**”, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....
Lescano Almache María del Carmen
C.I. 050325977-2

.....
Tipán Olmos Jessica Alejandra
C.I. 050377233-7



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga-Ecuador

AVAL DE LA DIRECTORA DE TESIS

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el tema:

CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOCIO - ECONÓMICO/FINANCIERO EN EL BARRIO SAN RAMÓN, PARROQUIA MULALÓ, de las postulantes Lescano Almache María del Carmen y Tipán Olmos Jessica Alejandra, Egresadas de la Especialidad de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aporte científico - técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Noviembre del 2015

.....

Ing. Marlene Salazar

DIRECTORA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga-Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, las postulantes: Lescano Almache María del Carmen y Tipán Olmos Jessica Alejandra, con el título de Tesis **“CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOCIO - ECONÓMICO/FINANCIERO EN EL BARRIO SAN RAMÓN, PARROQUIA MULALÓ”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Noviembre del 2015

Para constancia firman:

.....
Ing. Eliana Palma
PRESIDENTE

.....
Ing. Walter Navas
MIEMBRO

.....
Ing. Wilson Trávez
OPOSITOR

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado para las personas más importantes de nuestras vidas, con mucho amor y admiración para nuestros padres quienes con su paciencia y sabiduría nos guiaron por el camino del bien, enseñándonos valores morales como éticos siempre apoyándonos de una manera incondicional para poder cumplir cada uno de nuestros sueños anhelados, quienes cada día nos daban su voto de confianza y a lo largo de nuestras vidas han velado por el bienestar y la educación, siendo nuestra apoyo incondicional en todos los momentos de nuestras vidas.

A nuestros hermanos y hermanas que han estado ahí dándonos palabras de aliento al momento de querer desmayar, sus consejos su amor su paciencia y sobre todo la comprensión porque gracias a ellos estamos en las instancias de llegar hacer unas profesionales, quienes siempre confiaron en nosotras y siempre enviándonos sus mejores energías positivas, cada uno de nuestros esfuerzos eran pensando en ellos.

María del Carmen

Jessica Alejandra

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradecemos a nuestro papito Dios porque él nos guio por un buen camino que no fue fácil recorrer pero con el esfuerzo y la perseverancia llegamos.

A nuestra familia que nos apoyaron cada momento de nuestra vida estudiantil quienes con sus consejos y ánimos, risas y enojos nos supieron guiar para poder llegar a estas instancias

A nuestros padres que gracias a su infinita paciencia, amor y la inagotable apoyo logramos superar cada uno de los obstáculos que se dieron , gracias papitos por compartir nuestros logros y caídas esta tesis es para ustedes por ser los mejores padres del mundo los amamos mucho.

A nuestros maestros quienes compartieron sus conocimientos dentro de las aulas y a la vez nos brindaron su amistad.

María del Carmen

Jessica Alejandra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga-Ecuador

TEMA: “CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOCIO – ECONÓMICO/FINANCIERO EN EL BARRIO SAN RAMÓN, PARROQUIA MULALÓ”

Autores:
María del Carmen Lescano Almache
Jessica Alejandra Tipán Olmos

RESUMEN

La creación de un centro de acopio de leche es importante, puesto que este líquido se encuentra dentro de la alimentación diaria de todos los seres humanos y a más de ello es considerada como la materia prima indispensable para el procesamiento y transformación de la misma dentro de las industrias lácteas. Al ser la leche un producto primordial para el cambio de la matriz productiva y al observarse la gran cantidad de personas que se dedican a la ganadería en el sector de San Ramón, nace la idea de crear un centro de acopio de leche que almacene y oferte un producto de calidad. Es por ello que se ha realizara una encuesta dirigida a las familias que se dedican a esta actividad, al igual que de las empresas pasteurizadoras y queseras con el fin de determinar la oferta y la demanda; por otra parte se consideró indispensable fijar los recursos económicos, materiales y humanos que se necesitara para el funcionamiento adecuado del proyecto. Posterior a esto se realizara la evolución financiera, la misma que reflejo a través de los caculos del valor actual neto y de la tasa interna de retorno, que la puesta en marcha del centro de acopio es factible, logrando así el desarrollo socio–económico del sector de San Ramón.

Palabras claves: Factibilidad, Plan de negocio, Acopio, Leche



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga-Ecuador

TOPIC: “CREATING A MILK COLLECTION CENTER FOR PROMOTING THE SOCIO - ECONOMIC / FINANCIAL DISTRICT IN SAN RAMON PARISH MULALÓ”

AUTHORS:

María del Carmen Lescano Almache

Jessica Alejandra Tipán Olmos

ABSTRACT

The creation of a central milk storage is important, since this liquid is within the daily feeding of all human beings and most of it is regarded as the essential raw material for the processing and transformation of it into the dairies. As a primary product milk for changing the productive matrix and noted the large number of people dedicated to livestock in the area of San Ramon, the idea to create a milk collection center that stores and bid a quality product. That is why there has been a survey of families who are engaged in this activity, as the pasteurization and cheese businesses in order to determine supply and demand; on the other hand it was considered essential to establish the economic, material and human resources needed for the proper functioning of the project. Following this financial developments took place, the same as reflected by the calculations of NPV and IRR, the launch of the collection center is feasible, achieving the socio-economic development of San Ramón town.

Keywords: Factibility, Bussiness Plan, Gathering, milk



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga-Ecuador

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresadas de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **LESCANO ALMACHE MARIA DEL CARMEN Y TIPAN OLMOS JESSICA ALEJANDRA**, cuyo título versa “**CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE PARA FOMENTAR EL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO/FINANCIERO EN EL BARRIO SAN RAMÓN, PARROQUIA MULALO**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Noviembre del 2015

Atentamente,

Lic. Marcia Chiluisa
DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C. 050221430-7

INTRODUCCIÓN

La producción lechera en el Ecuador es relativamente alta, es decir es uno de los sectores más importantes en cuanto a la generación de empleo en el sector agrícola y en la economía del Ecuador, especialmente en la región andina mas 600.000 personas dependen directamente de la producción de leche, entre ello tenemos a los del sector rural, que se dedican netamente a la producción de leche, los mismos que garantizan el autoabastecimiento del Ecuador y contribuyen fundamentalmente a la seguridad y soberanía alimentaría del país; es así que se considera a la provincia de Cotopaxi como una de las matrices productivas en el área agropecuaria y ganadera, debido a que es una de las provincias que abastece con su producción lechera a varias ciudades del país y es reconocida por su alto nivel de producción , debido a que las mismas se concentran en el sector rural, siendo el caso del barrio San Ramón donde se ha evidenciado una alta producción lechera por lo cual se propone realizar un plan de negocios para la creación de un centro de acopio de leche con el fin de mejorar la situación socio -económica de las 120 familias que se dedica a esta actividad.

En el capítulo I, se establecerá los principales fundamentos teóricos que permitirá sustentar la investigación la cual permita desarrollar la estructura de un plan de negocios para la creación de un centro de acopio de leche el mismo que estará orientado al almacenaje y venta de leche lo que permitirá saber en qué se enfoca un proyecto para ver si es factible su inversión.

Netamente el capítulo II, se desarrollara un estudio de mercado en el sector de San Ramón con el motivo de conocer si la creación de dicho proyecto va ser aceptado o no por los ganaderos, a su vez permitirá conocer cuál es la oferta y la demanda que podrá tener el negocio, al momento de que se obtenga todo estos datos ayudara a tomar decisiones estratégicas de las cuatro p, en el instante que se aplica el instrumento de investigación podremos observar cual será la demanda insatisfecha.

Por medio del capítulo III. En el cual se efectuar la ubicación idónea del centro de acopio, un estudio económico/ financiero, los requerimientos técnicos y lo que sea la inversión inicial para la creación del proyecto ya que con el estudio técnico se podrá saber cómo va quedar estructurado el espacio físico de la planta. Por medio de la evolución financiera se podrá determinar si es factible o no la puesta en marcha del plan de negocios conjuntamente con los estados financieros saber si existirán pérdidas o ganancias y con las razones poder conocer si tendrán o no capacidad de endeudamiento como rentabilidad y si existirán variaciones en el periodo de cinco años que serán cada una de las proyecciones.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios de un centro de acopio de leche para fomentar el desarrollo socio-económico/ financiero en el barrio San Ramón, parroquia Mulaló

Objetivos Específicos

- Describir los fundamentos teóricos y conceptuales mediante la utilización de fuentes secundarias para tener una guía que ayude al desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de la oferta y demanda de la leche para identificar la factibilidad comercial que tendrá el centro de acopio.
- Realizar un estudio financiero mediante la recopilación información y cálculos económicos para ver la factibilidad de llevar a cabo la creación del centro de acopio de leche.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág .
Portada	i
Autoría	ii
Aval	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen	vii
Abstrat	viii
Aval de Traducción	ix
Introducción	x
Objetivo	xi
Índice de contenidos.....	xii
Índice de tablas	xx
Índice de cuadros	xxiv
Índice de gráficos	xxv
Índice de figuras	xxvi
Antecedentes	1
Categorías fundamentales	3

CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

CONTENIDO	Pág.
1.1 La Administración	4
1.1.1 Proceso Administrativo	5
1.1.1.1 Planeación	5
1.1.1.2 Organización	6

CONTENIDO	Pág.
1.1.1.3 Integración	6
1.1.1.4 Dirección	6
1.1.1.5 Control	7
1.1.2 Clases de Empresas	7
1.2 Emprendimiento	8
1.2.1 Importancia del Emprendimiento	9
1.2.2 Tipos de Emprendedores	10
1.2.3 Características de un Emprendedor	11
1.3 Plan de Negocios	13
1.3.1 Estudio de Mercado	14
1.3.1.1 Producto Sustituto	15
1.3.1.2 Análisis de la Demanda	15
1.3.1.2.1 Factores que pueden afectar la demanda	16
1.3.1.3 Análisis de la Oferta	16
1.3.1.3.1 Factores que pueden afectar la oferta	17
1.3.1.4 Análisis del Precio	17
1.3.1.5 Método de Proyección	17
1.3.2 Estudio Técnico	18
1.3.2.1 El Tamaño	19
1.3.2.2 Recursos Financieros	19
1.3.2.3 Mano de Obra	20
1.3.2.4 Localización	20
1.3.2.5 Flujogramas de Procesos	21
1.3.2.6 Distribución de la Planta	23
1.3.3 Estudio Económico	24
1.3.3.1 Tasa Interna de Retorno	24
1.3.3.2 Valor Actual Neto	24
1.3.3.3 Costo Beneficio	25
1.3.3.4 Punto de Equilibrio	25

CONTENIDO	Pág.
1.3.4 La Empresa y su Organización	26
1.3.4.1 Base Filosófica de la Empresa	26
1.4 Pequeñas y Medias Empresas	26
1.4.1 Ventajas de las pequeñas y medias empresas	28
1.5 Industrias Lácteas	28
1.6 Centro de Acopio	29
1.6.1 Actividades de los Centros de Acopio	30
1.6.2 Objetivos de los Centros de Acopio	30
1.6.3 La Situación Actual de los Centros de Acopio	31
1.6.4 Gestión de los Centros de Acopio Lecheros	31

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

CONTENIDO	Pág.
2. ESTUDIO DE MERCADO	33
2.1 Objetivos	34
2.1.1 Objetivo General	34
2.1.2 Objetivos Específicos.....	34
2.2 Descripción y Características del Producto.....	35
2.3 Productos Sustitutos	37
2.4 Segmentación de Mercado	38
2.4.1 Variables de Segmentación	38
2.5 Investigación de Mercados.....	39
2.5.1 Objetivo de la Investigación de Mercado.....	39
2.5.1.1 Objetivo General	39
2.5.1.2 Objetivos Específicos.....	40
2.5.2 Problema	40

CONTENIDO	Pág.
2.5.3 Solución	41
2.5.4 Justificación	41
2.5.5 Metodología	42
2.5.5.1 Metodología Cualicuantitativa	42
2.5.6. Métodos	42
2.5.6.1. Método inductivo	42
2.5.6.2 Método de observación	43
2.5.7 Tipos de Investigación	43
2.5.7.1 Investigación Descriptiva	43
2.5.7.2 Investigación de Campo	44
2.5.7.3 Investigación Documental	44
2.5.8 Fuentes de Información	44
2.5.8.1. Fuentes de Información Primarias	45
2.5.8.2. Fuentes de Información Secundarias	45
2.5.9 Técnicas	45
2.5.9.1. Encuesta	45
2.5.9.2. Observación	46
2.5.9.3. Cuestionario	46
2.5.10 Tamaño del Universo o Población	46
2.5.10.1 Diseño del Cuestionario	48
2.5.11 Análisis e interpretación de resultados	49
2.6 Análisis de la Demanda	80
2.6.1 Demanda Histórica	80
2.6.3 Demanda Proyectada	81
2.7 Análisis de la Oferta	83
2.7.1 Oferta Histórica	83
2.7.2 Oferta Proyectada	84
2.8 Demanda Insatisfecha	86
2.9 Mercado Objetivo	87

CONTENIDO	Pág.
2.9 Análisis de Precios	88
2.9.1 Precios Históricos	89
2.9.2 Precios Proyectados	89
2.10 Canales de Distribución	90
2.11 Estrategias de Comercialización	91
2.11.1 Estrategia de responsabilidad social	91
2.11.2 Estrategia de identidad corporativa	93
2.11.3 Estrategia de Redes Sociales	95
2.11.4 Estrategia del mejoramiento de la calidad de la leche	97
2.12 Conclusiones de la Investigación de Mercado	100

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO/FINACIERO

CONTENIDO	Pág.
3. ESTUDIO TÉCNICO/FINACIERO	101
3.1 Estudio Técnico	101
3.1.1 Tamaño del Proyecto	101
3.1.1.1 Disponibilidad de Recursos Financieros	101
3.1.1.2 Disponibilidad de Mano de Obra	102
3.1.2 Localización del Proyecto	102
3.1.2.1 Ponderación	103
3.1.2.2 Macro Localización	104
3.1.2.3 Micro Localización	105
3.1.3 Ingeniería del Proyecto	106
3.1.3.1 Descripción técnica del proceso o proceso productivo	106
3.1.3.1.1 Recepción.....	106
3.1.3.1.2 Filtrado y eliminación de impurezas	106

CONTENIDO	Pág.
3.1.3.1.3 Enfriamiento	107
3.1.3.1.4 Almacenamiento.	107
3.1.3.1.5 Despacho	107
3.1.3.1.6 Diagramas de procesos	108
3.1.3.2 Requerimientos de Proyecto	109
3.1.3.2.1 Terrenos y edificios	109
3.1.3.2.2 Muebles y enseres.	110
3.3.2.3 Maquinaria y equipo.	110
3.1.3.2.4 Equipo de cómputo	112
3.1.3.2.5 Equipo y útiles de oficina	112
3.1.3.2.6 Vehículos	113
3.1.3.2.7 Mano de obra directa	114
3.1.3.2.8 Mano de obra indirecta	115
3.1.3.2.9 Materia prima	115
3.1.3.2.10 Insumos	116
3.1.3.2.11 Suministros y útiles de limpieza	116
3.1.3.2.12 Gastos administrativos y de venta	117
3.1.3.2.13 Gastos diferidos	117
3.1.3.3 Distribución de la Planta	118
3.1.4 Propuesta Administrativa	119
3.1.4.1 Razón Social	120
3.1.4.2 Constitución Jurídica	120
3.1.4.3 Logotipo del Centro de Acopio de Leche	121
3.1.4.4 Estructura Organizacional.....	122
3.1.4.5 Descripción de Perfil de Cargos	126
3.1.4.6 Direccionamiento Estratégico	128
3.1.4.6.1 Misión	128
3.1.4.6.2 Visión	128
3.1.4.6.3 Valores corporativos	128

CONTENIDO	Pág.
3.1.4.6.4 Objetivos del Centro de Acopio de Leche COMULAC S.A.	129
3.1.4.6.5 Políticas	130
3.2 Estudio Financiero	131
3.2.1 Inversiones	131
3.2.1.1 Inversión Fija	131
3.2.1.2 Inversión Diferida	132
3.2.1.3 Inversión de Capital de Trabajo	133
3.2.1.3.1 Costos de producción	133
3.2.1.3.2 Gastos de Administración	139
3.2.1.4 Inversión Total	141
3.2.2 Fuentes de Financiamiento	142
3.2.3 Costos	143
3.2.3.1 Costos Fijos	143
3.2.3.2 Costos Variables	144
3.2.3.3 Costos Totales	145
3.2.4 Precio de Venta	145
3.2.5 Presupuesto de Egresos e Ingresos	150
3.2.5.1 Egresos	150
3.2.5.2 Ingresos	151
3.2.6 Punto de Equilibrio	152
3.2.7 Estados Financieros Proyectados	153
3.2.7.1 Estado de Resultado Proyectado	153
3.2.7.2 Flujo de Caja Proyectado	154
3.2.7.3 Balance General Proyectado	155
3.2.8 Evaluación del Proyecto	157
3.2.8.1 Impacto Social	157
3.2.8.2 Impacto Ambiental	157
3.2.8.3 Evaluación Financiera	157
3.2.8.3.1 Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR)	158

CONTENIDO	Pág.
3.2.8.3.2 Valor actual neto	158
3.2.8.3.3 Tasa interna de retorno	160
3.2.8.3.4 Periodo de Recuperación	160
3.2.8.3.5 Relación Costo- Beneficio	161
3.2.8.4 Análisis de sensibilidad	161
3.2.9 Análisis de las Razones Financieras	163
3.2.9.1 Razones de Liquidez	163
3.2.9.2 Razones de Endeudamiento	164
3.2.9.3 Razones de Rentabilidad	165
CONCLUSIONES	168
RECOMENDACIONES	170
REFERENCIAS BIBLIOGRÀFICAS	172

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	Pág.
Tabla nº 1 Composición de la leche	35
Tabla nº 2 Nutrientes de la soya.....	37
Tabla nº 3 Variables de segmentación	38
Tabla nº 4 Ganaderos del barrio San Ramón	47
Tabla nº5 Empresas pasteurizadoras y queseras	47
Tabla nº 6 Cantidad de cabezas de ganado	49
Tabla nº 7 Producción de leche diaria	50
Tabla nº 8 Comercialización de la leche.....	53
Tabla nº 9 Personas a las que vende la leche	55
Tabla nº 10 Precio del litro de leche	57
Tabla nº 11 Situación con el recolector de la leche	59
Tabla nº 12 Aceptabilidad de la creación del centro a acopió	61
Tabla nº 13 Aceptabilidad del centro de acopio	63
Tabla nº 14 Litros de leche para el centro de acopio	65
Tabla nº 15 Beneficios al vincularse al centro de acopio	67
Tabla nº 16 Recipiente en los que almacena la leche.....	69
Tabla nº 17 Enfermedades de las vacas	71
Tabla nº 18 Precios que están dispuestos a vender	73
Tabla nº 19 Aceptabilidad por las empresas	75
Tabla nº 20 Litros a comprar por las empresas	78
Tabla nº 21 Demanda histórica diaria	80
Tabla nº 22 Demandan histórica anual.....	81
Tabla nº 23 Demanda proyectada diaria	81
Tabla nº 24 Demanda proyectada anual.....	82
Tabla nº 25 Oferta histórica diaria	83
Tabla nº 26 Oferta histórica anual	84
Tabla nº 27 Oferta proyectada diaria	84

CONTENIDO	Pág.
Tabla n° 28 Oferta proyectada anual	85
Tabla n° 29 Demanda insatisfecha	86
Tabla n° 30 Calculo de la produccion lechera anual	87
Tabla n° 31 Mercado objetivo	88
Tabla n° 32 Precios históricos.....	89
Tabla n° 33 Precios proyectados.....	90
Tabla n° 34 Presupuesto estrategia de responsabilidad social	93
Tabla n° 35 Presupuesto estrategia identidad corporativa	95
Tabla n° 36 Presupuesto estrategia de redes sociales	97
Tabla n° 37 Presupuesto estrategia de mejoramiento de la calidad de la leche	99
Tabla n° 38 Localización por el método de puntos	103
Tabla n° 39 Terreno y edificio.....	109
Tabla n° 40 Muebles y enseres	110
Tabla n° 41 Maquinaria y equipo	111
Tabla n° 42 Equipo de cómputo	112
Tabla n° 43 Equipo y útiles de oficina	113
Tabla n° 44 Vehículo.....	114
Tabla n° 45 Mano de obra directa	114
Tabla n° 46 Mano de obra indirecta	115
Tabla n° 47 Materia prima.....	115
Tabla n° 48 Insumos.....	116
Tabla n° 49 Suministros y útiles de limpieza	117
Tabla n° 50 Gastos administrativos y de venta	117
Tabla n° 51 Gastos de constitución	118
Tabla n° 52 Gastos diferidos	118
Tabla n° 53 Inversión fija.....	132
Tabla n° 54 Inversión diferida.....	132
Tabla n° 55 Inversión de capital de trabajo.....	133
Tabla n° 56 Costos de producción.....	134

CONTENIDO	Pág.
Tabla nº 57 Costo de almacenaje de materia prima	134
Tabla nº 58 Mano de obra directa	134
Tabla nº 59 Costos indirectos de almacenamiento.....	136
Tabla nº 60 Insumos.....	137
Tabla nº 61 Maquinaria de mantenimiento	137
Tabla nº 62 Porcentaje de mantenimiento.....	138
Tabla nº 63 Depreciación maquinaria y equipo	138
Tabla nº 64 Depreciación vehículo	139
Tabla nº 65 Gastos administrativos.....	139
Tabla nº 66 Nomina área administrativa.....	140
Tabla nº 67 Depreciación generales.....	140
Tabla nº 68 Gastos generales	141
Tabla nº 69 Inversión total	141
Tabla nº 70 Fuente de financiamiento.....	142
Tabla nº 71 Datos del financiamiento Corporación Financiera Nacional	142
Tablas nº 72 Amortización del financiamiento	143
Tabla nº 73 Costos fijos	144
Tabla nº 74 Costos variables.....	144
Tabla nº 75 Costos totales.....	145
Tabla nº 76 Materia prima.....	146
Tabla nº 77 Mano de obra directa	146
Tabla nº 78 Gastos de almacenaje.....	147
Tabla nº 79 Costo primo	147
Tabla nº 80 Costo de almacenaje de la leche	148
Tabla nº 81 Gastos comerciales	148
Tabla nº 82 Gastos generales	149
Tabla nº 83 Costos operacionales	149
Tabla nº 84 Costos totales.....	149
Tabla nº 85 P.V.P. de la leche.....	150

CONTENIDO	Pág.
Tabla n° 86 Costo de materia prima.....	150
Tabla n° 87 Costos de almacenamiento	151
Tabla n° 88 Gastos administrativos	151
Tabla n° 89 Gastos financieros	151
Tabla n° 90 Ingresos	152
Tabla n° 91 Punto de equilibrio.....	153
Tabla n° 92 Estado de resultados	154
Tabla n° 93 Flujo de caja	155
Tabla n° 94 Balance general	156
Tabla n° 95 Tmar 1	158
Tabla n° 96 Tmar 2.....	158
Tabla n° 97 Van 1	159
Tabla n° 98 Van 2.....	159
Tabla n° 99 Variables	162
Tabla n° 100 Análisis de sensibilidad	162
Tabla n° 101 Capital de trabajo	164

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	Pág.
Cuadro n° 1 Simbología y líneas de los Flujogramas	22
Cuadro n° 2 Estrategia de responsabilidad social	92
Cuadro n° 3 Estrategia de identidad corporativa.....	94
Cuadro n° 4 Estrategia de redes sociales.....	96
Cuadro n° 5 Estrategias de mejoramiento de la calidad de la leche	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	Pág.
Gráfico n° 1 Cantidad de cabezas de ganado	49
Gráfico n° 2 Producción de leche diaria	51
Gráfico n° 3 Comercialización de la leche.....	53
Gráfico n° 4 Personas a las que vende de la leche	55
Gráfico n° 5 Precio del litro de leche	57
Gráfico n° 6 Situación con el recolector de la leche	59
Gráfico n° 7 Aceptabilidad de la creación del c.a.....	61
Gráfico n° 8 Aceptabilidad de la venta de producción	63
Gráfico n° 9 Litros de leche para el c.a.....	65
Gráfico n° 10 Beneficios al vincularse al c.a	67
Gráfico n° 11 Recipientes en los que almacena la leche	69
Gráfico n° 12 Enfermedades de las vacas	71
Gráfico n° 13 Precio al que está dispuesto a vender	73
Gráfico n° 14 Aceptabilidad por las empresas	76
Gráfico n° 15 Litros a comprar por las empresas	78
Gráfico n° 16 Demanda proyectada	82
Gráfico n° 17 Oferta proyectada.....	85
Gráfico n° 18 Canal de distribución de leche.....	90
Gráfico n° 19 Mapa del cantón Latacunga	104
Gráfico n° 20 Micro localización del centro de acopio.....	105
Gráfico n° 21 Distribución de la planta.....	119
Gráfico n° 22 Logotipo del centro de acopio de leche	122

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	Pág.
Figura n° 1 Flujograma del proceso productivo	108
Figuras n° 2 Organigrama estructural.....	123
Figura n° 3 Organigrama posicional	124
Figura n° 4 Organigrama funcional.....	126

ANTECEDENTES

Un plan de negocios o proyecto de factibilidad es primordial para saber si el negocio es viable, debido a que se basa en la parte económica financiera en donde se despejaron todas las dudas que se tenga acerca de la inversión, es decir no todos los proyectos que se realice van a dar como resultado un positivismo, es así que para realizar un acopio de leche es importante identificar cual es la oferta y la demanda que se tendrá en el presente y en el futuro, esto se lo obtendrá mediante un estudio de mercado, pero a más de conocer los clientes que tendrá el negocio es indispensable brindar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de las empresas que lo requieran.

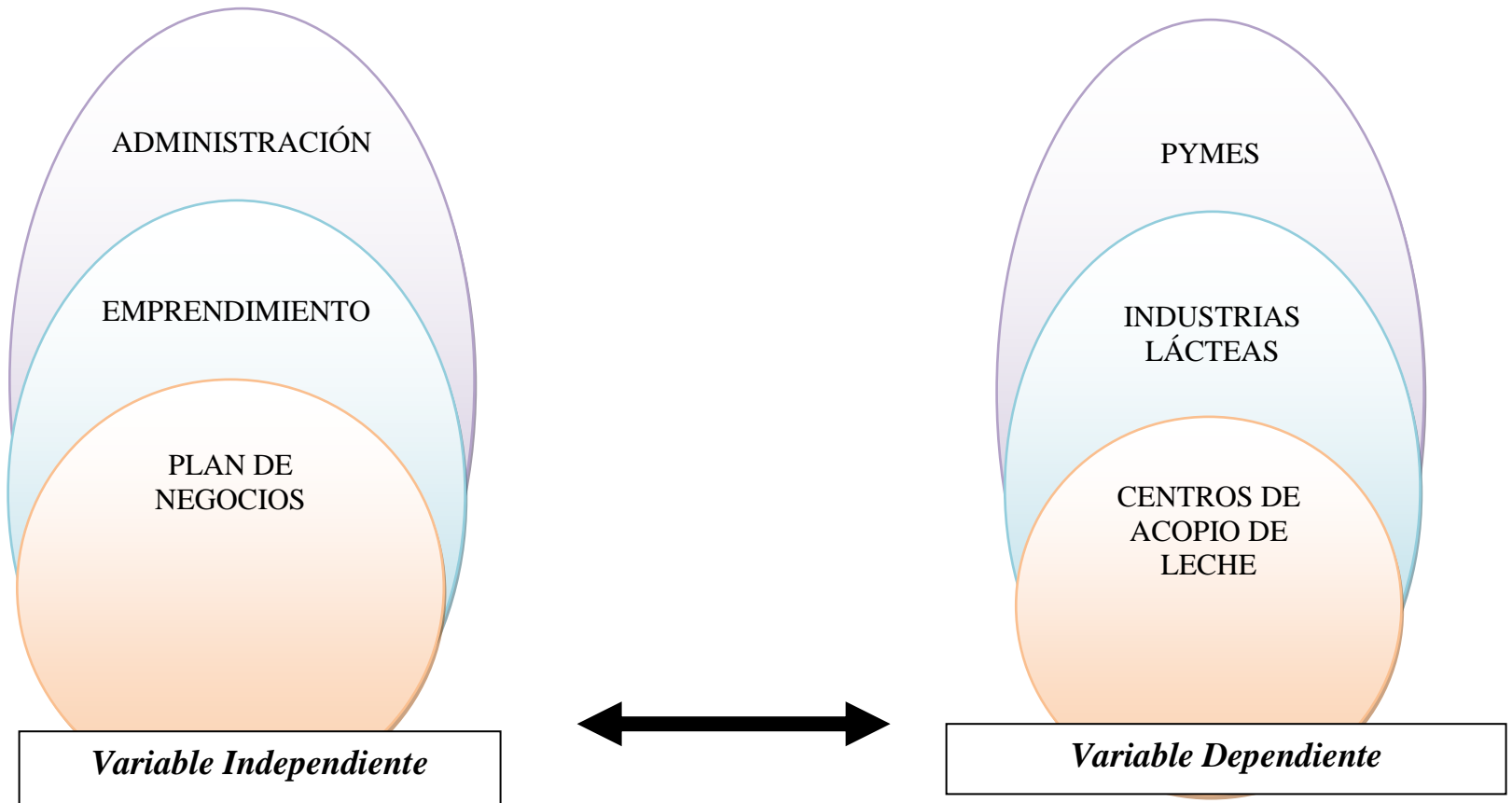
VARGAS, Edgar, (2010), "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de leche en el sector de Mindo provincia de Pichincha" Quito, Ecuador. Escuela Politécnica Nacional. Para realizar un estudio de factibilidad que permita evidenciar la viabilidad comercial técnica, organizacional, legal y financiera; para la creación futura de una empresa productora y comercializadora de leche en el sector de Mindo; 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 en crudo. El factor crítico de éxito para una finca productora de leche no está dado por la cantidad que pueda ofrecer sino por la calidad que entregue en el producto.

PULAMARÍN, Flor, (2012), "Centro de acopio y enfriamiento de leche en la asociación de productores agropecuarios San Francisco de monjas bajo del cantón Cayambe," Quito, Ecuador. Universidad Politécnica Salesiana. Para establecer el Centro de Acopio y Enfriamiento basado en análisis técnico, social y ambiental, para mejorar la producción y calidad de la leche con un eficiente manejo de posturas que eleve los índices de productividad e ingresos económicos de las familias de la

Asociación de Productores Agropecuarios San Francisco de Monjas Bajo; es así que establece la complejidad y hermetismo de las persona e instituciones que abastece la leche refrigerada, a los consumidores en este caso el segmento d las plantas pasteurizadoras y procesadoras de leche se obtuvo de primera mano que en la región no existe competencia alguna bajo las condiciones aquí planteadas, es decir suministrada en grandes volúmenes y refrigerada, sin embargo estas se abastecen del preciado líquido directamente del productos, asociaciones o cooperativas de la región y un 66.67% de ellas prefieren a un intermediario transportador, en ambos casos se toma el riesgo de que no se reúna unas condiciones óptimas de manejo, higiene y calidad arriesgando perderla por falta de controles sanitarios tanto en fincas como en el transporte de la misma.

Al realizar este tipo de proyectos se toma en primera instancia en brindar beneficios a la comunidad o región en la cual se va implementar un negoció, con el fin de elevar los ingresos económicos de los moradores. En cuanto a lo que se refiere a la creación de un centro de acopio de leche, es primordial verificar la calidad antes que la cantidad del producto, puesto que se considera un parámetro importante para que el negocio sea competitivo en el mercado; es así que dicha calidad se le obtendrá mediante controles de higiene dentro cada uno de los procesos, desde su recolección hasta su venta.

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 La Administración

Según **PORTER**, Michael, (2008), indica que “La Administración significa actuar en dirección hacia el logro de una meta para realizar las tareas por consiguiente, no efectúa actividades elegidas al azar si no con actividades que tengan un propósito y una dirección bien definidas este propósito y la dirección podrán ser las del individuo, de la organización o de lo más visual de la combinación de los dos comprende los esfuerzos necesarios para completar las actividades.” (Pág. 7)

COULTER, Roobins, (2009), menciona que “La Administración consiste en coordinar las actividades de los trabajos de manera que se lo realice de una manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas llegar al éxito por lo tanto debe existir un buen gerente eso no quiero decir que él puede hacer lo que desee es por ello que todo se hace con coordinación y trabajo constante.” (Pág. 9)

La Administración es la ciencia que nos ayudara a gestionar de mejor manera cualquier empresa productora, comercializadora o de servicio; basándose siempre en profundo conocimiento de la naturaleza humana y por ende señalando que los deberes y las funciones a realizarse son adecuadamente coordinadas para el logro de un objetivo predeterminado, es así que se considera a la Administración como un proceso sistemático que ayudara a planificar, organizar, dirigir todas las actividades

que se realizan dentro de la empresa para lograr cada una de las metas en un tiempo determinado mediante el uso de recursos económicos, humanos y materiales; siendo que la gerencia es uno de los factores que puede mover una empresa, por lo cual debe tener claro que es lo que quieren hacer sin dejar de pensar en la eficiencia y la eficacia puesto que estos dos indicadores llevarán a la empresa a la productividad.

1.1.1 Proceso Administrativo

El proceso administrativo es el medio en el que se integran varias actividades sucesivas, las cuales se interrelacionan entre sí y forman un proceso integral que permitirá conseguir los objetivos comunes que tiene la empresa, siempre y cuando aprovechando de mejor manera todos los recursos disponibles en cada etapa del proceso; es así que también permitirá determinar la finalidad y rumbo que tendrá la empresa para alcanzar sus metas propuestas, debido a que se centra en dos elementos importantes tales como son el dinámico y mecánico que conforman el proceso administrativo, esto se divide de la siguiente manera: la parte mecánica está conformada por la planeación, organización e integración mientras que en la dinámica se considera la dirección y el control.

1.1.1.1 Planeación

Es determinar cada uno de los escenarios en donde se va a desempeñar las actividades en el futuro, logrando así el buen rumbo de todos los objetivos y sub actividades que se va a realizar en la empresa, con el fin de minimizar los riesgos de la organización mediante la realización de estrategias corporativas, ayudando así a minimizar las desventajas que se tengan en el medio, ya que se enfocan en que hacer y no en cómo hacer, lo que permite tener una eficiencia y eficacia en cada una de las estrategias que se vayan implementando según vaya avanzando la empresa; es por ello que se considera a la imagen corporativa como uno de los puntos focales que tiene una empresa.

1.1.1.2 Organización

Por medio de la organización podemos delegar funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquías, lo cual permitirá la agrupación de todas las actividades, siendo así que estas ayudaran a alcanzar los objetivos que se van a desarrollar en el transcurso de un periodo establecido por la empresa, los mismos que tendrán una integración entre sí para que no existan errores grandes y al existir tratar de minimizarlos al máximo para que pueda sobresalir rápidamente del holló, es así que se considera importante que prevalezca una buena comunicación entre sus integrantes, con el fin de que pueda fluir rápidamente toda la información, para lo cual se debe desarrollar un patrón de actividades en los cuales todos los departamentos puedan guiarse de manera práctica y sencilla.

1.1.1.3 Integración

Es la función en la cual se elige los distintos recursos financieros, materiales, y humanos, los mimos que ayudaran a conseguir llega los objetivos que se han establecido en una empresa; aunque cabe recalcar que el recursos humano es el más importante en la organización, puesto que de este dependerá el éxito o fracaso de la misma, es por ello que en esta etapa se pretende desarrollar una comunicación adecuada que permita reunir a todos los elementos, para lo cual se establece responsabilidades específicas a cada uno de ellos y así conseguir la simplificación de trabajo, ayudando así a la especialización de cada trabajador o empleado.

1.1.1.4 Dirección

Consiste en la ejecución de todas las fases del procesos administrativo mediante la buena conducción de todos los recursos, es así que todas las personas que integran la empresa, tiene que ser admitidas y asignadas a su cargo, pero antes de su desempeño laboral deberán ser instruidas y entrenadas para su desarrollo positivo en la empresa,

para lo cual deben ser motivados con el fin de lograr un buen liderazgo dentro de la empresa; puesto que todos conforman un solo cuerpo, logrando así que la empresa cumpla con los objetivos establecidos, por lo que también se necesita estar en constante actualización en las nuevas tecnologías.

1.1.1.5 Control

Es la fase en la cual se establece rigurosos estándares para evaluar los resultados obtenidos, con el fin de corregir cualquier desviación que pudiera evitar que se alcance los objetivos deseados y con ello impulsar una mejora continua en cada proceso; es así que para mejorar se considera la reingeniería de procesos, la misma que permitirá que toda las actividades que se realizan dentro de la empresa sean rápidas y oportunas, lo que permitirá tener acciones que logren corregir todas las falencias que pueden suscitar en el transcurso del desarrollo de las actividades empresariales.

1.1.2 Clases de Empresas

Las empresas se clasifican dependiendo según su tamaño, actividad, capital, beneficio y forma jurídica, pero para poder saber el tipo de empresa es necesario enfocarse más en la parte jurídica, puesto que una organización debe estar legalmente inscrita para poder realizar cualquier actividad de producción como de servicio, para con ello poderles identificar en el mercado de las industrias, es así que la forma jurídica que elijan será la que condicione las actividades, obligaciones, derechos y responsabilidades de la organización, las mismas que tendrán que regirse bajo las leyes dadas por el poder ejecutivo de nuestro país. Por su actividad económica se clasifican de la siguiente manera:

Unipersonal: Es la empresa que tiene la capacidad de solventar todo con el capital y el patrimonio propio que posee, por ende tiene el derecho legal para ejercer dicho comercio sin ver afectado el progreso de la empresa.

Sociedad Anónima: Son aquellas en las cuales su propietario puede ser uno o más integrantes, es decir los socios que aportan de forma ilimitada con su patrimonio para el desarrollo de la empresa, teniendo la participación con voz y voto al momento de una toma de decisiones.

Cooperativas: Son aquellas que buscan satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de todos los que integran su cartera de clientes, como lo pueden ser trabajadores o proveedores de la empresa.

Sociedad de Responsabilidad Limitada: Son aquellos que pertenecen a un cierto número de socios, es por ello que se considera limitada, por ende cualquier cambio jurídico que se vaya a dar en la empresa deberá ser consultada con todos los socios fundadores.

1.2 Emprendimiento

Según **URBANO**, David, (2010), percibe al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. “La función de los emprendedor es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo” (Pág. 30)

KIRCHNER, Israel, (2009), menciona que “La emprendedora gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Más aún, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado.” (Pág. 50)

El emprendimiento hace referencia a un tipo de empresas en el cual busca un desarrollo económico gracias a la creatividad de que cada una de las personas posee eso es lo primordial en una empresa para que pueda surgir, lo que busca cada una de estas empresas son maximizar su rentabilidad es por eso que conforman pequeñas asociaciones que cumplan un mismo fin, buscando así los objetivos y metas que logren el avance progresivo de cada una de las asaciones, lo que les permite desarrollar estrategias que vayan acorde a cada una de los fines que están planteados la empresas, es la manera de buscar nuevas fuentes de trabajo con la implementación de nuevos proyectos ya sea para un fin personal como de una comunidad o barrio, logrando así el desarrollo económico sustentable de aquellos que conformen este plan, esto se conseguirá atreves de recursos económicos, financieros y humanos esto busca conseguir nuevos logros que ayude al buen vivir de las personas ya que en este tiempo buscan ser independientes a un jefe, a la consecuencia de ello se lograra incrementar mas microempresas y dar más fuentes de empleo.

1.2.1 Importancia del Emprendimiento

El emprendimiento es importante para el desarrollo económico de una sociedad ya que ayuda a obtener ingresos económicos fijos gracias a las implementaciones de nuevos negocios en cualquiera de las ramas como por ejemplo de agricultura, la ganadería, la pesca en artesanías como en otras especialidades que ayudan no solo al progresos individual sino también al desarrollo sustentable.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor, para ello es necesario la perseverancia, la responsabilidad, la igualdad ya que de ello dependerá que un negocio salga en adelante ya que no es 100% seguro que un negocio que recién se establezca en el mercado logre tener una rentabilidad máxima ya que pasara un tiempo para que la empresa sea reconocida a nivel local como nacional, esto dependerá mucho de las acciones que ponga la persona para poder ingresar a los diferentes mercados por medio de estrategias que logren atraer a los clientes potenciales, pero esto debe ser de una manera paulatina y bien programada ayudando así a encontrar la cultura del emprendimiento.

Los gobiernos en los distintos países de Latinoamérica buscan el progreso y el desarrollo económico de su población es así que ellos buscan el emprendimiento de diferentes negocios como una fuente de ingresos a cada una de las familias quienes conformen la asociación, permitiendo que un buen recurso humano logre que este emprendimiento surja cada vez más que sea todo positivo, esto hará que el negocio se estabilice en el mercado.

La oferta de la mano de obra cada vez crece más en los países por lo que es imposible que las empresas privadas como públicas puedan abastecer el lugar de empleo para cada uno de ellos es así que se da la facilidad de la creación de nuevas empresas que logren que cada una de las personas aporte de una manera positiva para que se vaya incrementando los negocios que sean para un bien común esto lograra que tengan un mensual fijo.

1.2.2 Tipos de Emprendedores

Emprendedores Educados Formalmente: Este tipo de emprendedores han recibido una educación muy formada ya sea tecnológicamente, técnica y profesional para cada una de las actividades que se debe cumplir en la empresa, tienen conocimientos

frescos es decir actualizados, pero ellos tienen como prioridad ingresar como empleados dependientes a una empresa de alto reconocimiento.

Emprendedores Intellectuales: Son personas muy creativas que están en la constante investigación no están conformes con las cosas que pasan siempre buscan que todo sea mejor para lograr la eficacia como la eficiencia y tener así la productividad, ellos constantemente mejoran los procesos están en constante actividad, ellos son muy aptos para los nuevos proyectos más de innovación, tecnología y ciencia es decir que buscan el valor agregado que se le puede dar al producto que se lanzara al mercado aunque necesitan más tiempo pero son personas muy seguras.

El Emprendedor Insaciable: Este emprendedor siempre está buscando cosas nuevas que puedan ser atractivos y de un uso prioritario para los clientes, se cambia constantemente de las empresas buscando siempre tener más credibilidad y reconocimiento de su trabajo se mantiene en constante innovación nunca está conforme con las cosas que hace hasta que este finalmente terminado y sea aceptado en un 80% del mercado en donde va a lanzar ese producto, pero para ello antes de eso realiza una prueba piloto con un segmento de mercado que sea el que más recio el que busca más allá de sus necesidades logrando tener así un buen producto o servicio.

1.2.3 Características de un Emprendedor

LEDEVID, Manuel, (2008), “El primer aspecto a considerar en la puesta en marcha de una empresa es de las características personales del individuo que piensa impulsar el proyecto podemos decir que si tales características son inadecuadas el mejor producto para el mayor y menor producto, es importante las características como es el liderazgo, la pasión la misión, visión, persistencia, trabajo en equipo entre otros.” (Pág. 74)

- **Pasión.** La pasión es una de las cosas que un emprendedor debe tener para poder surgir en la vida empresarial, puesto que es con el amor que hace su trabajo la dedicación constante que pone al momento de realizar cada cosa, le dedica el mayor tiempo posible y todo debe salir bien.
- **Visión.** Un buen emprendedor debe tener una visión, más allá de lo que se plantea la empresa siempre se fijara en el futuro, como se quiere ver, para ello debe realizar un sinnúmero de cosas para que le lleve al éxito total del negocio, lo que le permitirá tener una perspectiva más clara de lo que desea tener para el bien del negocio.
- **Liderazgo.** Es un elemento muy importante para que un emprendedor pueda llegar a dirigir un negocio, porque del dependerá que el grupo trabaje armoniosamente, es saber trabajar en grupo que todo se sientan parte de el en donde puedan expresar ideas sin temor hacer criticados por su superior el que les lleve por el camino del éxito total.
- **Persistencia.** Luchar una y varias veces es el lema principal de un emprendedor porque en una empresa no se puede dar el lujo de no saber solucionar los problemas podrá tener una caída pero no es una derrota total.
- **Determinación.** Las decisiones difíciles no se tomarán solas, así que la determinación en un emprendedor es vital. Deben tomar decisiones oportunas en los momentos oportunos y ser firmes en ello para que dé mejores resultados y ayude al progreso de un nuevo emprendimiento.
- **Confianza.** La confianza es el motor que puede mover muchas fronteras porque si se tiene confianza en uno mismo todas las cosas son posibles ya que al camino que se recorre para alcanzar las metas no son fáciles, es por eso que hay que conocer la fortaleza que tiene cada una para superar todo.
- **Creatividad.** Para ser un buen emprendedor hay que tener la chispa de la creatividad que ayude a formar a una empresa a ser muy dinámicos con las personas que uno trabaje, esto permite encontrar caminos alternos para que vaya por un buen camino el proyecto, es muy importante para estar a la vanguardia de la competencia siempre estar en contacto continuo con los clientes lo que le

permitirá innovar cada una de los servicios o productos que vaya ofrecer eso significa llegar más allá de la mente de los clientes.

- **Trabajo en Equipo.** Conformar un buen equipo de trabajo es lo más fundamental ya que de eso dependerá que tanto la empresa como los empleados tenga un buen ambiente laboral y así lograr la productividad máxima siempre debe pensar como grupo no individualmente, siempre debe tener en cuantas las ideas de todo el grupo para tomar la decisión correcta.

1.3 Plan de Negocios

Desde el punto de vista de **PALACIO**, Ivarth, (2010), define a los estudios de factibilidad como los análisis para ver si los proyectos son o no son técnica, financiera, económica, social, ambiental y jurídicamente viables, para poder recomendar la ejecución de un proyecto de inversión se requiere que el mismo, cumpla las diferentes condiciones y especificaciones de cada proyecto (Pág. 20).

Según **CABRERIZO**, M., **NAVEROS**, J., (2009), define el plan de negocios como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarca desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevar a la práctica (Pág. 6).

La realización de un plan de negocios es esencial debido a que este permitirá conocer si el proyecto será factible o no, es decir dará una perspectiva de como dicho proyecto se desarrollara antes de su implementación con el fin de no invertir en un negocio que a la final no se podrá recuperar el dinero, puesto que al aplicarlo sin la previa realización de un estudio financiero este no se podrá mantenerse en el mercado y a su vez no podrá competir con otras empresas lo cual inevitablemente puede llevarle a la quiebra, es por ello que se realizan algunos estudios que den una orientación aproximada de como funcionara el negocio a ponerlo en marcha y estos

son el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio financiero e incluso se contempla una implementación lo más apegada a la realidad de como en si va estar la estructura de la organización, y cabe mencionar que para que estos estudios generen un resultado veraz deben recabar información confiable y fideliza.

La elaboración de un plan de negocios tiene varios propósitos tales como:

- Permite estructurar un proyecto y entablar una visión clara del mismo.
- Recaba información primaria y secundaria.
- Permite convencer a los inversionistas para la aprobación del proyecto.
- Ayuda a tomar mejores decisiones como puede ser en el ámbito administrativo, técnico y financiero.

1.3.1 Estudio de Mercado

Desde el punto de vista de **BACA**, Gabriel, (2006), el estudio de mercado se denomina como la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la denominación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Pág. 7)

Según **CORDOVA**, Marcial, (2011), el estudio de mercado se tiene que: es el punto de partida de la presentación del proyecto; sirve para los análisis técnicos, económicos y financieros; recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad (Pág. 52)

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. Sirve para obtener, analizar y comunicar información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores, puesto que se considera como una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudar a la

toma de decisiones en situaciones de mercado específicas, teniendo en cuenta lo anterior resulta lógico afirmar que los mercadólogos deben tener un buen conocimiento para realizar un estudio de la competencia y así establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas.

1.3.1.1 Producto Sustituto.

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en un mismo mercado, es decir que un bien es sustituto cuando satisface la misma necesidad, puesto que con el avance tecnológico el producto sustituto se va posicionando sobre el otro hasta lograr sacar al producto original del mercado y así limitar el potencial de una empresa, ya que la política de productos sustitutivos consiste en proporcionar un bien similar que brinde la misma función que el original. Este concepto es el que hace que entren en mayor competencia debido a que mejoran la relación precio-rentabilidad con respecto al producto.

1.3.1.2 Análisis de la Demanda.

Las empresas utilizan el análisis de la demanda del mercado para entender la cantidad de personas que requieren de un producto o servicio. Este análisis ayuda a la gerencia a determinar si pueden entrar con éxito en un mercado, con el fin de generar beneficios suficientes para avanzar en sus operaciones comerciales, para dicho análisis se puede utilizar varios métodos, para lo cual se necesita realizar una revisión de los componentes básicos de un mercado económico y así determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad del servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

1.3.1.2.1 Factores que pueden afectar la demanda.

- Dimensiones del mercado: esto se refiere a la cantidad de población en un determinado lugar, es decir menos población menos consumidores, pero también puede ser afectada en el aspecto en que más población hay más necesidad de consumir esto podría ser un aspecto negativo para los productores.
- La elevación de precios: así como dice la ley de la demanda, a precios más bajos más demandantes y a precios más altos menos demandantes, siendo este último un factor que se ve presente al momento que se sufre una carencia del producto.
- Preferencias o gustos personales: esto se refiere a la decisión de cada persona, puesto que la gente está en su derecho de elegir lo que quiere consumir, es así que este factor puede afectar los negocios por la falta de demandantes. Debido a que los bienes no satisfacen el gusto de los demandantes.
- Factores externos: estos pueden ser el clima, las temporadas, los nuevos aranceles, leyes económicas, la moda; los mismo que no se pueden controlar como empresa pero si minimizar su riesgo.

1.3.1.3 Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o empresas están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado, es así que el propósito que se busca mediante la aplicación del análisis de la oferta, es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio; la oferta al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado entre otros, la investigación de campo deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto.

1.3.1.3.1 Factores que pueden afectar la oferta.

- La tecnología: esto se refiere a que, si existe más tecnología dentro de una empresa los precios disminuirían y por ende la oferta aumentaría.
- El gobierno: afectan según los impuestos, ya que se tendría que aumentar el precio de venta al público.
- Factores externos: en este caso como también en la demanda son los mismos el clima, las temporadas, las barreras arancelarias , entre otros

1.3.1.4 Análisis del Precio

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda puesto que es importante considerar el precio de introducción en el mercado, así como los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras. Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción o ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia o bien, todo esto dependerá como este la situación en el mercado en donde se vaya introducir el producto, es así que para obtener el precio se utiliza la siguiente formula:

$$P V = (CTU / (1 - MU))$$

PV = Precio Unitario de Venta

CTU = Costo Total Unitario

MU = Margen de Utilidad.

1.3.1.5 Método de Proyección

Estos se clasifican en métodos cuantitativos y métodos cualitativos; siendo el primero un modelo matemático que se basan en datos históricos los mismos que son

considerados relevantes para su análisis, es así que dentro de este método se encuentra el pronóstico de tendencias el mismo que es considerado un cambio gradual de una serie de tiempo que generalmente surge de factores a largo plazo tales como cambios en la población, características demográficas, tecnología y preferencias del consumidor.

Mientras que el segundo método se utiliza cuando existe poca información o no existe datos históricos por lo que se basa a las intuiciones y decisiones del investigador, es así que dentro de este método se trabaja con encuestas del mercado de consumidores, en las cuales se realiza preguntas a los clientes sobre sus planes de compras y su comportamiento de compras

1.3.2 Estudio Técnico

Según **CORDOVA**, Marcial, (2011), el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. (Pág. 106)

Según **BACA**, Gabriel, (2006), Estudio Técnico es: “El análisis y la determinación de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”. (Pág. 92)

Cada uno de los estudios hace énfasis en la disponibilidad y utilización de los recursos, lo cual en este tipo de estudio no es la excepción. El estudio técnico se caracteriza por ser intermediario entre el estudio de mercado y el estudio financiero puesto que el primero antes mencionado da paso a este estudio técnico y este se constituye en la base para el estudio financiero, por lo que los tres tienen una interacción mutua; dentro del estudio técnico se hace referencia al uso de recursos

que permitan establecer el desarrollo del producto a ofertar en el mercado, por lo cual hay que hacer énfasis en tratar de contestar las preguntas tales como: dónde? Es decir el lugar en el que se establecerá la empresa; cuando? Hace referencia al tiempo en que se llevara a cabo; cuánto? La cantidad que se va a producir el producto; cómo? A través de qué medios se va a lograr el objetivo y con qué? Es decir que recursos se utilizaran para producir el producto. En resumen este estudio hace referencia a la posibilidad de llevar a cabo la producción de un producto o la prestación de un servicio.

1.3.2.1 El Tamaño

Este factor es importante porque es indispensable establecer el tamaño del proyecto en base a la capacidad de producción de bienes o el de ofrecer servicios, los mismos que van a ser ofertados, motivo por el cual es necesario un previo análisis de la demanda en la etapa de estudio de mercado, debido a que la producción como la prestación de servicios son planificadas al momento de conocer el número de usuarios y consumidores que demandan dicho bien o servicio, pero a más del análisis de la demanda se debe especificar con que maquinaria se va a trabajar y cuáles son las capacidades máximas y mínimas de producción. Se toma en cuenta para el tamaño la capacidad de producción debido a que si una empresa produce a mayor escala el tamaño deberá ser aún más grande de aquella que este enfocada en una producción mínima, además que se establece con el fin de que se lleva a cabo un trabajo optimo en un lugar que permita el adecuado desenvolvimiento de cada una de las actividades que intervienen en la fabricación de un bien o servicio.

1.3.2.2 Recursos Financieros

La implementación y funcionamiento de cualquier empresa genera costos, por lo cual se considera necesario la realización de un plan financiero en el que se estipulen las cantidades de dinero que se van a utilizar en cada área o departamento de la empresa

para que la misma pueda operar. Entre otros costos pueden incurrir los que permiten visualizar a la empresa de manera física tales como la infraestructura, la maquinaria, los equipos. Por otra parte están los costos intangibles los mismos que permiten que la empresa surja como los administrativos, la publicidad, los pagos, en fin muchos más que permite que el proyecto arranque tal y como fue planeado.

1.3.2.3 Mano de Obra.

El Talento Humano es el recurso más primordial de una organización, puesto que son quienes dirigen y realizan las diversas actividades dentro de cualquier ambiente laboral y por tanto son los representantes del esfuerzo físico y mental que se emplea en la elaboración o prestación de un bien/servicio. Es por ello que la mano de obra es vital para que la empresa funcione, motivo por el cual existe una rigurosa selección y contratación del personal, con el fin de evitar costes innecesarios para la empresa; aunque es necesario mencionar que para la productividad no solo se necesita una excelente selección del personal sino, que este también debe estar previamente capacitado y motivado para la realización de sus labores. En la empresa existen diferentes áreas o departamentos por lo que se puede establecer dos tipos fundamentales de mano de obra; el primero es la mano de obra directa la cual como su nombre lo dice es aquella que está relacionada específicamente con el proceso de producción de un bien o con la prestación de un servicio, ya sea manualmente o a través de una maquinaria y la segunda es la mano de obra indirecta la cual interviene en áreas como la administrativa, la mercadotecnia, es decir la que ayuda mediante decisiones a que se lleve a cabo la producción.

1.3.2.4 Localización

Es la elección de un lugar idóneo previo a un análisis de diversos sitios en los cuales sería factible establecer la empresa, debido a que este análisis permitirá establecer el sitio idóneo para que la empresa tenga costos mínimos y por su puesto una facilidad

de acceder a los recursos que son necesarios para la producción y venta del producto o servicio. En este estudio se debe tener en cuenta dos aspectos esenciales: el primero es el estudio de la Macro localización que hace referencia a nivel nacional o regional en el cual se puede establecer un cuadro comparativo con el fin de establecer el lugar que le proporcione mayores beneficios, para dicho estudio se necesita comparar algunos factores que permita la selección de la zona que mayor puntos a favor de la empresa tenga y estos factores son: como primera instancia la cercanía con los consumidores y/o usuarios puesto que ellos son la razón de existir de una empresa debido a sus adquisiciones, también se tiene que ver los medios de transporte y vías de comunicación disponibles en dicha zona, así como también la localización de la materia prima e insumos, los servicios básicos, las políticas y regulaciones, la condiciones climáticas entre otros que se deben tomar muy en cuenta.

Otro de los aspectos es la Micro localización la cual se encarga de establecer el punto exacto en donde se establecerá la empresa, para lo cual se necesita conocer los factores que influyen en la elección del lugar y estos son: la disponibilidad y costos de la mano de obra, las materias primas, servicios públicos y las comunicaciones; al igual que hay que tener en cuenta la ubicación de la empresa. Todos estos factores son importantes puesto que ayudaran a observar el lugar que le permitirá desarrollarse a la empresa, puesto que se debe tomar en cuenta que la empresa no es un mobiliario que se le puede transportar a donde se pueda obtener mayores beneficios.







1.3.2.5 Flujogramas de Procesos.

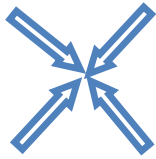
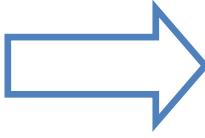



Es una descripción gráfica que permite a simple vista distinguir de forma clara y precisa los procesos que se llevan a cabo dentro de una empresa, para lo cual se hace uso de símbolos y líneas que tienen sus propios significados y cabe mencionar que siempre estos Flujogramas empiezan con un inicio y culminan con un fin, los mismos que indican cuando empieza y termina dicho proceso establecido; ya establecido el símbolo de inicio seguirán las acciones que conformaran el diagrama

de flujo, por lo cual hay que identificar claramente las ideas principales a ser plasmadas en la gráfica. El uso de los Flujogramas es común en las empresas puesto que dentro de estos se establece las actividades a realizarse y por ende permitirá realizar un análisis a todo el proceso para establecer si se está cumpliendo o no con lo planificado y si se lleva a cabo las operaciones de forma eficiente y eficaz.

CUADRO N° 1

SIMBOLOGÍA BÁSICA PARA LA ELABORACIÓN DE FLUJOGRAMAS

NOMBRE	SIMBOLOGIA
INICIO O FIN DE PROCESO	
ACCIÓN DE OPERACIÓN	
DECISIÓN	
DOCUMENTO	
ARCHIVO	
CONECTOR	

SETAS DE DIRECCIÓN	
TRASPORTE	
INSPECCIÓN	
ESPERA	
ALMACENAMIENTO	

Fuente: https://www.google.com.ec/search?q=simbologia+de+fluxograma&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CB0QsARqFQoTCP_8u9CKncgCFcKkHgodlx4DVQ#imgrc=UgSy323JpGQodM%3A

Elaborado por: Las Tesistas

1.3.2.6 Distribución de la Planta.

Es una ordenación planificada de los espacios de una empresa con el fin de optimizar tiempos y recursos en todas las áreas o departamentos, es así que se realiza dicha distribución para tener una adecuada movilización de personas, materiales, materias u otros objetos. Los espacios deben ser distribuidos eficientemente de acuerdo a la actividad que se vaya a realizar, ya sea que esté constituida para el almacenamiento, para establecer la línea de producción, la atención al cliente o la admiración; cada una de estas al tener un espacio adecuado tendrán la posibilidad de funcionar de la mejor manera para lograr la productividad que tanto se anhela en las empresas. Entre

los principales objetivos de la distribución de la planta son el de integrar a todo el personal en sus actividades diarias, ocupar todo el espacio que tenga disponible la empresa y minimizar el esfuerzo físico del trabajador al igual de velar por su seguridad.

1.3.3 Estudio Económico

Según **BACA**, Gabriel, (2006), el estudio económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, Administración y ventas) así como otra serie de indicadores que servirá como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (Pág. 168)

1.3.3.1 Tasa Interna de Retorno

Es la tasa interna de retorno la cual permite igualar el valor presente neto a cero, es decir que mediante este método se podrá medir la valoración de una inversión en la cual se podrá conocer los porcentajes de un proyecto para ver si es factible o no, tomando en cuenta la tasa de descuento, puesto que si es menor que la tasa interna de retorno se podrá invertir, debido a que tiene un alto grado de rendimiento. Para dicho cálculo se toma en cuenta el flujo neto de efectivo.

1.3.3.2 Valor Actual Neto

Es aquel que permite saber el valor actual de los flujos netos futuros determinados, permite calcular el valor presente del mismo de un determinado proyecto, lo que consiste en descontar al monto actual la tasa que se utiliza, es decir si el van es mayor a cero deja ganancias, y al ser igual que cero se tendrá un punto de equilibrio, por ende si es menor que cero no es factible la implementación de dicho proyecto.

1.3.3.3 Costo Beneficio

Este índice financiero indica el retorno de dinero obtenido por cada una de las unidades monetarias que se invierte en el proyecto, tomando en cuenta los costos directos como indirectos ayudando a valorar la oportunidad y la necesidad de implementar el plan, viendo las mejores alternativas que serán para un bien común, para lo cual la relación debe ser mayor a 1, considerándose de esta manera rentable. Dicha relación se obtendrá dividiendo el valor actual de los ingresos totales netos obtenidos entre el valor actual de los costos de inversión.

Formula:

$$B/C = (VAI/VAC)$$

1.3.3.4 Punto de Equilibrio

Es un indicador financiero que ayudara a ver que las ventas ayuden a cubrir los costos y los gastos totales, es decir donde la empresa al realizar sus actividades no pierde ni gana, se mantiene en un nivel neutral ayudando así a tomar mejores decisiones para el proyecto ya que por medio de ello se puede ver si el proyecto es factible o no

Formula:

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

1.3.4 La Empresa y su Organización

1.3.4.1 Base Filosófica de la Empresa.

Toda empresa tiene su filosofía, es decir su forma de ser la misma que se constituye en la carta de presentación de toda institución e incluso se determina la cultura empresarial. Dentro de la base filosófica se presenta algunos elementos tales como la misión la cual hace mención a la situación actual de la empresa, es decir con lo que cuenta y como está comprometida con sus clientes y empleados, es por ello que se debe especificar de forma clara y sencilla para el entendimiento del lector. Por otra parte tenemos la visión que en si es una mención en la cual se establece a lo que quiere llegar a ser la empresa en un futuro. Otro de los factores importantes que forman parte de la filosofía empresarial son los principios y valores los cuales se estipulan en relación a las acciones y comportamientos de cada individuo que forman parte de la empresa.

1.4 Pequeñas y Medias Empresas

Según **BRAVO**, Juan , (2008), “La creación de las empresas se ha convertido durante estos últimos años especialmente en los años noventa que sea destacado un campo de estudio es la unidad económica básica de producción que esta enfoca en la incrementación de las utilidades que es para el bien común de los pequeños empresarios” (Pág. 7)

MURILLO, Gonzales, (2009), “El concepto de pequeña y mediana empresa varía de acuerdo a diversos criterios, pero considerando que la empresa es el principal factor dinámico de la economía de una nación e influye a su vez de manera directa en la vida privada de sus habitantes trabajo, subsistencia, medio de vida, prosperidad, calidad de vida, etc. se ha considerado en esta investigación proporcionar y analizar

el concepto de pequeña y mediana a partir de su tamaño, es decir el número de empleados que la constituyen. ” (Pág. 55)

Las Pequeñas y Medianas Empresas, se caracterizan principalmente por contar con un número reducido de trabajadores, y por una facturación moderada. Las pequeñas y medias empresas son consideradas el motor de la economía en diversos países. Esto se debe a la cantidad de empleos que generan en un país, que representa un alto porcentaje de las personas económicamente activas dentro del mismo.

Las pequeñas y medias empresas son consideradas como tales siempre y cuando cumpla ciertos requisitos. No deben tener un número superior a los 250 empleados contratados, se debe tomar en cuenta que este número se incluyen tanto a los empleados de planta como a los que se pueda llegar a subcontratar. El volumen de ventas anuales debe ser inferior a los US\$ 32 millones de dólares o en su defecto el balance general debe ser inferior a los US\$ 19 millones de dólares.

Las pequeñas y medias empresas realizan diferentes tipos de actividades económicas en las que se destacan las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

1.4.1 Ventajas de las pequeñas y medias empresas

- El sistema de producción presenta más flexibilidad que las empresas convencionales
- Permite una relación mucho más personalizada con los clientes.
- Debido a la sencillez de su infraestructura es más sencillo cambiar de nicho de mercado(el espacio en el que se encuentran los usuarios o consumidores potenciales del producto o servicio)
- Los trabajadores están dispuestos a cambios en la empresa debido a que sus puestos de trabajo son más amplios y menos estrictos.
- El gran nivel de conocimiento específico que se obtiene debido a la cercanía de los integrantes en el día a día de la empresa, es una ventaja importante que se tiene sobre la competencia.
- Dado que los procesos de gestión resultan menos complejos la toma de decisiones estratégicas en las pequeñas y medias empresas requiere un tiempo considerablemente menor al que necesitarían otro tipo de empresas
- Las pequeñas y medias empresas presenta una visión menos estricta, más enfocada en las necesidades y demandas de los clientes siempre cambiantes.
- Encara los desafíos que se presentan adoptando tecnologías y personal necesario para lograrlo.

1.5 Industrias Lácteas

La industria ha existido desde décadas pasadas y con el pasar de los años ha ido evolucionando hasta la actualidad, siendo que hoy en día se la considera como el conjunto de empresas u organizaciones, ya sean estas grandes o pequeñas que están dedicadas a una actividad económica similar que en si se refiere a la transformación de la materia prima en productos semielaborados o productos terminados listos para su venta en el mercado en el cual lo requieran. Existen diversos tipos de industrias las

cuales están inmiscuidas en el ámbito tecnológico, alimenticio, farmacéutico, textil en fin en diversas que tiene un fin en común ofrecer productos a los consumidores para satisfacer sus necesidades biológicas, físicas hasta las de superación.

Dentro de la industria de alimentos podemos especificar que la industria láctea es parte de esta, puesto a que se dedica a la producción de alimentos aptos para el consumo humano como lo son el yogurt, queso, mantequilla y otros derivados de la leche, materia prima que es obtenida por lo general de animales vacunos para su previa transformación dando como resultados productos listos como los ejemplos antes mencionados para la venta al público. La leche que es considerada como la principal materia prima de esta industria láctea debe estar regida bajo los óptimos niveles de calidad y salubridad puesto que estos productos son directamente para el consumo humano motivo por el cual deben tener las normas de calidad desde su acopio hasta su distribución al mercado.

La leche y sus derivados son alimentos de gran beneficio para la salud humana puesto que este alimento líquido posee altos grados de nutrientes como son el calcio, las proteínas y las grasas que ayudan al buen funcionamiento metabólico y físico debido al gran aporte nutricional que brinda a las personas que lo consumen en el diario vivir.

1.6 Centro de Acopio

TORRES, Pedro, (2008), menciona que “En general se entiende por centro de acopio una construcción en el área rural, que permita recolectar productos de varios agricultores para alcanzar un volumen comercial de operaciones en la cual se realice la producción del producto para la venta y la distribución en las mejores condiciones” (Pág. 58)

Son instalaciones administradas por un comité, que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de leche de los pequeños productores, para que puedan competir en cantidad y calidad. Los centros de acopio están equipados con máquinas de alta tecnología, que realizan todo el proceso. Esto ayuda a que no se eche a perder gran cantidad de leche. Pueden definirse como empresas legalmente constituidas, en general bajo la estructura de Sociedades Anónimas Cerradas o de Responsabilidad Limitada, conformadas por productores, siendo su principal función la de asegurar una participación activa en la oferta de leche en volúmenes y estacionalidad atractivos, con una alta calidad y previamente enfriada para lograr su mejor conservación.

1.6.1 Actividades de los Centros de Acopio

Estas son aquellas que corresponden al acopio de leche y las destinadas a mejorar su oferta y que implican la producción de leche en el predio. En el caso de la primera actividad se incluye la recolección de la leche de los productores, la inspección de la leche decepcionada, la cuantificación y registro del volumen y el enfriamiento y almacenamiento de ésta, por otro lado, los centros de acopio de leche asumen la responsabilidad de coordinación y la responsabilidad sobre la calidad de la leche proveniente de numerosos predios, además, se encargan de asignar y manejar recursos, es decir, pueden considerarse como una pequeña agroindustria.

1.6.2 Objetivos de los Centros de Acopio

Existen dos objetivos principales para un centro de acopio. El primero pretende resolver problemas logísticos para que la leche de comunidades de pequeños productores esté disponible en calidad y cantidad. El segundo objetivo es la labor de coordinación y gestión que debe realizar el centro de acopio de leche para que el grupo de productores sea un oferente de leche activo y técnicamente responsable, esto

nos servirá para poder tener una vida mejor en cada una de las zonas en donde sea implementado el centro de acopio, se implementaran muchos en diferentes líneas para el desarrollo de las comunidades siempre y cuando sea en beneficio de la población.

1.6.3 La Situación Actual de los Centros de Acopio

Los Centros de Acopio de Leche nacieron en la década de los 80, con un importante auge en los 90, con la idea de disminuir los costos de recolección para las plantas y mejorar la calidad de leche producida por los campesinos. Sin embargo, su crecimiento, avance y desarrollo se ha visto frenado, llegando incluso que muchas de estas organizaciones desaparezcan del mercado. En la actualidad las dificultades que enfrentan los centros de acopio de leche vinculados al Centro de Gestión, se relacionan con la necesidad de los productores de entregar un mayor volumen de leche y mejorar la calidad de su producto. Mas hoy lo más importante, mejorar la gestión administrativa y económica de la organización y del negocio lechero; así podrán finalmente optar a un mayor precio. Sin embargo, para competir en el mercado requieren de una eficiente gestión empresarial, tanto en la producción de leche como en otras unidades de negocio.

1.6.4 Gestión de los Centros de Acopio Lecheros

La gestión empresarial se define como el proceso de planear, dirigir, organizar y controlar las actividades que se desarrollan en la empresa como un todo y en cada una de sus diferentes áreas funcionales para alcanzar los objetivos establecidos. En las empresas agrícolas las áreas de mayor importancia son la producción, la comercialización y las finanzas, señalan que la gestión empresarial incluye diversos aspectos que se deben considerar para obtener un resultado satisfactorio en la gestión y ser eficientes y competitivos, estos son la producción y comercialización, las instalaciones y equipos, los insumos, los servicios, la contratación de mano de obra, la obtención de excedentes o ganancias y la Administración.

Así mismo, realizar actividades para mejorar la tecnología de producción lechera para incrementar la productividad en los predios. Entre los mecanismos para mejorar la gestión del centros de acopio de leche están la capacitación y asistencia técnica, la creación de programas específicos y la elaboración de proyectos y búsqueda del financiamiento, por otra parte, la globalización de las economías y las exigencias cada vez mayores de la industria, ha llevado a estas organizaciones a diversificar su producción, involucrándose en otros negocios tales como: Centros de Acopio de hortaliza de maquinaria agrícola, producción de flores, transporte de insumos y productos, entre otros.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permitirá conocer la viabilidad comercial que tendrá el centro de acopio de leche, para lo cual se analizará a los posibles clientes que tendrá el negocio, es decir su ubicación, sus preferencias y sus actividades; al igual que se analizará la oferta para conocer la cantidad de leche que el centro de acopio podrá vender a las empresas pasteurizadoras y queseras que hagan uso de la leche como materia prima para la obtención de sus productos finales. A más de ello dicho estudio permitirá conocer el precio de litro de leche que se expende en el mercado y así tener una referencia de cuanto valdrá en los próximos 5 años con el incremento de la inflación.

La comercialización del producto es importante puesto que permitirá identificar el canal que empleará el centro de acopio para llegar con el producto a las empresas pasteurizadoras y queseras ubicadas en la parroquia Mulaló, al igual que se establecerán estrategias de comercialización.

En si el estudio de mercado permite dar respuestas a preguntas básicas tales como:

- ¿A quién se podrá vender?
- ¿Cuánto se podrá vender?
- ¿A qué precio?
- ¿De qué manera se propone emprender la comercialización de los productos?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General

- Conocer la viabilidad comercial del producto mediante el análisis de la oferta, demanda, precio y canales de distribución para saber el nivel de aceptabilidad que tendrá la leche en el mercado.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer el impacto de la demanda de leche mediante la recopilación de información para tener una noción clara de la cantidad de empresas que van a adquirir el producto.
- Identificar la demanda insatisfecha mediante un análisis comparativo entre la oferta y la demanda para saber el mercado que posteriormente podrá cubrir el proyecto.
- Definir la oferta de la leche mediante la proyección de datos para identificar el posible ingreso económico del centro de acopio.
- Establecer el canal de distribución óptimo mediante un análisis comercial para lograr que el producto llegue en menor tiempo a las empresas que lo requieren.
- Identificar el mercado objetivo al cual estará orientado el centro de acopio de leche mediante un análisis de la demanda y oferta para conocer claramente cuánto se pretende vender.

2.2 Descripción y Características del Producto

El proyecto consistirá en adquirir a los ganaderos del Barrio San Ramón el líquido extraído de la ubre de la vaca conocido como leche para acopiar esta materia prima con el fin de darle un control de calidad y así poder vender a las industrias lácteas que requieran de dicho líquido para su producción.

El centro de acopio estará enmarcado bajo los estándares de calidad para el buen funcionamiento del mismo al igual que estará sujeto al marco legal propuesto en el Ecuador, lo cual permitirá en cierta manera mejorar la oferta de la leche en los mercados, puesto que se buscara brindar un líquido de calidad que vaya de la mano con su precio a expendirse. A más de ello contara con maquinaria tecnológica que permitirá cumplir con las expectativas de los clientes en cuanto se refiere al tratado de la leche.

La leche es un producto nutritivo muy rico en calcio que desde hace muchos años ha sido considerado como un parte fundamental en la alimentación del ser humano, por lo que es importante saber sobre sus componentes.

TABLA N° 1
COMPOSICIÓN DE LA LECHE

Nutrientes	Cantidad/ por cada 100 gr	Beneficios
Agua	88,00 g	Favorece la formación de nuevos tejidos en el organismo: durante la etapa de crecimiento infantil, embarazo, intervenciones quirúrgicas, quemaduras, fracturas, etc.
Energía	61,00 kcal	Es un alimento que si bien aporta muchos nutrientes, tiene bajas calorías,

		a diferencia de ciertos snacks y dulces, que sí aportan muchas calorías y casi nada de nutrientes.
Proteína	3,2 g	Es un suplemento dietético para la actividad deportiva, especialmente con el objetivo de desarrollar la fuerza o aumentar la masa muscular.
Grasa	3,4 gr	Neutraliza la acidez estomacal y facilita la eliminación de ácido úrico a través de la orina, ayudando a disminuir su valor en sangre.
Lactosa	4,7 gr	Impide el desarrollo de gérmenes patógenos en el intestino: gracias a la acción del ácido láctico, sustancia producida por las bacterias intestinales al transformar la lactosa presente en la leche.
Minerales	0,72 gr	El consumo de leche por su alto contenido de calcio favorece la formación de hueso y ayuda a prevenir la osteoporosis, además ayuda a reducir los riesgos de caries dentales.

Fuente: <http://es.slideshare.net/JULIETLOFO/leche-de-bufala>

Elaborado por: Las Tesis

En cuanto se refiere a la medición de la calidad de la leche, el centro de acopio trabajara con las normas ISO 9001: 2008, las mismas que manejan la agencia ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del agro para controlar la calidad e inocuidad del producto mismo, es así que dentro de este riguroso control se aplicaran las siguientes pruebas:

- Conteo de células somáticas.
- Estabilidad proteica (prueba del alcohol)
- Temperatura y Densidad Relativa
- Ph

2.3 Productos Sustitutos

Uno de los productos sustitutos que tiene la leche de vaca es la de soya que busca ganar mercado mediante sus beneficios que brinda a la salud humana, debido a que no contiene lactosa que es perjudicial para algunas personas que son intolerantes a este tipo de grasas, posee vitamina A, vitamina B y hierro todo ello se podrá definir como hormonas naturales vegetales formándose una antioxidante que ayuda a la protección del cáncer.

TABLA N° 2
NUTRIENTES Y BENEFICIOS DE LA SOYA

Nutrientes	Cantidad	Beneficios
Calorías	36 kcal	Ayuda a reducir los niveles de colesterol
Proteínas	3,4 g	Previene el cáncer de mama
Hidratos de carbono	2,2 g	Controla la menopausia
Grasas totales	1,5 g	Contiene calcio que ayuda a las huesos
Colesterol	0 mg	Tratamiento alterno de la osteoporosis
Vitamina B1	11%	Son antioxidantes, da minerales al cuerpo
Vitamina B 2	30%	Ayuda a la digestividad
Vitamina B 3	6%	Ayuda a formar las membranas biológicas
Vitamina B 6	4%	Mejora la circulación sanguínea
Vitamina B 9	1%	Previene cálculos biliares
Vitamina E	6%	Mejora el rendimiento intelectual
Vitamina K	267%	Fortalece los huesos

Fuente: <http://www.natursan.net/leche-de-soja-nutritiva-y-beneficiosa-para-nuestra-salud/>

Elaborado por: Las Tesis

2.4 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado permitirá al centro de acopio de leche identificar en donde y a quienes se venderá el producto, es así que para dividir el mercado en grupos pequeños se tomara en consideración las variables geográficas, demográficas y conductuales con el fin de conocer cual serán realmente los consumidores y así identificar sus características y necesidades.

2.4.1 Variables de Segmentación

La segmentación del mercado está enfocada en la variable geográfica para la división del mercado por naciones, estados, regiones o barrios. Considerándose entre estos un lugar determinado en el que el centro de acopio va a operar; como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA N° 3
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

Variables de segmentación	Segmento de mercado
Variable geográfica	
COTOPAXI	160
LATACUNGA	55
MULALÓ	25
VARIABLE DEMOGRÁFICA	
Ocupación	Productores lácteos y queseros
Tamaño del negocio	Pequeñas y medianas
VARIABLES CONDUCTUALES	
Hábitos de compra	Materia prima (leche cruda)
Gustos y preferencias	Calidad del producto

Fuente: GAD Parroquial Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

La Parroquia Mulaló está considerada como el segmento de mercado al cual se dirigirá este proyecto, debido a que el centro de acopio está ubicado en el barrio San Ramón, el mismo que pertenece a esta parroquia y por la cantidad considerable de empresas pasteurizadoras y queseras que requieren de la leche cruda para ejecutar su producción. También se consideró la parroquia por motivos de cercanía del centro de acopio a las diversas empresas o negocios.

La variable demográfica permitirá fragmentar el mercado por medio de la ocupación de los negocios, al igual que por su tamaño, siendo en este caso las empresas pequeñas y medianas que se dedican a las transformación de la leche.

Para el centro de acopio de leche la variable conductual permite conocer los hábitos, gustos y preferencias que tiene el cliente respecto a la leche que es utilizada como materia prima dentro de las empresas pasteurizadoras y queseras ubicadas en la parroquia Mulaló.

2.5 Investigación de Mercados

Identificar cuáles van a ser los socios quienes van integrar en el proyecto del acopio de leche este mercado meta está enfocado en los productores lecheros de la zona que tengan las mismas necesidades e interés.

2.5.1 Objetivo de la Investigación de Mercado

2.5.1.1 Objetivo General

Realizar una investigación de mercado en el barrio San Ramón por medio de la aplicación de técnicas de investigación para determinar la aceptabilidad del proyecto.

2.5.1.2 Objetivos Específicos

- Obtener información real y precisa mediante el uso de fuentes primarias y secundarias para tomar decisiones viables que ayude al proyecto.
- Diseñar el cuestionario de la encuesta mediante preguntas claves para recabar datos contundentes
- Analizar e interpretar datos de la encuestas mediante la tabulación y representación gráfica para saber la opinión de cada uno de los moradores al igual que de las empresas pasteurizadoras y queseras.

2.5.2 Problema

El problema que se ha logrado encontrar en el barrio San Ramón, es que existe un bajo nivel de desarrollo socio económico/financiero, puesto que la mayoría de moradores se dedican a la producción de leche, la misma que no es pagada adecuadamente y por ende no compensa sus esfuerzos físicos para cuidar el ganado lechero, al igual que para la extracción de la leche; siendo así que la mayoría de las personas que se dedican a esta actividad ganadera reciben entre 31 y 35 centavos aproximadamente por cada litro de leche; siendo así que este dato se obtuvo de la pregunta 5 de la encuesta dirigida a los ganaderos del barrio San Ramón. Es por ello que los ganaderos del sector no tienen un progreso en la producción lechera, puesto que sus ingresos económicos obtenidos por la venta de la leche son utilizados en su gran mayoría para la alimentación y cuidado de su ganado, por lo que les queda una mínima cantidad de dinero para sustentar a su familia.

2.5.3 Solución

Latacunga es uno de los cantones que más producción de leche y empresas lácteas posee, siendo Mulaló una de las parroquias que cuenta con alrededor de 25 micro empresas lácteas y familias que se dedican a la ganadería, por lo que es considerada una parroquia con mayor producción lechera dentro del sector rural, es por ello que se ha visto factible la realización de un centro de acopio el cual estará orientado a la recolección y almacenamiento de toda producción lechera del barrio San Ramón; lo que dicho proyecto permitirá mejorar la economía del sector, puesto que se pretende pagar un precio rentable tanto para los ganaderos como para el centro de acopio y con ello fomentar el desarrollo socioeconómico del barrio.

2.5.4 Justificación

Uno de los objetivos que tiene la creación del centro de acopio de leche en el barrio San Ramón, es ayudar al desarrollo socio económico/ financiero de cada uno de los ganaderos del sector, debido a que estos productores se encuentran ubicados en una zona rural en la cual la mayoría de las personas se dedican a la agricultura como a la ganadería, dando esta última como resultado la producción de leche, es así que por tal razón se considera factible plantear el negocio en ese sector, lo que ayudara a que se realice una asociación de todas las personas que se involucren en el plan, lo que permitirá que sus ingresos económicos se incrementen favorablemente y así puedan realizar un proyecto de vida mejor, pero para eso hay que mejorar la calidad de la leche y de esta manera incrementar el precio del litro de leche, siendo así que el centro de acopio ayudara a que el producto sea bueno porque al momento de su almacenaje será controlado desde el momento que llegan al acopio hasta cuando sea distribuido a los posibles clientes que pueden ser las empresas lácteas que se encuentran en la parroquia Mulaló, brindando así a las empresas una materia prima de calidad.

2.5.5 Metodología

Es el conjunto de procedimientos planificados que guiaran a la investigación que se llevara a cabo para la recolección y análisis de la información, la misma que proporcionara conocimientos sobre la producción lechera en el sector de San ramón para así sacar conclusiones contundentes sobre la aceptabilidad del proyecto

2.5.5.1 Metodología Cualicuantitativa

Tanto la metodología cuantitativa y cualitativa son complementarias en tres si, motivo por el cual se ha considerado dentro de la investigación de mercado, puesto que la cualitativa ayudara a identificar la conducta que presentan los ganaderos mientras que la metodología cuantitativa permitirá examinar lo información obtenida de manera numérica mediante la tabulación y representación gráfica, es decir a través de la estadística

2.5.6. Métodos

Los métodos que se aplicará en el trabajo investigativos son considerados como el camino más adecuado para alcanzar los objetivos plateados dentro de la investigación de mercado, puesto que servirán para la recolección de la información, es así que estos métodos permitirán conocer las necesidades de los clientes así como de los productores de leche.

2.5.6.1. Método inductivo

Que va de lo particular al aspecto general de los casos que se tendrá que estudiar para el futuro del centro de acopio, ya sea de ejecutarlo uno mismo u otras personas, por medio del estudio se podrá saber si es factible o no realizar el proyecto de la implementación de un centro de acopio en el barrio san Ramón ya que se estudiara

los aspectos más relevantes como lo es el financiero así se podrá saber con los caculos que se realicen y con la investigación de mercado que se realizara tanto a los ofertantes como los demandantes, en la cual permitirá observar, analizar y clasificar cada uno de los hechos que se darán en un centro de acopio de leche.

2.5.6.2 Método de observación

Este método permitirá percibir la realidad existente de los ganaderos del barrio San Ramón, pues que al asistir al lugar de los hechos se observó la existencia de producción láctea, la crianza de ganado y a su vez el malestar de todos los productores. También se utilizó para observar a la posible competencia que está ubicado en el barrio San Agustín en donde se palpo el procedimiento que le dan a la leche al igual que su infraestructura y maquinaria con la que trabajan.

2.5.7 Tipos de Investigación

Para el desarrollo investigativo se llevara a cabo un proceso ordenado, que permitirá conocer desde un punto de vista objetivo las necesidades que hay en el sector lácteo, indicando la realización que establecerá las características de los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos.

El objetivo de investigar es encontrar la metodología que mejor se aplicará para la creación del centro de acopio de leche, la cual permitirá formular el procedimiento más adecuado que ayude a descubrir y a recabar la información precisa del mercado.

2.5.7.1 Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación está dirigida a interpretar los datos y los hechos que suceden en la realidad de los productores lácteos para con ello poder sacar las posibles conclusiones de la factibilidad del proyecto conjuntamente con los

indicadores financieros y por medio de ello se podrá ver en que ayudara o afectara la implementación de un centro de acopio en la comunidad, conociendo así si logra o no el mejoramiento de la misma.

2.5.7.2 Investigación de Campo

Esta se basa en la recolección directa de los dato, es estar en lugar en donde serán beneficiarios por el proyecto en el cual se podrá palpar y observar a los productores ganaderos como los lácteos en la cual puede surgir unas nuevas necesidades de la comuna permitiendo así conocer más a fondo sobre cada uno de ellos en la cual se puede ampliar, comprobar, corregir, o emplear nuestros conocimientos para el adelanto de la sociedad.

2.5.7.3 Investigación Documental

Este tipo de investigación se basa en la recolección de información a través de fuentes secundarias tales como son libros, revistas entre otras; las mismas que servirán para obtener datos relevantes para establecer el número de familias que se dedican a la ganadería en el barrio San Ramón, al igual para conocer el número de empresas pasteurizadoras y queseras que se ubican en la parroquia Mulaló; dichos datos son indispensables para el planteamiento de la población y por ende para la aplicación de encuestas.

2.5.8 Fuentes de Información

Para este proyecto es indispensable tener fuentes de información verídicas lo cual permitirá conocer el lugar en donde se va a desarrollar el proyecto por lo que se requiere de una minuciosa investigación en la cual es necesario las fuentes primarias como secundarias.

2.5.8.1. Fuentes de Información Primarias

Las fuentes primarias son datos directos que se obtiene del campo de estudio, es decir que se consideran dentro de este proyecto a aquellos que se involucran directamente y estos son: los productores lecheros los mismos que proporcionaran información verídica acerca de la propuesta a realizarse. Esto se deberá recoger por medio de la técnica de investigación que sea más directa posible para ello se utilizara la encuesta que será dirigida a las 120 familias dedicadas a la ganadería y a las 25 empresas queseras y pasteurizadoras; al igual que la entrevista.

2.5.8.2. Fuentes de Información Secundarias

Las fuentes secundarias son netamente las recopilaciones de revistas, libros realizadas por distintos autores como también datos estadísticos que lo realizan diferentes ensayistas permitiendo tener información comprobada que será utilizada en el desarrollo del proyecto permitiendo la interpretación de datos como lo es el Instituto Nacional de Estadística y Censo, Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca, Junta parroquial de Mulaló.

2.5.9 Técnicas

Para el tratamiento de la información se emplearán técnicas con las que se obtendrá la realidad de la investigación, los que me permitirá en el plan de negocio conocer la factibilidad o la no factibilidad del proyecto a realizarse por medio de estas técnicas ayudando a verificar cada una de la información obtenida.

2.5.9.1. Encuesta

Es un estudio observacional en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni controlar el

proceso que está en observación. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, esto se aplicara a los productores ganaderos del sector la información será tabulada e interpretada para tener información exacta.

2.5.9.2. Observación

La observación es una herramienta que permite conocer de cerca las necesidades y problemas que tienen los productores lecheros por medio de ellos buscar soluciones así como se observó que no tienen una economía estable y no tienen el suficiente apoyo por parte de los gobiernos seccionales.

2.5.9.3. Cuestionario

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa esto se utiliza para saber en qué situación, sus necesidades se encuentra el segmento de mercado en el cual vamos a realizar las encuestas de ahí se obtendrá datos e información real

2.5.10 Tamaño del Universo o Población

El universo o población seleccionada para el estudio en esencia corresponde a dos grandes grupos como son los ganaderos del barrio San Ramón y las Industrias lácteas, es así que existe un número de 120 familias productoras de leche y 25 empresas ubicadas en la parroquia Mulaló que utilizan la leche como materia prima para la producción de sus productos.

Fórmula para calcular la muestra

$$\frac{N(P)(Q)}{N - 1 \left(\frac{N}{K} \right)^2 + (P)(Q)}$$

En donde,

N= Tamaño de la muestra

n = Tamaño de la muestra

P= Probabilidad de aceptación

Q= Probabilidad de no aceptación

E= margen de error

K= Constante

TABLA N° 4

GANADEROS DEL BARRIO SAN RAMÓN

GANADEROS	TOTAL POR HOGARES
BARRIO SAN RAMÓN	120

Fuente: Junta Parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 5

EMPRESAS PASTEURIZADORAS Y QUESERAS

EMPRESAS	TOTAL
Parroquia Mulaló	25

Fuente: Junta Parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

Debido a que existen 120 familias dedicadas a la producción lechera y 25 empresas pasteurizadoras y queseras ubicadas en la parroquia Mulaló, no se requiere el cálculo de la muestra debido a que la población total es de 125 y por ende puede ser aplicable fácilmente la encuesta.

2.5.10.1 Diseño del Cuestionario

El cuestionario se realizara para los ganaderos del barrio San Ramón ya que ayudará al análisis del estudio de mercado dentro del proyecto y proporcionará toda la información necesaria del segmento de mercado a investigar, mediante preguntas claras, entendibles para los encuestados, como se puede observar en el anexo 1.

2.5.11 Análisis e Interpretación de Resultados

ENCUESTA REALIZADA A LOS GANADEROS DEL BARRIO SAN RAMÓN

1. ¿Cuántas cabezas de ganado lechero tiene?

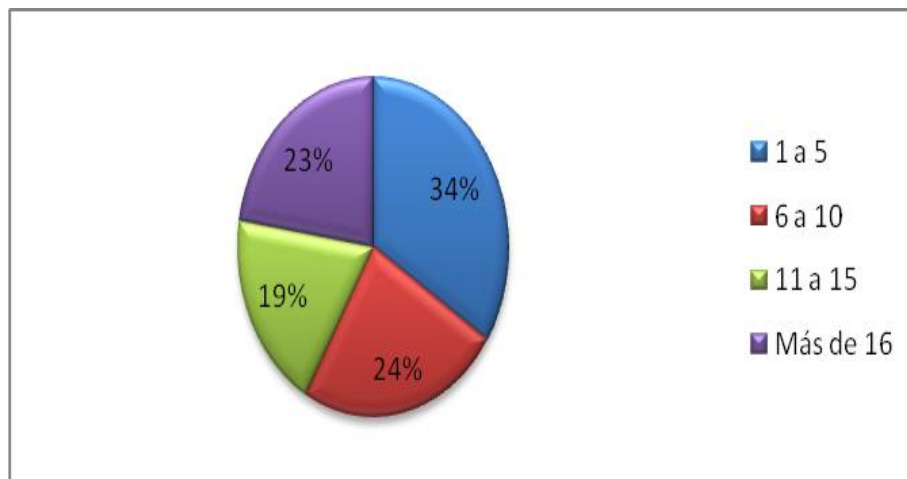
TABLA N° 6
CANTIDAD DE CABEZAS DE GANADO

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
1 a 5	41	34%
6 a 10	29	24%
11 a 15	23	19%
Más de 16	27	23%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 1
CANTIDAD DE CABEZAS DE GANADO



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

La encuesta realizada a los ganaderos del barrio San Ramón arrojó los resultados de un 34% de la existencia de 1 a 5 cabezas de ganado, es decir cada familia ganadera posee hasta 5 vacas que les proveen de leche; seguido por un 24% que asegura que tienen más de 16 vacas lecheras, al igual que el 23% y 19% que se encuentran en un rango de 6 a 10 vacas y de 11 a 15 vacas respectivamente, lo que significa la existencia de una cantidad considerable de ganado lechero para el proyecto.

Interpretación

En el barrio San Ramón mediante las encuestas realizadas se les preguntó sobre cuántas cabezas de ganado tenían ellos, esto permitirá que se conozca con exactitud qué producción se podría tener de aquí a un tiempo, obteniendo el resultado que es el cuarenta por ciento que tiene uno a cinco vacas por familia esto es positivo para el proyecto porque con el pasar de los años el mismo se volverá un sustento económico para las personas del lugar beneficiario, cada uno de ellos son importantes porque son quienes abastecerán el centro de acopio.

2. ¿Cuántos litros de leche produce diariamente?

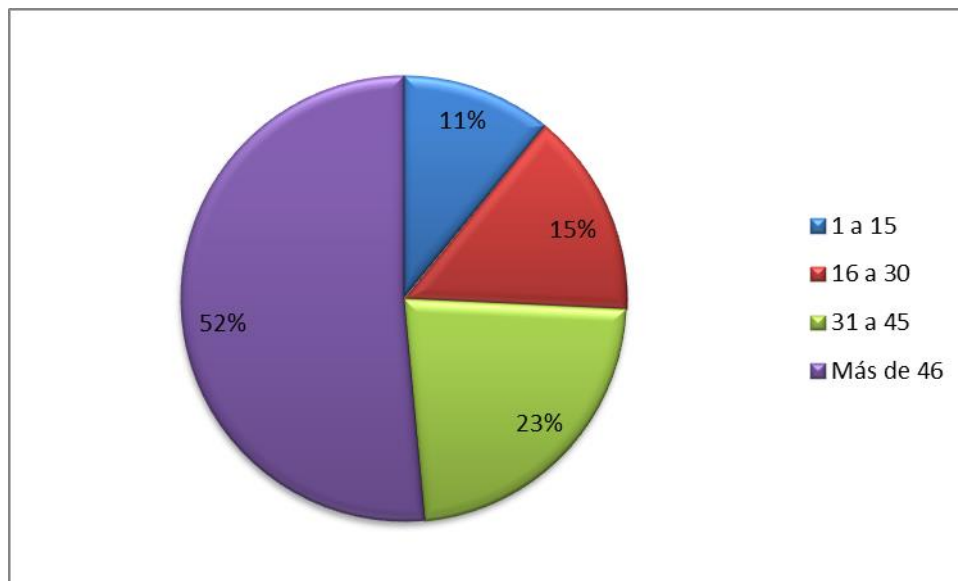
TABLA N° 7
PRODUCCIÓN DE LECHE DIARIA

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
1 a 15	13	11%
16 a 30	18	15%
31 a 45	27	23%
Más de 46	62	52%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 2
PRODUCCIÓN DE LECHE DIARIA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

En cuanto a la producción lechera se establece un 52%, que corresponde a la obtención de más de 46 litros diarios de leche de sus vacas, seguido por un 23% de familias ganaderas que obtienen de sus vacas de 31 a 45 litros diarios y un 15% y 11% hace referencia a una producción diaria inferior a 30 litros, es decir que la producción de leche es favorable para el centro de acopio.

Interpretación

La producción lechera en el sector de San Ramón se ve reflejada en estos datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas, lo que da a entender que si existe una producción masiva para la satisfacción del mercado objetivo, ya que existe un cincuenta y dos por ciento que producen más de dieciséis litros diarios esto es uno de los factores que permitirá saber qué futuro tendrá la producción de leche para ese sector dando una visibilidad positiva para encaminar un proyecto de un acopio lo cual será muy bueno y rentable para la comunidad.

3. ¿Usted comercializa la leche actualmente?

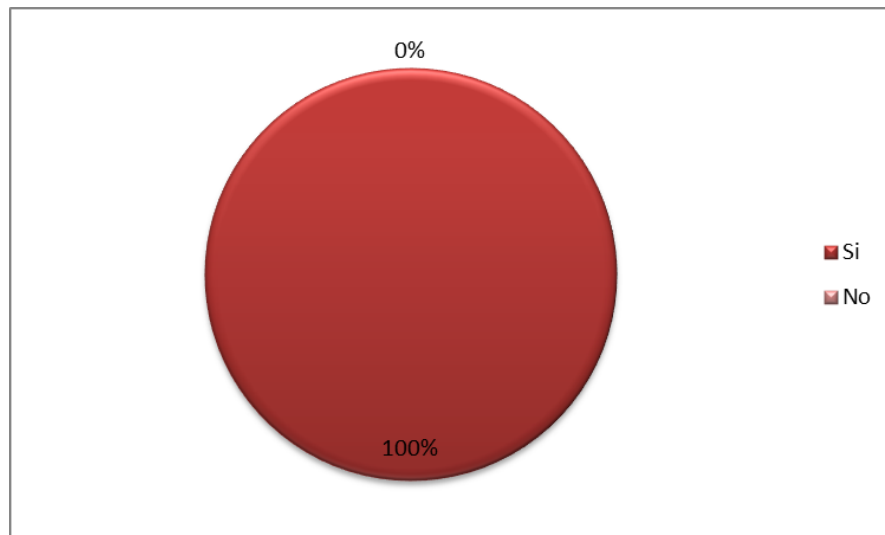
TABLA N° 8
COMERCIALIZACIÓN DE LA LECHE

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Si	120	100%
No	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 3
COMERCIALIZACIÓN DE LA LECHE



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

El total de encuestados afirman que la leche que obtienen de sus vacas la utilizan para vendérsela a sus clientes, es decir el 100% de las familias ganaderas del barrio San Ramón se dedica a la producción y comercialización de la leche.

Interpretación

La situación actual de los ganaderos del barrio san Ramón se encuentra entre la producción de la leche y venta de la misma, lo que se evidencia que en la totalidad todos están dedicados a la comercialización de este producto alimenticio a diferentes personas puesto que este es su medio de trabajo para sustentar un hogar permitiendo desarrollarse como productores individuales del producto esto sucede porque no existe una asociación de ganaderos, por ende es un parámetro más para que el proyecto sea factible

4. ¿A quién vende Usted la leche?

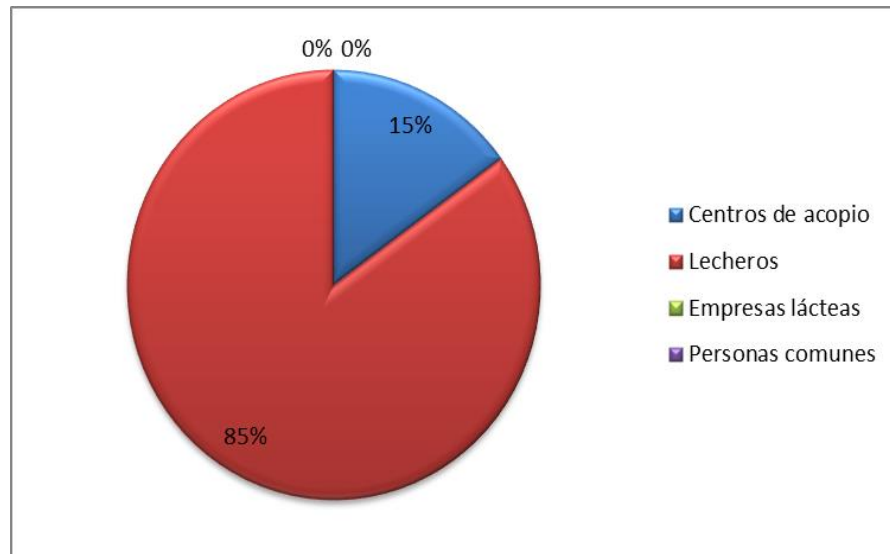
TABLA N° 9
PERSONAS A LAS QUE VENDE DE LA LECHE

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Centros de acopio	18	15%
Lecheros	102	85%
Empresas lácteas	0	0%
Personas comunes	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesisistas

GRÁFICO N° 4
PERSONAS A LAS QUE VENDE DE LA LECHE



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesisistas

Análisis

El 85% de las familias ganaderas realizan la venta de la leche a los lecheros que son quienes recolectan este líquido de casa en casa y el otro 15% restante vende su producción de leche a centros de acopio, lo cual es propicio para la propuesta de un centro de acopio en el barrio de San Ramón.

Interpretación

La comercialización de la leche es lo primordial en el barrio San Ramón por lo que los ganaderos venden su producción a distintas personas, entre las cuales se caracterizan la mayoría por ser intermediarios dentro de un canal de distribución, siendo uno de estos los lecheros con un ochenta y cinco por ciento a quienes más venden la producción lechera, al existir esta clase de compradores del producto logran que existan una inestabilidad de precios perjudicando a los productores por cada uno de ellos vende al que más puede ya sea por un valor agregado que les ofrece ocasionando que existan muchos demandante

5. ¿A qué precio vende la leche?

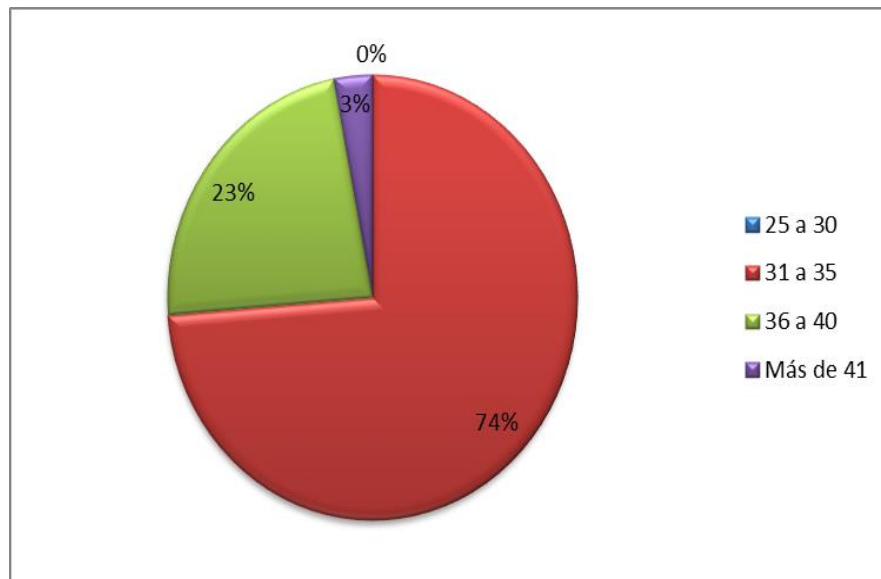
TABLA N° 10
PRECIO DEL LITRO DE LECHE

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
25 a 30	0	0%
31 a 35	88	73%
36 a 40	28	23%
Más de 41	4	3%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 5
PRECIO DEL LITRO DE LECHE



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

De los ganaderos que comercializan la leche el 75% de ellos, es decir más de la mitad venden el litro de leche entre un rango de 31 a 35 centavos, seguidos por un 23% que venden a un precio entre 36 y 40 centavos, pero hay un mínimo de 3% que recibe más de 41 centavos por cada litro, lo que para el proyecto es una ventaja para conseguir la producción de estos ganaderos.

Interpretación

La mayoría de las personas que vende la leche a intermediarios, lo hacen a un precio entre un precio de treinta y uno a treinta y cinco centavos, cantidad que se encuentra bajo los pisos establecidos a pagar legalmente por el litro de leche, es así que los productores venden a este precio con el fin de vender toda su producción y no quedarse con nada, hay que recordar que este producto es fácil de descomponerse si no se encuentra en un lugar frío provocando que los ganaderos vendan su leche a un precio inferior de lo que el gobierno establece siendo que la venta del mismo es el sustento diario de cada familia ya que se pago se lo realiza quincenalmente.

6. ¿Cómo se siente Ud. con el recolector de leche?

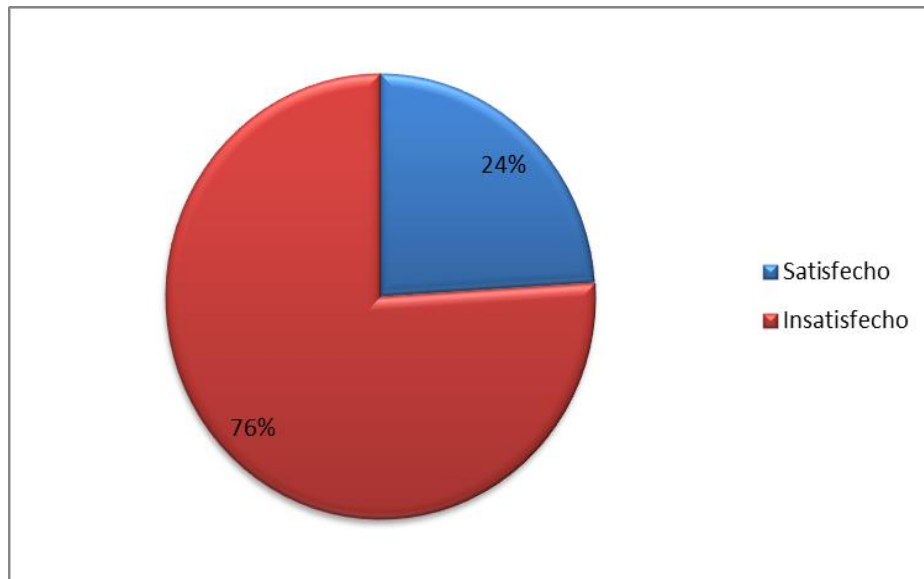
TABLA N° 11
SITUACIÓN CON EL RECOLECTOR DE LA LECHE

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Satisfecho	29	24%
Insatisfecho	91	76%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 6
SITUACIÓN CON EL RECOLECTOR DE LA LECHE



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

El 76% de ganaderos encuestados se sienten insatisfechos con el recolector actual, lo que significa algo favorable para el centro de acopio puesto que el principal malestar es el precio de pago por el litro de leche aunque, aunque existe un 24% que asevera que se encuentra satisfecho con el recolector de leche.

Interpretación

El precio de compra de la leche es uno de los principales malestares que tienen los ganaderos del barrio San Ramón por lo que manifiestan de la totalidad un setenta y seis por ciento que se encuentran insatisfechos con el recolector de leche, debido a que el precio de la leche no equivale al esfuerzo de trabajo que hacen para la crianza de las vacas y su extracción de leche, recalcando que los productos ganaderos que se utilizan para la crianza es superior a lo que ellos reciben por la leche, lo cual otro de los factores que les impide a los ganaderos progresar en el sector donde viven, pero al existir un centro de acopio obtendrán benéficos que logre el desarrollo económico.

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

TABLA N° 12

ACEPTABILIDAD DE LA CREACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO

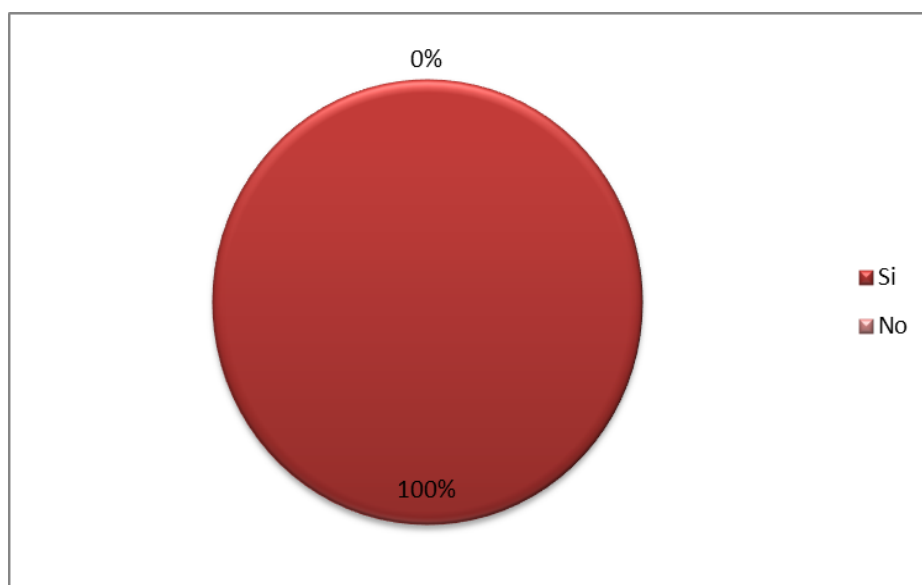
DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Si	120	100%
No	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 7

ACEPTABILIDAD DE LA CREACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

El total de personas encuestadas en el barrio San Ramón, es decir el 100% respondió positivamente afirmando con un sí a la aceptabilidad de crear un centro de acopio de leche en el mismo barrio, siendo esto un aspecto optimista para la puesta en marcha del proyecto.

Interpretación

Uno de los propósitos de la investigación de campo es conocer la aceptabilidad del proyecto entre los productores lecheros, siendo así que se obtuvo un resultado positivo por parte de los moradores, los mismos que en su totalidad supieron responder positivamente para que se cree un centro de acopio en este sector, lo que significa que existe el apoyo y viabilidad del proyecto porque ellos ven el beneficio económico y a la vez turístico que ellos van a tener al momento que se realice dicho proyecto en el sector logrando la superación de muchas familias ya que se encuentran en un lugar productivo pero a la misma ves no cuentan con un personal que les ayude a realizar proyectos viables, al tener una oportunidad como el centro de acopio pues se obtuvo resultados positivos.

8. ¿Estaría dispuesto a vender la leche al centro de acopio de San Ramón?

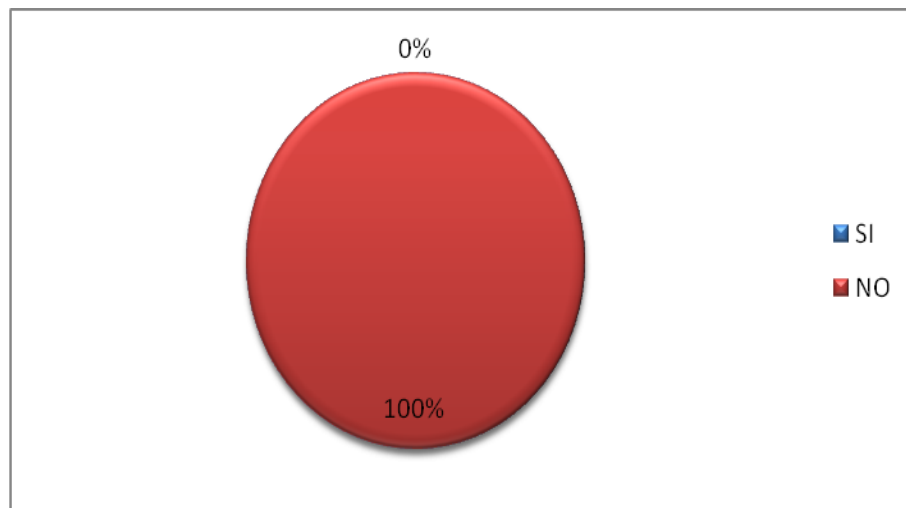
TABLA N° 13
ACEPTABILIDAD DE VENTA DE LA PRODUCCIÓN LECHERA

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Si	120	100%
No	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 8
ACEPTABILIDAD DE VENTA DE LA PRODUCCIÓN LECHERA



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

El 100% de la población a la que se aplicó la encuesta se encuentra dispuesta a vender su producción lechera al centro de acopio, es decir se ve un entusiasmo positivo por parte de ellos al querer establecer una relación comercial, lo cual constituye un punto a favor del plan de negocios.

Interpretación

Otro aspecto positivo que se evidencio al aplicar la encuesta es que los ganaderos del barrio están dispuestos a vender su producción lechera al centro de acopio lo cual permite tener una idea con cuantos litros de leche va a contar diariamente el centro para ofertar al mercado, al existir esta buena disposición por los productores es para ellos una oportunidad más de un ingreso económico para la familia de cada uno de ellos permitiendo así desarrollarse en la comunidad en todos los ámbitos que ellos tengan en mente ya que poseen una actitud muy positiva y alentadora cuando se trata de proyectos que ayude a su porvenir.

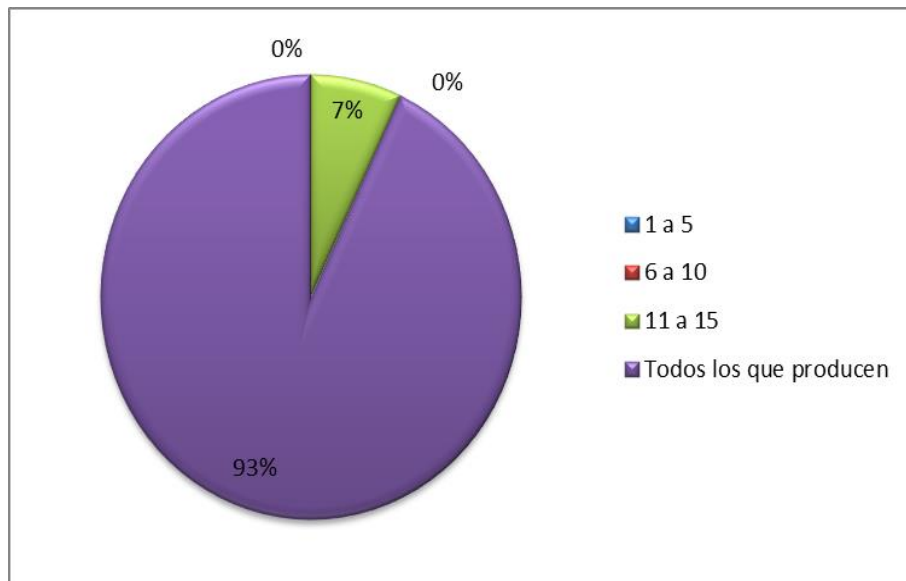
9. ¿Cuántos litros de leche diariamente estarían dispuesto a ofrecerle al centro de acopio de San Ramón?

TABLA N° 14
LITROS DE LECHE PARA EL CENTRO DE ACOPIO

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
1 a 5	0	0%
6 a 10	0	0%
11 a 15	8	7%
Todos los que producen	112	93%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 9
LITROS DE LECHE PARA EL CENTRO DE ACOPIO



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

Casi la totalidad de los ganaderos del barrio San Ramón que fueron encuestados afirmaron un 93% que están dispuestos a vender toda la cantidad de litros de leche que obtienen de sus vacas y un 7% está de acuerdo en proveer al centro de acopio de 6 a 11 litros de leche diarios, siendo esto una ventaja porque el proyecto contara con casi toda la producción lechera.

Interpretación

Al aplicar la encuesta a los moradores del barrio San Ramón se pudo conocer que están dispuestos a vender su producción lechera hasta su totalidad, siendo así que se tiene un noventa y tres por ciento de personas que van a dar toda su producción, que en si será con la que contara para el centro de acopio, cada uno de ellos crecen a su ganado vacuno con el objetivo único de vender la leche esto hace que ellos no consuman su producto porque es el sustento económico que ellos posee en la actualidad entre mas produzcan y vendan pues sus ingresos económicos tienen.

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

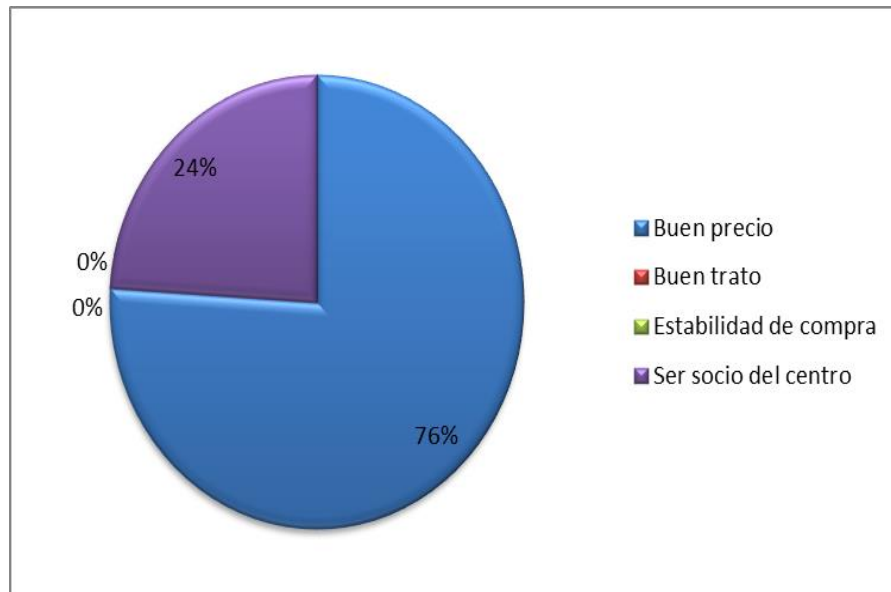
TABLA N° 15
BENEFICIOS AL VINCULARSE AL CENTRO DE ACOPIO

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA %
Buen precio	91	76%
Buen trato	0	0%
Estabilidad de compra	0	0%
Ser socio del centro	29	24%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 10
BENEFICIOS AL VINCULARSE AL CENTRO DE ACOPIO



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

De la población encuestada el 76% respondió que por el beneficio por el cual se vincularía con el centro de acopio de leche sería si es que les proporcionara el centro un precio óptimo por cada litro de leche, mientras que un 24% están dispuestos a vincularse como socios del centro de acopio.

Interpretación

Los productores de leche a través de este instrumento de investigación dieron a conocer el motivo por el cual se vincularían con el centro de acopio, lo cual dio en su mayoría con un setenta y seis por ciento es que se refiere al precio, es decir que desearían que les paguen un buen precio por cada litro de leche, eso es lo que desean los productores de leche que el costo del producto que ellos ofrecen les alcance para el diario vivir de la familia y para la alimentación de su ganado vacuno es por ello que lo primordial para ellos es ganar un poco más y recuperar la inversión que ellos hacen para mantener a los animales.

11. ¿En qué recipiente usted almacena la leche?

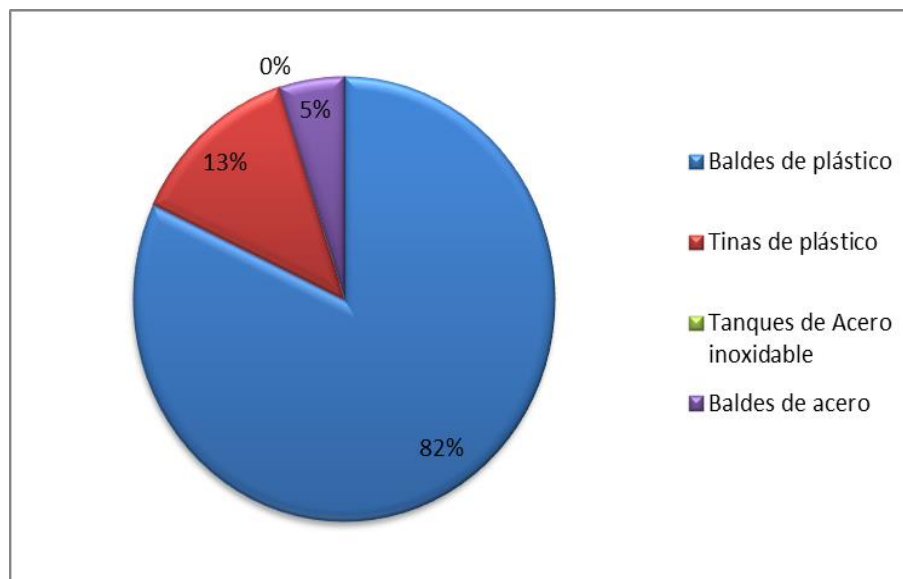
TABLA N° 16
RECIPIENTES EN LOS QUE ALMACENAN LA LECHE

DETALLE	FRECENCIA	FRECUCNIA %
Baldes de plástico	98	82%
Tinas de plástico	16	13%
Tanques de Acero inoxidable	0	0%
Baldes de acero	6	5%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 11
RECIPIENTES EN LOS QUE ALMACENAN LA LECHE



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

El 98% de los encuestados respondieron que utilizan recipiente de plástico para el almacenamiento y sustracción de la leche siendo este el porcentaje más alto seguido del 16% manipulan tinas de plástico y el 6% baldes de hacer es decir son muy pocos los ganaderos que se rigen en las leyes que establece el ministerios de agricultura ganadería y pesca, y un cero % que no adquieren aun lo que no adquieren los utensilios para el buen desempeño de sus labores diarias

Interpretación

El sesenta y ocho por ciento de los ganaderos que extraen y almacenan la leche de las vacas lo realizan en recipientes de plástico, pero en la actualidad la norma higiénica que dispuso por el ministerio de agricultura ganadería y pesca es que deben utilizar depósitos de acero inoxidable esto permitirá que se tenga mayor cuidado en la leche y a la vez suba su calidad ya que es lo que les interesa a los demandantes porque a ellos se les incrementa la calidad de sus derivados , pero en la actualidad no lo hacen de esa manera por que la situación económica de ellos no lo permiten porque son caros y porque ellos entregan la leche a los diferentes recolectores como es en la mañana y en la tarde, y las 6 personas que se rigen a esa norma son los que más producción lechera tienen en ese barrio ya que sus ingresos económicos son más altos. .

12. ¿Qué enfermedades afectan a su ganado vacuno?

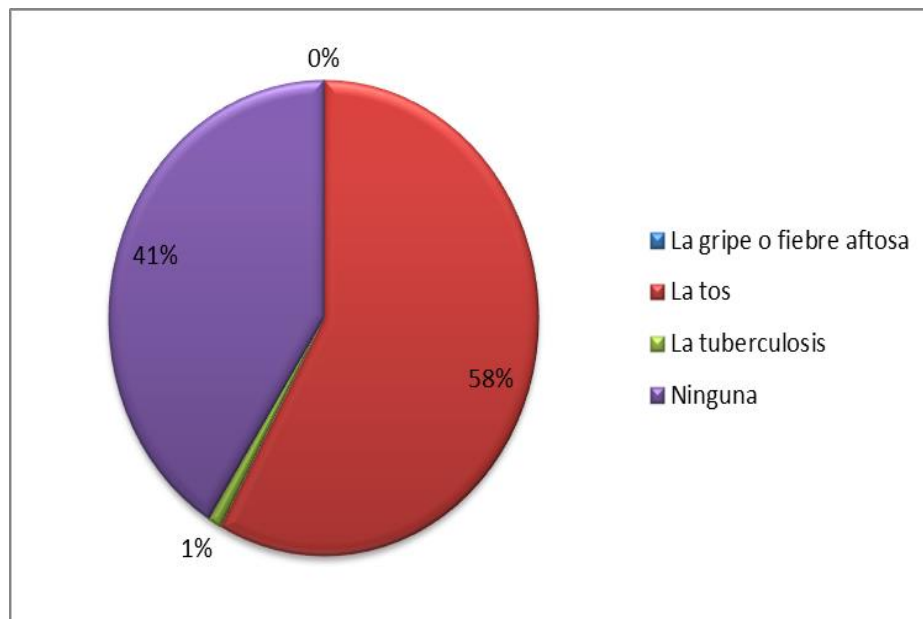
TABLA N° 17
ENFERMEDADES DE LAS VACAS

DETALLE	FRECENCIA	FRECUCENCIA
		%
La gripe o fiebre aftosa	0	0%
La tos	70	58%
La tuberculosis	1	1%
Ninguna	49	41%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 12
ENFERMEDADES DE LAS VACAS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

Con un porcentaje del 58% las enfermedades que sufre el ganado vacuno es de tos ya que por los cambios de clima se da dicho contagio, seguido de un porcentaje del 41% que no sufren ningún malestar en esos momentos 1% que llegó a tener tuberculosis la que fue sacrificada por dicho virus que podía afectar al ser humano inmediatamente y a los demás animales que se encontraban junto a ella.

Interpretación

Las enfermedades que más afectan al ganado vacuno en la comunidad de San Ramón es la tos por los cambios de clima esto hace que en la época de invierno se contraiga esa enfermedad provocando la disminución de la leche porque al estar esos animales enfermos no se alimentan bien por ende disminuye, por otro lado la fiebre aftosa no les afecta porque ellos si les vacuna a sus ganados ya que es un requisito para poder realizar las compra y venta de los mismos y es por la seguridad de ellos ya que esos padecimientos puede ser transferido al ser humano.

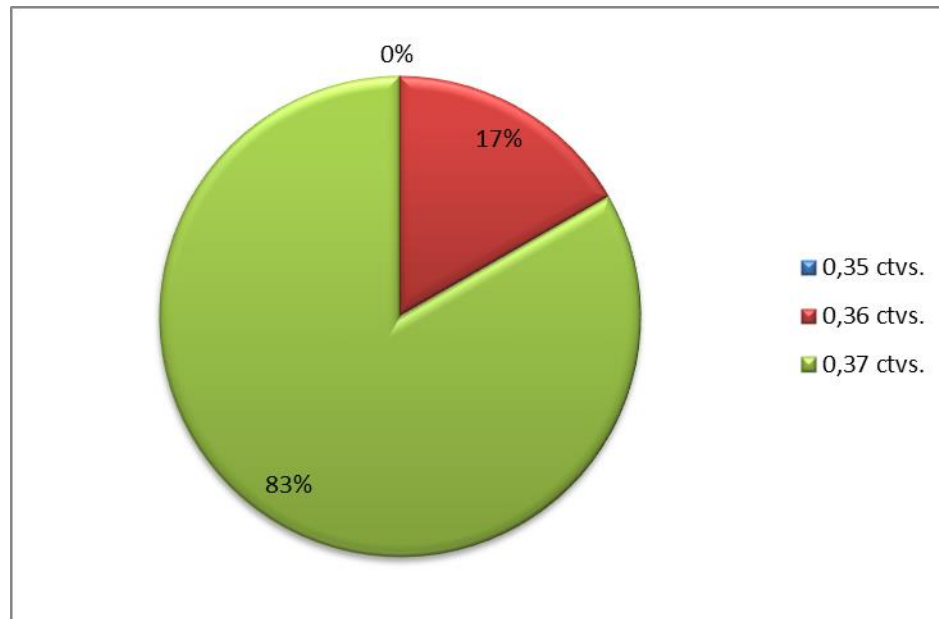
13. ¿A qué precio usted estaría dispuesto vender cada litro de leche para el centro de acopio?

TABLA N° 18
PRECIO AL QUE ESTÁN DISPUESTOS A VENDER

DETALLE	FRECUENCIA	
	FRECENCIA	%
0,35 ctvs.	0	0%
0,36 ctvs.	20	17%
0,37 ctvs.	100	83%
TOTAL	120	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 13
PRECIO AL QUE ESTÁN DISPUESTOS A VENDER



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

El 83% de los ganaderos según la encuesta se puede decir que desean el precio de la leche de 0,37 centavos por litro de leche que proporcionar al centro de acopio que se va ejecutar en el barrio san ramos para lo cual les ayudara mucho al ingreso económico un 20% a 0,36 centavos que desean a menor precio y un 0% a 0,35 centavos es decir que ellos si desean el incremento del precio para tener un ingreso positivo para cada una de las familias.

Interpretación

En precio de leche que les ofrece los recolectores es muy bajo que no les alcanza en ocasiones para el mantenimiento del propio animal, ya que el valor que ellos les dan es de 0,35 centavos ya que les bajan por la norma de higiene, porque ellos aún no poseen el tanque de acero inoxidable y al momento de que le descubran ese producto es decomisado por lo tanto los ganaderos deben vender su producto porque es un sustento económico que ellos poseen.

Conclusiones de la encuesta dirigida a los ganaderos del barrio San Ramón

- La aceptabilidad de la creación de un centro de acopio en el barrio San Ramón fue favorable por parte de los ganaderos encuestados puesto que la mayoría de respuestas fueron positivas respecto a este proyecto.
- Se constató que existe una gran producción lechera debido a que en las preguntas sobre el número de ganado lechero al igual que la cantidad de litros de leche extraídas diariamente son relevantes para el abastecimiento para el centro de acopio.
- Entre las preguntas realizadas a los ganaderos se evidenció la inconformidad que tienen con las personas que recolectan la leche, por cuestiones que no se sienten conformes con el precio de litro de leche que les pagan.
- Los ganaderos del sector no se encuentran asociados con las normas de almacenamiento impuestas por el ministerio de agricultura ganadería y pesca puesto que la leche la mantienen en baldes de plástico hasta el momento de su venta.
- La producción lechera se ve afectada en cierta manera por las enfermedades que contrae el ganado vacuno por el cambio de clima siendo así la tos la que mayor afecta a las vacas lo que produce que su producción disminuya.
- La leche extraída del ganado está destinada en su totalidad a la venta lo que constituye un aspecto favorable para el proyecto, puesto que los ganaderos están dispuestos a vender su producción lechera al centro de acopio siempre y cuando sea un precio que beneficie a ambas partes.

ENCUESTA A LAS EMPRESAS PASTERIZADORAS Y QUESERAS

1. ¿Usted le gustaría adquirir el producto de un centro de acopio?

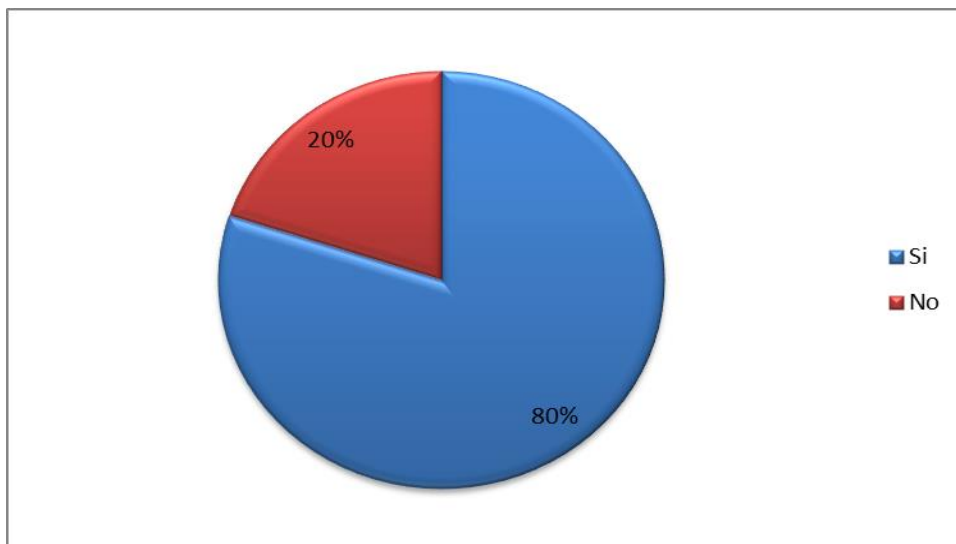
TABLA N° 19
ACEPTABILIDAD POR LAS EMPRESAS PASTERIZADORAS Y QUESERAS

DETALLE	FRECUENCIA	
	FRECENCIA	%
Si	20	80%
No	5	20%
TOTAL	25	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 14
ACEPTABILIDAD POR LAS EMPRESAS PASTERIZADORAS Y QUESERAS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

El 80% de las empresas pasteurizadoras y queseras de la parroquia San Francisco de Mulaló desean adquirir el producto que ofrece el centro de acopio COMULAC S.A y el 20% no desea obtener la leche que se les está ofertando convirtiendo el mismo en una demanda insatisfecha que con el pasar de los años podrán ser un cliente potencial

Interpretación

Las 25 empresas procesadoras de lácteos que son aledañas a la parroquia san francisco de Mulaló, de las cuales el setenta por ciento están dispuestas a comprar la leche que está ofertando el centro de acopio y el 20 por ciento no lo requieren porque dicen que están bien con los proveedores que ellos tienen pero es importante seguir estudiándoles porque son los posibles clientes que tendrá el negocio en los próximos años permitiendo así incrementar la comercialización a otras queseras del sector.

2. ¿Cuántos litros usted estaría dispuesto adquirir del centro de acopio?

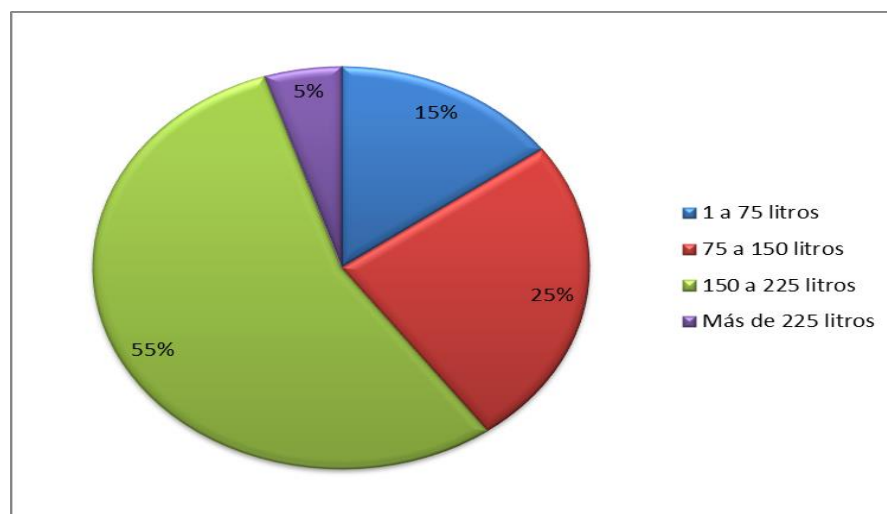
TABLA N° 20
LITROS A COMPRAR POR LAS EMPRESAS PASTEURIZADORAS Y
QUESERAS

DETALLE	FRECENCIA	FRECENCIA %
1 a 75 litros	3	15%
75 a 150 litros	5	25%
150 a 225 litros	11	55%
Más de 225 litros	1	5%
TOTAL	20	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 15
LITROS A COMPRAR POR LAS EMPRESAS PASTEURIZADORAS Y
QUESERAS



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Análisis

Las empresas que están dispuestas a comprar el producto en una cantidad de 150 a 225 litros es el 55% que desearían que el centro de acopio le abastezca con esa cantidad, un 25% desean que le proporcionen de 75 a 150 litros y un 15% de 1 a 75 litros cada una de ellas tendrán la leche ya que el negocio si puede abastecer esa cantidad dada que son aledañas al barrio San Ramón

Interpretación

Todas y cada una de las empresas pasteurizadoras y queseras son las que les compraran al centro de acopio lo que es si producto tendiendo una demanda de 150 a 250 litros la más alta y entre la más baja esta de 75 a 150 litros esto permitirá que el negocio siga avanzando cada uno de los pedidos serán cumplido de una forma eficiente y eficaz para que no exista perdida del producto ya que es un alimento que se puede dañar fácilmente por su estado de acides y grasa que contiene la leche

Conclusiones

- La encuesta realizada a las empresas pasteurizadoras y queseras permitió conocer el porcentaje de aceptabilidad de compra del producto que ofrecerá el centro de acopio siendo así que refleja por este lado la factibilidad del proyecto.
- Las empresas que están de acuerdo a vincularse con el centro de acopio están dispuestas a adquirir ciertas cantidades de litros de leche lo que indica que el negocio tendrá clientes a quienes vender el liquido recolectado.

2.6 Análisis de la Demanda

2.6.1 Demanda Histórica

La demanda histórica se obtuvo mediante la información recopilada en la Junta parroquial de Mulaló, los mismo que a través de encuestas tienen la información referente a la cantidad de litros de leche al día que utilizan las empresas pasteurizadoras y queseras que se ubican en la misma parroquia, siendo así que se tiene datos históricos de la demanda de la leche desde el año 2011 con 38.050 litros al día y para el 2014 se muestra una cantidad de 40.355 litros de leche diarios. Es así que en la siguiente tabla se muestra la demanda histórica diaria.

TABLA N° 21
DEMANDA HISTÓRICA DIARIA

AÑO	LITROS DE LECHE
2011	38.050
2012	38.689
2013	39.481
2014	40.355

Fuente: Junta parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

Para conocer la demanda histórica anual se multiplico los litros de leche diarios por los 365 días del año, dando como resultado las cantidades que se muestran en la siguiente tabla:

TABLA N° 22
DEMANDA HISTÓRICA ANUAL

AÑO	LITROS DE LECHE
2011	13.888.250
2012	14.121.485
2013	14.410.565
2014	14.729.575

Fuente: Junta parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

2.6.3 Demanda Proyectada

En el estudio del proyecto se establece la demanda para el futuro de tal manera que por medio de las mismas se puede notar el incremento, estabilidad o reducción de la demanda que puede haber en el transcurso de los posteriores años, es así que se puede observarse en la siguiente tabla la proyección de la demanda de leche, permitiendo con ello realizar un correcto análisis de las proyecciones y al mismo tiempo obtener un resultado lo más real posibles, logrando así tomar decisiones óptimas. Para dicha proyección se utilizó el método cuantitativo en base al pronóstico de tendencia polinómica.

TABLA N° 23
DEMANDA PROYECTADA DIARIA

AÑO	LITROS DE LECHE
2015	41.365
2016	42.488
2017	43.728
2018	45.087
2019	46.562

Fuente: Junta parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

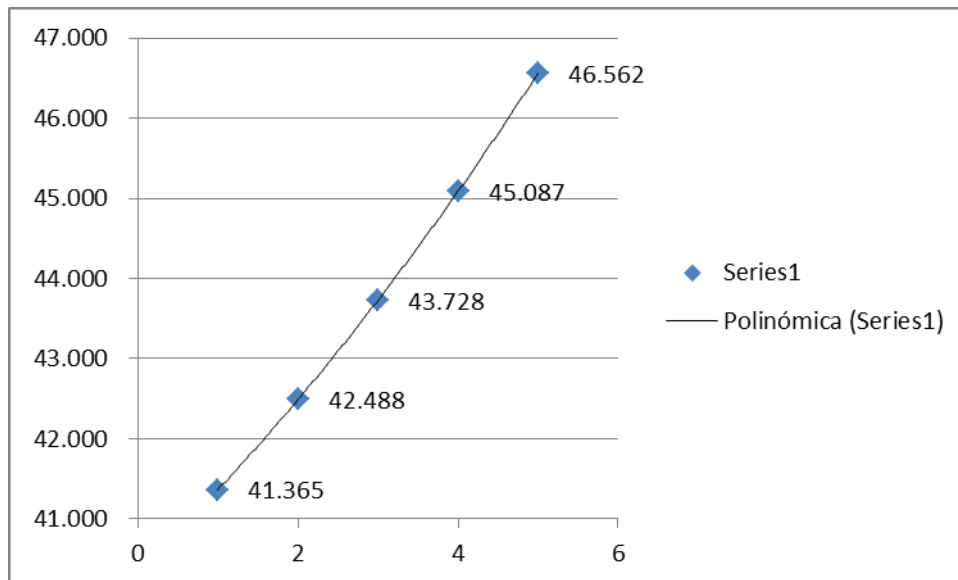
A continuación se muestra la proyección de la demanda de leche anual.

TABLA N° 24
DEMANDA PROYECTADA ANAUL

AÑO	LITROS DE LECHE
2015	15.098.043
2016	15.508.011
2017	15.960.866
2018	16.456.609
2019	16.995.240

Fuente: Junta parroquial de Mulaló
Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 16
DEMANDA PROYECTADA



Fuente: Junta parroquial de Mulaló
Elaborado por: Las Tesistas

Por medio del gráfico de dispersión se puede observar la proyección de la demanda, en donde claramente se observa que cada año se va incrementado los litros de leche

que requieren. Esto se lo realizara para los 5 años proyectados, siendo así el primer año es de 41.365 litros y el último de 46.562 litros de leche, lo cual indica un mercado potencial para la distribución de la leche.

2.7 Análisis de la Oferta

2.7.1 Oferta Histórica

La oferta historia fue emitida por la junta parroquial de Mulalo dicha información se a levantada por medio de encuestas realizadas año tras año en la cual se puede observar la oferta histórica diaria de la producción lechera del sector siendo así que en el año 2011 la producción de leche es de 20.740, siendo así que en la siguiente tabla se presenta la tabla histórica de los 4 años.

TABLA N° 25
OFERTA HISTÓRICA DARIA

AÑOS	LITROS DE LECHE
2011	20.740
2012	20.968
2013	21.221
2014	21.504

Fuente: Junta parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

Para conocer la oferta histórica anual se multiplico los litros de leche diarios por los 365 días del año, dando como resultado las cantidades que se muestran en la siguiente tabla.

TABLA N° 26
OFERTA HISTÓRICA ANUAL

AÑOS	LITROS DE LECHE
2011	7.570.100
2012	7.653.320
2013	7.745.665
2014	7.848.960

Fuente: Junta parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

2.7.2 Oferta Proyectada

La oferta proyectada permitirá tener una información más relevante y exacta de los litros de leche diarios que se podrá producir al momento que se ponga en funcionamiento el centro de acopio, siendo así que se utilizó el método de proyección polinómica, lo que permitirá conocer la materia prima que el negocio podrá ofrecer en los próximos 5 años, teniendo así para el primer año la cantidad de 7.961.928 y para el último es de 8.514.173. Para dicha proyección se utilizó el método cuantitativo en base al pronóstico de tendencia polinómica. En las siguientes tablas se podrá observar la oferta proyectada diaria como anual desde el año 2015 hasta el año 2019.

TABLA N° 27
OFERTA PROYECTADA DIARIA

AÑO	LITROS DE LECHE
2015	21.814
2016	22.151
2017	22.515
2018	22.907
2019	23.327

Fuente: Junta parroquial de Mulaló

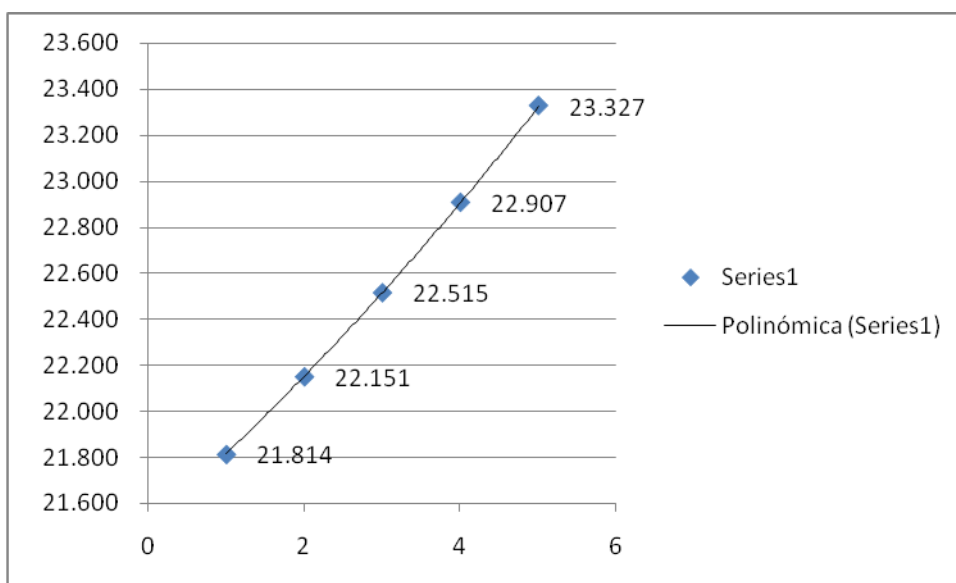
Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 28
OFERTA PROYECTADA ANUAL

AÑO	LITROS DE LECHE
2015	7.961.928
2016	8.084.933
2017	8.217.975
2018	8.361.055
2019	8.514.173

Fuente: Junta parroquial de Mulaló
Elaborado por: Las Tesistas

GRÁFICO N° 17
OFERTA PROYECTADA



Fuente: Junta parroquial de Mulaló
Elaborado por: Las Tesistas

Por medio de este gráfico se puede observar la proyección de 5 años, puesto que se aplicó el gráfico de dispersión y es un ajuste polinómica que está acorde a la línea recta la cual abarca todos los puntos siendo así que el primer año tiene la cantidad de

unos 7.961.928 y para el ultimo de 8.514.173 lo cual es positivo porque es lo que el centro de acopio podrá demandar en el tiempo establecido del cual se ha proyectado.

2.8 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtuvo mediante la diferencia entre la demanda proyectada de los litro de leche que se producen al año y la oferta que se proyecta un centro de acopio para la venta de este producto alimenticio. Entonces se entiende que la demanda insatisfecha que existe por parte de las empresas lácteas se puede cubrir en un porcentaje al momento de ofertar la leche ya que por ser una empresa que recién empieza no puede satisfacer en su totalidad el mercado insatisfecho.

TABLA N° 29
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA DE LITROS DE LECHE
2015	15.098.043	7.961.928	7.136.115
2016	15.508.011	8.084.933	7.423.078
2017	15.960.866	8.217.975	7.742.891
2018	16.456.609	8.361.055	8.095.554
2019	16.995.240	8.514.173	8.481.067

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesis

2.9 Mercado Objetivo

La identificación del mercado objetivo que tendrá el centro de acopio de leche se basa en la cantidad de leche que les proveerán los ganaderos del barrio San Ramón, es así que se efectuó una regla de tres para conocer el porcentaje de mercado al cual podrá abastecer el centro de acopio, dando como resultado un 23% aproximadamente, es decir se tomara de la demanda insatisfecha un 23% de cada año proyectado lo cual será el mercado meta al que este orientado el centro de acopio.

Calculo del porcentaje que se tomara como mercado objetivo:

Para dicho cálculo se tomó en cuenta los datos obtenidos en la pregunta N°2 de la encuesta realizada a los ganaderos del barrio San Ramón. Es así que se calculó en la siguiente tabla la cantidad de litros de leche al año con los que aproximadamente contara el Centro de Acopio de leche.

TABLA N° 30
PRODUCCIÓN LECHERA

RANGO		PROMEDIO LITROS	FRECUENCIA	SUBTOTAL LITROS
1	15	8	13	104
16	30	23	18	414
31	45	38	27	1.026
	46	46	62	2.852
			Total litros al día	4.396
			Total litros al año (365 días)	1.604.540

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesistas

Posterior a esto se efectuó una regla de tres entre los litros de leche que se obtuvo en la demanda insatisfecha en el 2015 y la cantidad de litros de leche al año con los que cuenta el Centro de Acopio

$$\begin{array}{r}
 7.136.115 \quad 100\% \\
 \times \\
 1.604.540 \quad ? = 22,5 \quad \longrightarrow \quad 23\%
 \end{array}$$

En la siguiente tabla se muestra el mercado objetivo que tendrá cada año el Centro de Acopio de leche en base al 23%

TABLA N° 31
MERCADO OBJETIVO

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA DE LITROS DE LECHE	MERCADO OBJETIVO DE LITROS DE LECHE
2015	7.136.115	1.641.306
2016	7.423.078	1.707.308
2017	7.742.891	1.780.865
2018	8.095.554	1.861.977
2019	8.481.067	1.950.645

Fuente: Junta parroquial de Mulaló

Elaborado por: Las Tesistas

2.9 Análisis de Precios

Los precios que se encontró mediante una indagación en fuentes de información secundaria son de gran importancia para el análisis, puesto que estos son los que están establecidos en el acuerdo ministerial N° 364 dado por el ministerio de agricultura ganadería y pesca en el cual se indica el precio del litro por ley que se debe pagar a las fincas o centros de acopio de leche.

2.9.1 Precios Históricos

El precio del litro de leche ha tenido sus variaciones crecientes desde el año 2010 hasta el año 2014 como se establece en la Tabla siguiente, este incremento del precio del litro en cierta manera se relaciona a un pago legal a las fincas o centros de acopio por su labor de crianza y extracción de leche, al igual por el nivel de calidad que ofrecen, por los costos de almacenaje y por todos los que son de ahí dependerá el valor del precio.

TABLA N° 32
PRECIOS HISTÓRICOS

AÑO	PRECIO DEL LITRO DE LECHE
2010	0,39
2011	0,39
2012	0,39
2013	0,42
2014	0,49

Fuente: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/16/nota/1453651/subeprecio-leche-productores-consumidores-no-mas-080-litro>

Elaborado por: Las Tesistas

2.9.2 Precios Proyectados

Para tener un conocimiento claro del precio que tendrá el litro de leche en los próximos 5 años se proyectaron de acuerdo a la inflación que se tiene en el año 2015 que es de 4.25%, lo cual nos permitió conocer el incremento que sufrirá el precio al transcurrir los años y así identificar si es o no beneficioso para el proyecto.

TABLA N° 33
PRECIOS PROYECTADOS

AÑO	INFLACION	PRECIO
1		0,50
2	4,25%	0,52
3	4,25%	0,54
4	4,25%	0,57
5	4,05%	0,59

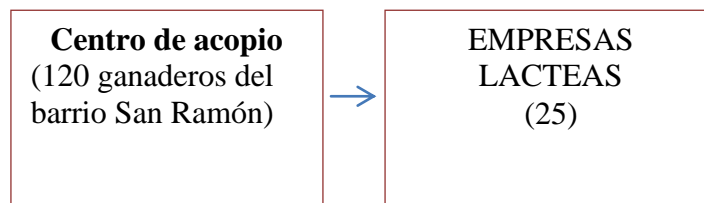
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

2.10 Canales de Distribución

La comercialización del producto se realizara mediante un canal de distribución de segundo nivel como se observa en el siguiente gráfico:

GRÀFICO N° 18
CANALDE DISTRIBUCIÓN DE LECHE



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Por ser un centro de acopio que estará conformado por la asociación de ganaderos que son `productores de la leche el canal de distribución será directo es decir centro de acopio a la empresas lácteas sin existir ningún intermediario, lo que ayudara posteriormente a disminuir los costos respectivos.

2.11 Estrategias de Comercialización

Las estrategias de comercialización básicamente se enfocaran en los clientes como en el centro de acopio, puesto que así se podrán diseñar estrategias que permita al negocio ser reconocido, ya sea localmente como nacionalmente, lo que se pretenderá conseguir es que el negocio vaya tomando un reconocimiento positivo, para lo cual se utilizaran las redes sociales entre otros medios de comunicación que se encuentran en auge.

2.11.1 Estrategia de responsabilidad social

La responsabilidad social es una de las maneras más prácticas de darse a conocer en la sociedad, es importante para el centro de acopio ya que por medio de esta estrategia se podría ayudar al adelanto socio-económico del sector participando en actividades que realicen el barrio y por ende ayudando a la mejora del medio ambiente, la acción de la responsabilidad social es un buen instrumento de llegar al mercado donde uno desearía llegar como empresa ya que estas labores son premiadas por medio de reconocimientos distintivas y certificaciones esto lograría que el negocio vaya prosperando paulatinamente.

CUADRO N° 2
ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

<p>Descripción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por medio de la responsabilidad social se brindara capacitaciones gratuitas a los ganaderos del barrio San Ramón con el fin que se mejore la producción lechera
<p>Objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar relaciones positivas entre la empresa y el barrio, por medio de capacitaciones, charlas dinámicas para con ello establecer lasos de amistad empresarial y a la vez su reconocimiento como empresa
<p>Meta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar en un 50% en las diferentes actividades que realice el barrio.
<p>Política</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa únicamente participara en actividades que ayuden al progreso positivo del barrio. • Todos los trabajadores del centro de acopio estarán obligados a formar parte de la responsabilidad social con el barrio
<p>Acción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar con el Ministerio de acuacultura agricultura ganadería y peca para realizar capaciones semestralmente • Gestionar con el presidente del barrio para que facilite la casa barrial en la cual se dará la capacitación • Adquirir carpetas, hojas y esferos • Contratar refrigerios
<p>Presupuesto</p> <ul style="list-style-type: none"> • 202,25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 34**PRESUPUESTO PARA LA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Gestión con el magap	10,00	10,00
1	Gestión con el `presidente	2,00	2,00
2	Resmas de papel cuadriculado	4,50	9,00
125	Esferos	0,25	31,25
125	Carpetas	0,20	25,00
125	Refrigerios	1,00	125,00
TOTAL			202,25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

2.11.2 Estrategia de identidad corporativa

La identidad corporativa del centro de acopio, deberá ser única e inigualable ya que será la presentación física visual que observaran los clientes internos como externos siendo los mismo el factor importante del negocio en el cual deberá ir colores y un diseño que vayan con los valores para que permanezca en la mente del receptor todos los elementos mencionados anteriormente debe estar convidados para que se obtenga un resultado positivo.

CUADRO N° 3
ESTRATEGIA DE IDENTIDAD CORPORATIVA

<p>Descripción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por medio del logotipo se dará a conocer a la empresa de una manera gráfica
<p>Objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llegar a la mente de los clientes internos como externos por medio de una representación gráfica para ser distinguido entre la competencia
<p>Meta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Captar un 90% de interés visual para poner en contacto empresa - cliente
<p>Políticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El gráfico que se diseñe debe reflejar la esencia e identidad de la empresa • El logotipo deberá ser autentico y utilizado únicamente por el centro de acopio • La imagen no debe tener contenidos censurados
<p>Acciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar un prototipo del logotipo • Contratar un diseñador gráfico • Patentar el logotipo
<p>Presupuesto</p> <ul style="list-style-type: none"> • 720,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 35

PRESUPUESTO PARA LA ESTRATEGIA DE IDENTIDAD CORPORATIVA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Prototipo del logotipo	20,00	20,00
1	Contratación de un diseñador gráfico	100,00	100,00
1	Patentar	200,00	200,00
TOTAL			220,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

2.11.3 Estrategia de Red Social y Página Web

Las redes y páginas sociales son una herramienta muy importante para darse a conocer en el mundo empresarial ya que son paginas en donde las personas están constantemente, siendo así que para el centro de acopio es una manera fácil y sencilla de darse a conocer como lo es la creación de un página web en donde estará descrito todo acerca del producto y la empresa, como también el Facebook que es una red que se puede darse conocer mucho más rápido y en la cual se ara de una forma dinámica y llamativa con el fin de promocionar el negocio.

CUADRO N° 4
ESTRATEGIA DE RED SOCIAL Y PÁGINA WEB

<p>Descripción</p> <ul style="list-style-type: none">• El marketing online se considera un herramienta importante para promocionar el producto es así que se creara una página web de la empresa al igual que se estará en Facebook y Google.
<p>Objetivo</p> <ul style="list-style-type: none">• Realizar un marketing online por medio de las redes sociales disponibles en la web para dar a conocer el producto
<p>Meta</p> <ul style="list-style-type: none">• Darse a conocer en el mercado en un 85%
<p>Políticas</p> <ul style="list-style-type: none">• La red social y la página web serán utilizadas únicamente para la promoción y publicidad del producto• Las páginas deberán ser dinámicas e interactivas• El administrador del centro de acopio será quien maneje la red social y página web
<p>Acciones</p> <ul style="list-style-type: none">• Contratar un Ingeniero en Sistemas para la creación de la página web en Google• Crear un fan page en Facebook• Contratación de internet móvil para enviar correos electrónicos y propagar las redes sociales.

<ul style="list-style-type: none"> • Contratar un fotógrafo que proporcione imágenes del centro de acopio y del producto para subirlas a la red social y página web
<p>Presupuesto</p> <ul style="list-style-type: none"> • 446,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 36

PRESUPUESTO PARA LA ESTRATEGIA DE RED SOCIAL Y PÁGINA

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Contratación de un Ing. Sistemas	200,00	200,00
1	Plan anual de internet móvil	216,00	216,00
1	Contratación de un Fotógrafo	30,00	30,00
TOTAL			446,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

2.11.4 Estrategia del mejoramiento de la calidad de la leche

La calidad de la leche para el centro de acopio es de mucha importancia ya que de ello dependerá el crecimiento del negocio porque es el producto que se va a ofrecer a las empresas lácteas y la estrategia de mejoramiento ayudara que el producto sea bueno y competitivo esto se lograría por medio del control constante del líquido que se almacenaría tanto a la que ingreso como a lo que sale, para obtener una mayor satisfacción también se les capacitara a los ganaderos del sector para que sepan cómo es el manejo adecuado de la leche.

CUADRO N° 5
ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA LECHE

<p>Estrategia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al realizar un control riguroso de la leche permitirá que el producto que se vaya a ofrecer sea de calidad y el mismo que sea competitivo en el mercado
<p>Objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar un producto en óptimas condiciones mediante controles de calidad para cumplir a cabalidad con las expectativas y necesidades del cliente
<p>Meta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofertar un producto 100% de calidad
<p>Políticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El almacenamiento de la leche se lo realizara únicamente en recipientes de acero inoxidable • Para la compra de la leche la misma debe pasar la prueba de acidez, grasa y agua • Únicamente el personal autorizado realizara el control de calidad de la leche • Los trabajares deberán estar uniformados adecuadamente
<p>Acciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir un Ecomilk para el control de calidad de la leche • Adquirir overoles, guantes, gorro, botas de caucho y mascarillas • Capacitar a todo el personal del centro de acopio `por parte del MAGAP
<p>Presupuesto</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2667,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 37
PRESUPUESTO PARA LA ESTRATEGIA MEJORAMIENTO DE LA
CALIDAD DE LA LECHE

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor total
1	Adquisición del Ecomilk	2.500,00	2.500,00
2	Overoles	50,00	100,00
2	Guantes	5,00	10,00
2	Mascarillas	1,00	2,00
2	Botas de caucho	20,00	40,00
2	Gorro	2,50	5,00
1	Gestión con el MAGAP para la capacitación	10,00	10,00
TOTAL			2667,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

2.12 Conclusiones de la Investigación de Mercado

- Al aplicar la encuesta a todos los ganaderos del barrio San Ramón se evidencio la realidad de la producción lechera, siendo así que se pudo obtener datos reales del precio de venta y de los litros diarios que obtiene de su ganado.
- Al investigar se obtuvo la demanda historia y actual, el mismo dato que permitieron proyectar la demanda a 5 años para conocer el mercado que posiblemente podrá abarcar el centro de acopio de leche.
- Se analiza la oferta para conocer tanto la oferta histórica, actual y proyectada con el fin de saber con cuantos litros al año contara el centro de acopio durante los próximos 5 años.
- Mediante la aplicación del instrumento se pudo evidenciar un precio promedio al cual los ganaderos venden su producto, lo cual sirvió como base para establecer un precio competitivo que a la final beneficie a los socios del centro de acopio.
- La distribución del producto del centro de acopio será de forma directa, debido a que la leche es un producto alimenticio que se puede perecer en un corto tiempo.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO/FINACIERO

3.1 Estudio Técnico

El estudio técnico consiste en responder a las preguntas referentes a donde, cuando, cuanto, cómo y con qué voy a poner en marcha el proyecto, es decir todo lo que se necesita para poner en funcionamiento el centro de acopio como son los recursos materiales y a la vez humanos determinando así localización, el tamaño que debe tener para poner en marcha su actividad económica.

3.1.1 Tamaño del Proyecto

Es muy importante saber definir muy bien sobre el tamaño del proyecto en este caso del centro de acopio de leche para los productores de leche del barrio San Ramón, o cual lo más primordial y lo que incide para determinar la dimensión del plan es sobre el nivel de los costos positivos, negativos y la inversión que se calcule, siempre calculado con el 10% de imprevistos para ser más real y con la rentabilidad que podría generar la implementación del mismo.

3.1.1.1 Disponibilidad de Recursos Financieros

Para poder implementar el centro de acopio en la comunidad se establecerá por medio de un financiamiento que permitirá el funcionamiento del mismo a través de las

distintas instituciones financieras una de ellas sería el banco del fomento que da préstamos al sector productivos es uno de los entes del gobierno que apoya a la creación de nuevas microempresas lo que permitirá obtener un 80% un total para la conformación del plan y el 20% capital propio o a su vez financiado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Cada uno de estos factores permitirá obtener la inversión inicial que se necesita para poder en marcha el centro de acopio los comuneros la misma que deberá cumplir a cabalidad con las políticas que tienen cada una de las instituciones financieras tengan y en la cual se vaya a realizar el préstamo

3.1.1.2 Disponibilidad de Mano de Obra

La mano de obra se conformara en el centro de acopio de leche será un personal capacitado, con muchas ganas de trabajar de salir en adelante y que conozca todo acerca de la leche dando la prioridad a los morados del sector lo cual permita alcanzar los objetivos y las metas propuestos por el proyecto para poder llegar a obtener un posicionamiento alto en el mercado de las empresas lácteas, contar de igual manera con un personal idóneo para cada uno de los puesto que el plan requiera que sea eficiente y eficaz para poder obtener la productividad que se plantea y el mismo pueda dar la facilidad de capacitar a los futuros clientes sobre el manejo del producto, que sepa optimizar los recursos materiales como económicos que permita el ahorro y así obtener una mejor rentabilidad

3.1.2 Localización del Proyecto

La localización de la infraestructura del centro de acopio se realizó en base a los factores geográficos, institucionales y sociales, los mismos que permitieron la selección entre dos alternativas dando como resultado una óptima ubicación del proyecto.

3.1.2.1 Ponderación

La siguiente matriz especificara el lugar idóneo para la ubicación del proyecto en la cual se tendrá varias opciones, en la cual se tendrá dos alternativas en las que se permitirá reflejar las ventajas y desventajas del lugar físico donde será situado el centro de acopio.

TABLA N° 38
LOCALIZACIÓN POR EL MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

		SAN RAMÓN		MULALÓ	
Factor relevante	Peso asignado	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Vías de acceso	0,17	4	0,68	4	0,68
Proveedores	0,24	5	1,20	4	0,96
Clientes	0,20	4	0,80	4	0,80
Servicios básico	0,19	4	0,76	4	0,76
Mano de obra	0,10	3	0,30	3	0,30
Espacio físico	0,10	3	0,30	3	0,30
TOTAL	1,00		4,04		3,80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

Para indicar la importancia relativa de los factores se ha establecido una escala del 1 al 5, en donde 1 es insuficiente, 2 malo, 3 bueno 4 muy, bueno y 5 excelente para calificar a cada una de las opciones dadas para la localización del centro de acopio.

3.1.2.2 Macro Localización

La macro localización consiste en ubicar de manera general el lugar en donde se llevara a cabo el proyecto, es así que el centro de acopio de leche se ubicara en el cantón Latacunga, puesto que a este cantón se le considerada como un sector ganadero que promueve la economía en cuanto se refiere a la producción lechera y sobre todo se ubica a nivel macro puesto que en este cantón se encuentran las personas a las cuales le beneficiara el proyecto.

El cantón Latacunga tiene como límites:

- Al norte la provincia de Pichincha;
- Al sur el cantón Salcedo;
- Al este, la Provincia de Napo; y,
- Al oeste, los cantones Sigchos, Pujilí y Saquisilí.

GRÁFICO N° 19
MAPA DEL CANTÓN LATACUNGA



Fuente: www.viajandox.com

3.1.2.3 Micro Localización

El presente proyecto estará ubicado en el centro del barrio San Ramón, junto a la unidad educativa del buen vivir “Silintusi”.

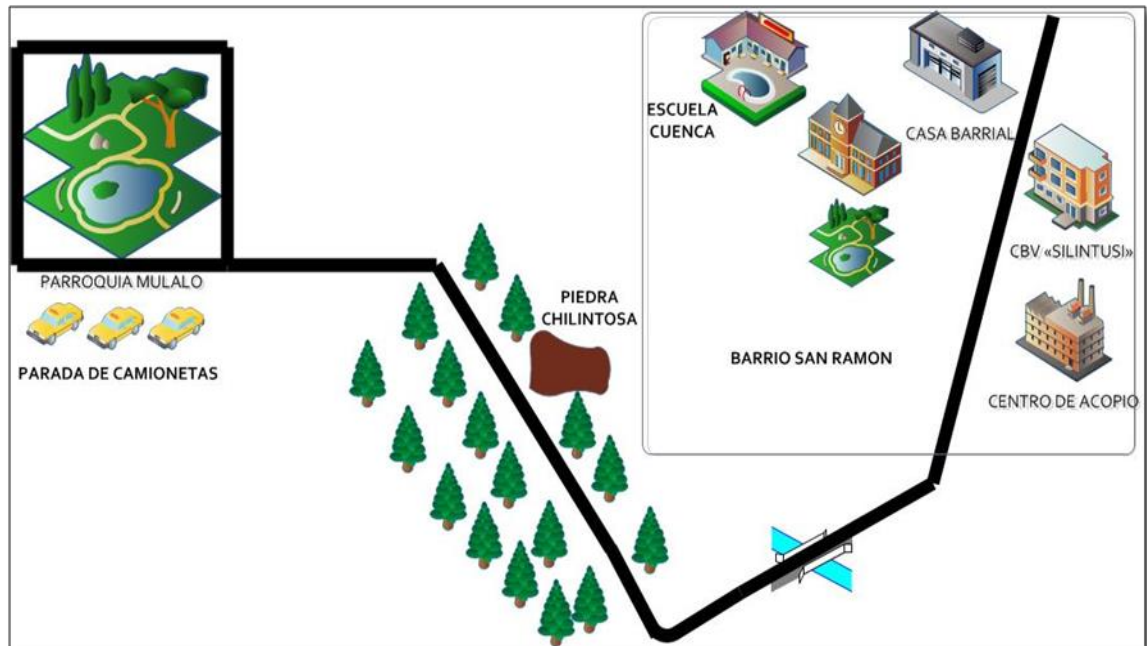
Al norte limita con la parroquia San Francisco de Mulaló

Al sur limita con la Comuna San Agustín

Al este está limitado con el barrio Ticatilin

Al oeste con el barrio Mancheno

GRÁFICO N° 20
MICRO LOCALIZACIÓN DEL CENTRO DE ACOPIO “COMULAC”
(BARRIO SAN RAMÓN)



Fuente: Investigación de campo y observación

Elaborado por: Las Tesisistas

La micro localización según la ponderación se lo realizara en el centro de la comunidad de San Ramón en la cual costa con todos los servicios básicos lo que le permitirá el funcionamiento adecuado del mismo, tiene una carretera asfaltada que permitirá el transporte de la leche en menor tiempo está cerca para los ganaderos del sector que vendrán a dejar la leche en el centro de acopio, para lo cual tiene un espacio amplio para que puedan almacenar y distribuir la leche adecuadamente.

3.1.3 Ingeniería del Proyecto

3.1.3.1 Descripción técnica del proceso o proceso productivo

El proceso que llevara a cabo el centro de acopio se divide en cinco fases básicas en las cuales se especifica lo que cada una de estas cumple.

3.1.3.1.1 Recepción.

Los camiones recolectores de leche provisionados con tanques plásticos son los que transportaran el líquido que proveerán los ganaderos del barrio San Ramón al centro de acopio, para posterior mente recibir la materia prima y efectuar las pruebas de calidad en cuanto a la refretrometría, grasa, acidez y densidad, para lo cual se tomara una muestra para su análisis.

3.1.3.1.2 Filtrado y eliminación de impurezas.

Luego de la prueba de calidad de la leche, los tanques aprobados pasan al sistema de succión de leche para ser conducida por mangueras especiales hasta un tanque de acero inoxidable, el mismo que contiene un filtro con el fin de eliminar cualquier impureza que se encuentre en la leche.

3.1.3.1.3 Enfriamiento.

En esta etapa se realiza algo similar a la anterior, de los tanques de filtrado y eliminación de impurezas se traslada mediante la activación de una segunda bomba de succión, pasando la leche a una cámara de enfriamiento con el fin de que el líquido se mantenga en una temperatura idónea de 4° que permita su conservación.

3.1.3.1.4 Almacenamiento.

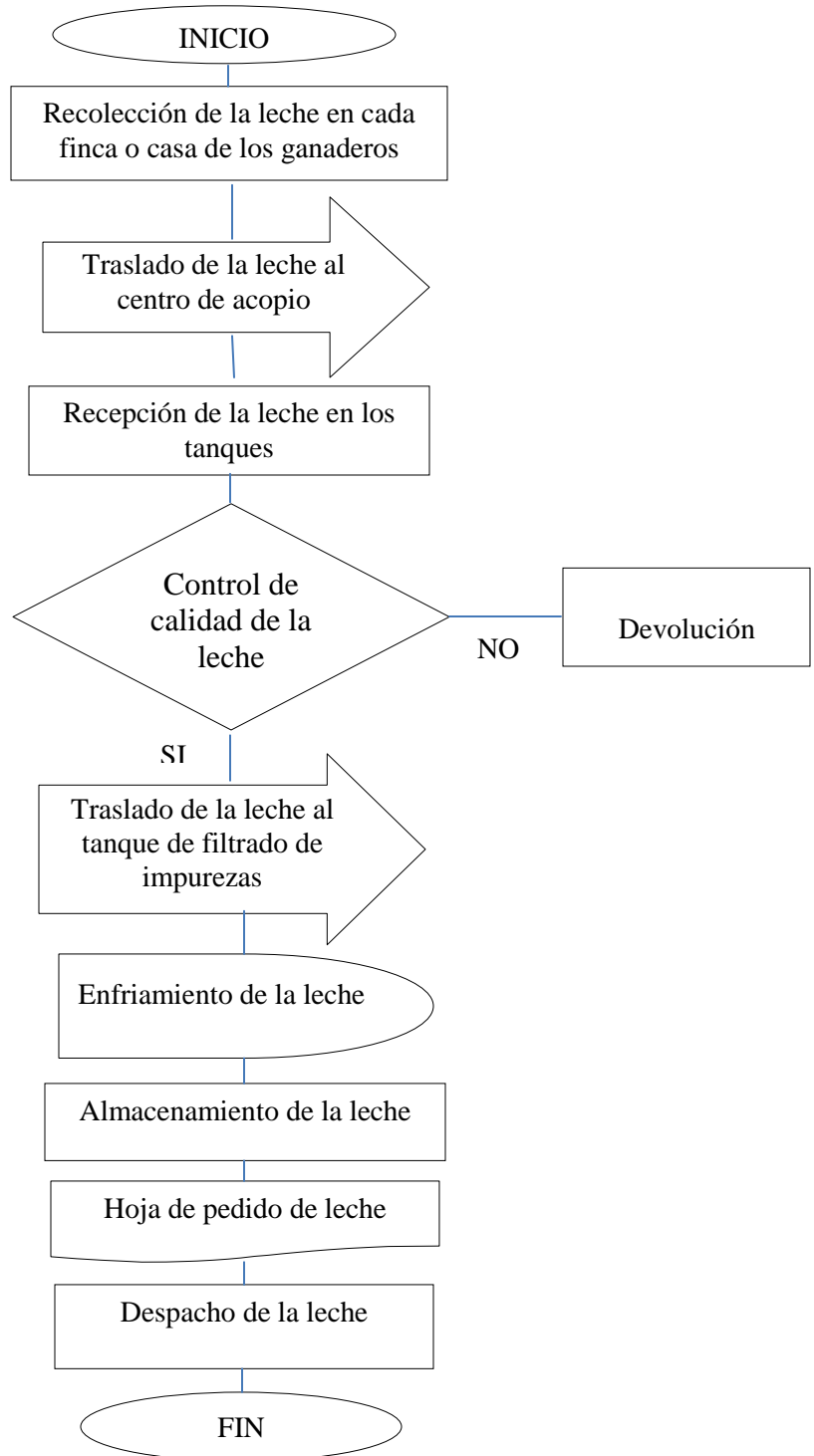
Al salir la leche de la cámara de enfriamiento se traslada a tanques de almacenamiento frío, los mismos que cuentan con un sistema de conteo de cada litro de leche que ingresa a cada uno de estos tanques para conocer la cantidad que existe y evitar el derrame de la leche puesto que tienen límite de almacenamiento.

3.1.3.1.5 Despacho.

La salida de la leche a las empresas pasteurizadoras o procesadoras de la misma será después de la aprobación de la orden de venta para el posterior llenado de los carros tanques de acuerdo al pedido y capacidad del tanque.

3.1.3.1.6 Diagramas de procesos.

FIGURA N° 1
FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL CENTRO DE
ACOPIO “COMULAC”



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesisistas

3.1.3.2 Requerimientos de Proyecto

3.1.3.2.1 Terrenos y edificios.

Es el lugar y el sitio en donde se va a construir posteriormente el centro de acopio que es en la comunidad de San Ramón la edificación que se tendrá que realizar es con la conformidad de los requerimientos que se necesitaran como es para la bodega, la oficina, el área de recepción de la leche, área de guardar las muestras un baño para ello se tienen un terreno de 400 metros para cual se dará la distribución de la planta, para la captación de la leche es muy importante el lugar por eso este estará ubicado en el centro del barrio ya que se tiene la propiedad en ese sector y será más fácil para la recolección de la leche.

TABLA N° 39
TERRENO Y EDIFICIO

DEACRIPCIÓN	ÁREA (m2)	VALOR TOTAL
TERRENO	400	5.000,00
Número	Metros cuadrados requeríos área	M2
1	Bodega	90
2	Oficinas	120
3	Área de recepción de leche	80
4	Área de guardar la muestra	60
5	Servicios higiénicos	50
	Total metros cuadrados	400
1	Edificio y Construcción	12.000,00
	Total	17.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2 Muebles y enseres.

Para el complemento de las oficinas se tendrá que hacer la adquisición de muebles y enseres que es necesario para el trabajo diario del centro de acopio esto ayudara que el mismo sea más eficiente y eficaz con todas las comodidades que debe tener cada una de las aficionas esto cada uno de los precios están realizados con las proformas que cada uno de los almacenes se realizaban las respectivas averiguaciones de los precios para cada uno de los muebles y enseres que se van a comprar lo cual se verá los mas económicos y de calidad.

TABLA N° 40
MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de escritorio	2	130,00	260,00
TOTAL			260,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.3 Maquinaria y equipo.

Para la realización del centro de acopio será muy primordial la adquisición de la maquinaria y equipo para que puedan realizar su funcionamiento para el almacenamiento de la leche se necesitara un tanque de acero inoxidable en el cual la temperatura maxi es de 4 centígrados al momento que se pasa de el limite automáticamente se apaga para volver a generar la energía que es, la refrigeradora servirá para mantener las muestras del producto que tanga alguna anomalía, el tanque pequeño de acero inoxidable servirá para almacenar los litros de leche que llegas para luego ser pasado al tanque de almacenamiento total, los tanques de plástico servirán para la acumulación de leche que es de la tarde anterior, las gavetas se utilizara para mantener la leche de las vacas paridas al igual que los otros equipos que servirán de

control para la acidez y grasa de la leche y con ello no tengan ningún problema al momento de su traslado al sector que se va a distribuir el producto.

TABLA N° 41
MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tanques grandes de acero inoxidable 3200 litros	1	13.000,00	13.000,00
Mini refrigeradora	1	400,00	400,00
Tanque pequeño de acero inoxidable de 40 litros	1	130,00	130,00
Tanques de 322 litros	2	630,00	1260,00
Tinas de 200 litros de plástico	3	20,00	60,00
Vaso de precipitación	2	3,00	6,00
Acidómetro por titulación	1	175,00	175,00
Refractor termolactio	1	320,00	320,00
Gavetas	3	4,00	12,00
Trasformador	1	1.200,00	1.200,00
Generador de energía	1	2.000,00	2.000,00
Medidor 220	1	65,00	65,00
Pipeta	1	3,00	3,00
Bomba de succión	1	600,00	600,00
Agitador de leche	1	5,00	5,00
Regla medidor de volumen	1	5,00	5,00
TOTAL			19.241,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.4 Equipo de cómputo.

Para el centro de acopio es necesario comprar un equipo de computo que sea de buena calidad y les sirva para desempeñar las labores diarias de los empleados administrativos del mismo para el cual es un aporte tecnológico para el registro de cada uno de los movimientos contables como administrativos para lo cual le ayudara a que la información se tenga en orden y sea fácil llevar para un momento que lo necesiten se pueda extraer fácilmente

TABLA N° 42
EQUIPO DE CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de escritorio	1	750,00	750,00
Tablet	1	150,00	150,00
TOTAL			900,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.5 Equipo y útiles de oficina.

Cada uno de los equipos y útiles de oficina que se utilizara en el centro de acopio servirán para el buen funcionamiento como es la cámara que servirá para tomar las fotos del proceso de la leche que se le da y el proyector servirá para demostrar graficamente sobre la información administrativa y contable los utiliza de oficina son para el trabajo diario para hacer las anotaciones de los ingresos para luego que sea archivado en forma digital.

TABLA N° 43
EQUIPO Y ÚTILES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cámara	1	160,00	160,00
Teléfono con fax	1	100,00	100,00
Total equipo			260,00
Resmas de papel	3	4.50	13.50
Lápiz	10	0,35	3,50
Bolígrafos	10	0,35	3,50
Borradores	10	.0,25	2,50
Nota de venta	3	2,00	6,00
Folder	3	2,50	7,50
Cuadernos	3	1.25	3,75
Calculadora	1	12,00	12,00
Carpetas	5	0.25	1,25
Total útiles			53,50
TOTAL			313,50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.6 Vehículos.

El vehículo servirá para recolectar la leche a los distintos ganaderos del sector esto ayudara para que los que se encuentren mas lejos del centro puedan depositar su

producto en el centro de acopio , este vehículo se lo adquirirán en un patio de las casas como lo es Toyota, Chevrolet

TABLA N° 44
VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo	1	20.000,00	20.000,00
TOTAL			20.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.7 Mano de obra directa.

El requerimiento del personal cumple con las necesidades del centro de acopio de leche siendo así que se el técnico en leche será la persona que se encargue en el control de calidad de la leche y en el contenido óptimo de los porcentajes nutricionales de la misma y en cuanto al recolector de leche como su nombre lo dice está a cargo de retirar la leche de cada lugar de compra para transportarla hasta el centro de acopio en las mejores condiciones, los dos trabajadores antes mencionados se consideran mano de obra directa debido a la vinculación permanente que tienen con el producto

TABLA N° 45
MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	N °	SUELDO MENSUAL	VALOR ANUAL
Químico Biólogo	1	400,00	4.800,00
Recolector de leche	1	354,00	4.248,00
TOTAL			9.048,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.8 Mano de obra indirecta.

El centro de acopio necesita de quien lo administre por lo que requiere de un/una Ingeniera Comercial, una contadora para que sirvan de apoyo en el las etapas establecidas en flujo grama y a su vez para la seguridad y protección de los bienes se requiere de un guardia el mismo que trabajara en las noche y que será contratado a través de las empresas que brindan dicho servicio.

TABLA N° 46
MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	N °	SUELDO MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador Financiero	1	400,00	4.800,00
TOTAL			4.800,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.9 Materia prima.

En este caso la materia prima se considera la leche pues es dicho líquido que va abastecer el centro de acopio.

TABLA N° 47
MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Leche	1'484.638	0,37	549.315,89
TOTAL			549.315,89

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.10 Insumos.

Para el funcionamiento de las instalaciones y para que se efectuara el proceso productivo se necesita del uso de la luz, agua, internet, teléfono que sin estos en partes no se podría desarrollar adecuadamente el proyecto.

TABLA N° 48
INSUMOS

DETALLE	UNIDAD	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Luz	KW	60,00	720,00
Agua	m 3	2,00	24,00
Teléfono CNT	Min.	6,00	72,00
Internet CNT	Plan	18,00	216,00
FENOLFTALEINO 2%	Gr	0,5	6,00
Oxido de sodio	Lt	1,25	15,00
TOTAL		87,75	1.053,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.11 Suministros y útiles de limpieza.

En cualquier lugar la presentación es importante y que mejor brillar con la limpieza, aun mas en lugares como lo centros de acopio de leche, puesto que todo debe mantenerse desinfectado para evitar perder la leche, debido a que es considerada un alimento con altos estándares de calidad y dentro de estos esta la salubridad en la que se reciba, mantenga y almacene.

TABLA N° 49
SUMINISTROS Y ÚTILES DE LIMPIEZA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Kit de limpieza	1	15,00	15,00	180,00
Escoba	1	3,00	3,00	36,00
Cepillo de ropa	2	0,75	1,50	18,00
Desengrasante natural	2	7,00	14,00	168,00
TOTAL				402,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.12 Gastos administrativos y de venta.

Dentro de estos incurre la publicidad, la cual es necesaria para dar a conocer al centro de acopio a través de medios que faciliten llegar al cliente de forma sencilla y directa.

TABLA N° 50
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTA

DETALLE	CANTIDAD	GASTO MENSUAL	TOATAL ANUAL
Publicidad	1	30,00	360,00
TOTAL			360,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.2.13 Gastos diferidos.

En cuanto a la creación del centro de acopio interfiere algunos gastos que permiten constituirse legalmente para su previo funcionamiento de las actividades vinculadas al acopio de leche.

TABLA N° 51

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR
Estudio de factibilidad	745,36
Permisos de funcionamiento	100
Escrituras	150
Gastos varios	50
TOTAL	1.045,36

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 52

GASTOS DIFERIDOS

DETALLE	VALOR
Constitución	1.045,36
TOTAL	1.045,36

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.1.3.3 Distribución de la Planta

La planta estará distribuida de la siguiente manera:

- Una oficina para el departamento administrativo /financiero
- Una oficina para el departamento de control de calidad
- Un cuarto frio para los análisis de la calidad la leche
- Una planta de almacenaje y enfriamiento de la leche

- Una bodega para guardar los materias que se requieran
- Baños
- Estacionamientos de vehículos
- Un jardín

Estos espacios están distribuidos de manera logística y apropiada para el buen funcionamiento de cada actividad a realizarse en el centro de acopio de leche.

GRÁFICO N° 21

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DEL CENTRO DE ACOPIO



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesistas

3.1.4 Propuesta Administrativa

En este punto se desarrollaran las propuestas que se necesitan para la implementación del centro de acopio las cuales costaran de requisitos, leyes que se tendrán que regir y proceder con los tramites de cada uno de los permisos.

3.1.4.1 Razón Social

El centro de acopio de leche se constituirá en Sociedad Anónima, la misma que se encontrara regulada desde el Art. 143 de la Ley de Compañías, adquiriendo el nombre de COMULAC S. A.. Las razones por lo que se establece como Sociedad Anónima se encuentran en el capital que será aportado por dos accionistas que adquirirán responsabilidades únicamente sobre sus aportaciones, además este tipo de sociedad permite la adhesión de más socios mediante la venta de acciones. El centro de acopio de leche “COMULAC S. A” tendrá un órgano supremo, que en este caso será la Junta General de Accionistas, quienes tendrán la potestad legal para la toma de decisiones correspondientes al negocio.

Para la constitución del centro de acopio como Sociedad Anónima es necesario presentar en la Superintendencia de Compañías tres copias de la escritura pública certificadas por un notario, adjuntado la respectiva solicitud correspondiente elaborada por un abogado para recibir la resolución aprobatoria por la entidad antes mencionada, pues con esto se da paso al pertinente Registro Mercantil para declarar la existencia del centro de acopio.

3.1.4.2 Constitución Jurídica

La constitución jurídica servirá para que la empresa este legalmente inscrita en l súper intendencia de compañía en la cual será de denominación anónima para con el futuro puedan ingresar sin ninguna dificultad siempre y cuando sean aprobados por los socios que conforman al iniciar dicha compañía

Sociedad anónima

- La escritura será inscrita en el registro mercantil
- Emitir el registro único de contribuyente
- Emisión de un numero patronal

- Solicitud de clave patronal
- Afiliación a los trabajadores
- Contratación del personal
- Pago del seguro social
- Declaraciones en el S.R.I
- Afiliación a las cámaras
- Permiso del municipio
- Aprobación de los bomberos

Cada uno de estos requisitos servirá para poder inscribirse como sociedad anónima para lo cual cada uno de ellos deberán ser actualizados ya que el centro de acopio contara con tres trabajadores a los cuales hay que asegurarlos como lo establece la ley actual así sea de 8 hora deberán subir al portal del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y esta a su vez se lo realizaran con mucha responsabilidad para que en el futuro no existan ningún impedimento para el funcionamiento de la misma, en la cual se especificara la actividad que podrán en marcha para el permiso de ministerio de salud.

3.1.4.3 Logotipo del Centro de Acopio de Leche

El presente logotipo es una representación grafica que servirá para que el centro de acopio sea identificado , es así que la vaca representa la materia prima es decir la leche que se extrae de la misma; la persona que está extrayendo la leche refleja a todas las familias que se dedican a esta actividad las misma que nos proveerán del producto, en cuanto al tanque de acero inoxidable se pretende reflejar el cuidado y calidad que se mantendrá de la leche al ser almacenada y la casa que se muestra en el gráfico significa la infraestructura del centro de acopio. El slogan se enfoca básicamente en localidad de la leche.

GRÁFICO N° 22
LOGOTIPO DEL CENTRO DE ACOPIO DE LECHE

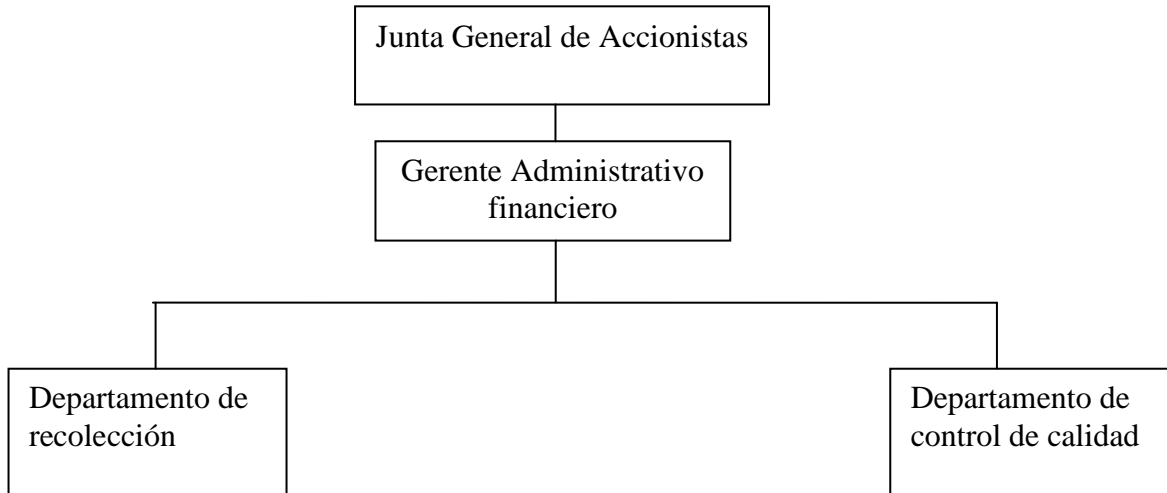


Elaborado por: Las Tesistas

3.1.4.4 Estructura Organizacional

Toda empresa constituida legalmente y para tener su buen funcionamiento deberá establecer niveles jerárquicos dependiendo las actividades que realiza cada uno de ellos esto permitirá que tengan una delegación de funciones y cargos que van a desempeñar diariamente en el centro de acopio, para lo cual en el estructural formaran parte el gerente administrativo financiero el cual tendrá multifunciones porque al comenzar un nuevo proyecto no se cuenta con el presupuesto suficiente para poder contratar a más personal es por ellos que costara solo de 3 departamentos mencionados en los siguientes gráficos

FIGURAS N° 2
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Tesistas

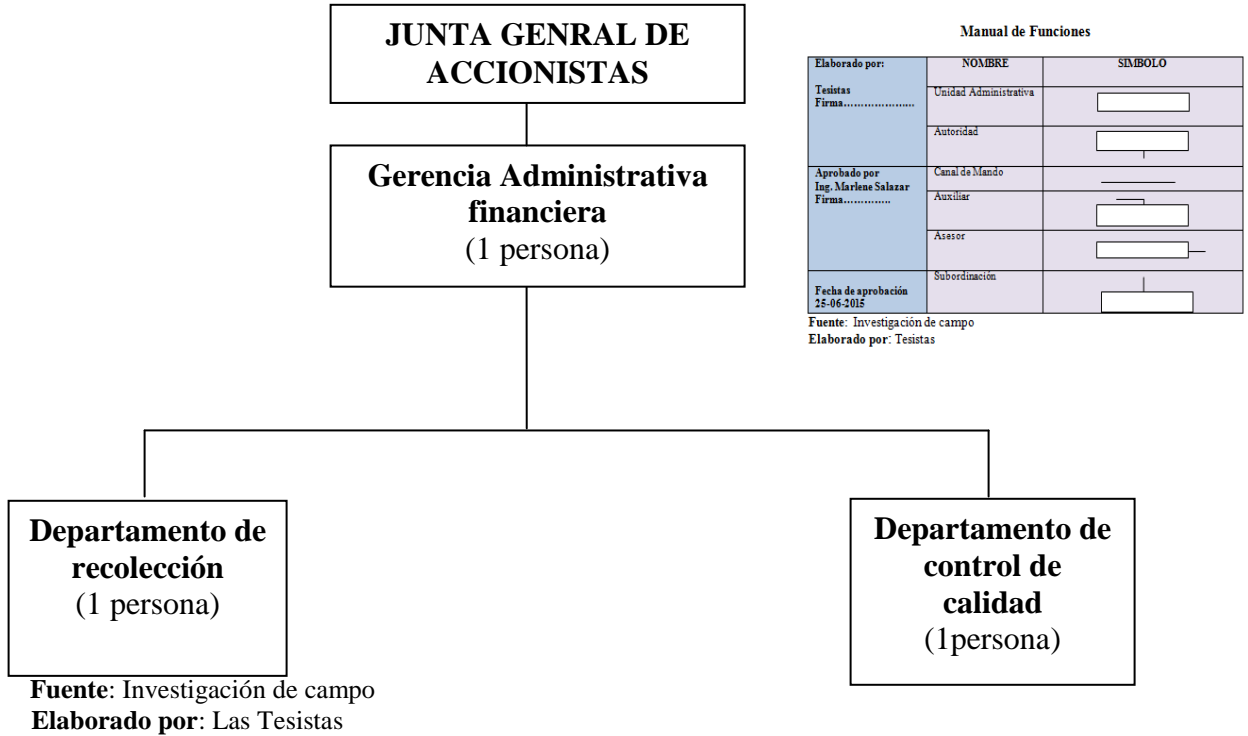
Manual de Funciones

Elaborado por:	NOMBRE	SIMBOLO
Tesistas Firma.....	Unidad Administrativa	
	Autoridad	
Aprobado por Ing. Marlene Salazar Firma.....	Canal de Mando	
	Auxiliar	
	Asesor	
Fecha de aprobación 25-06-2015	Subordinación	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Tesistas

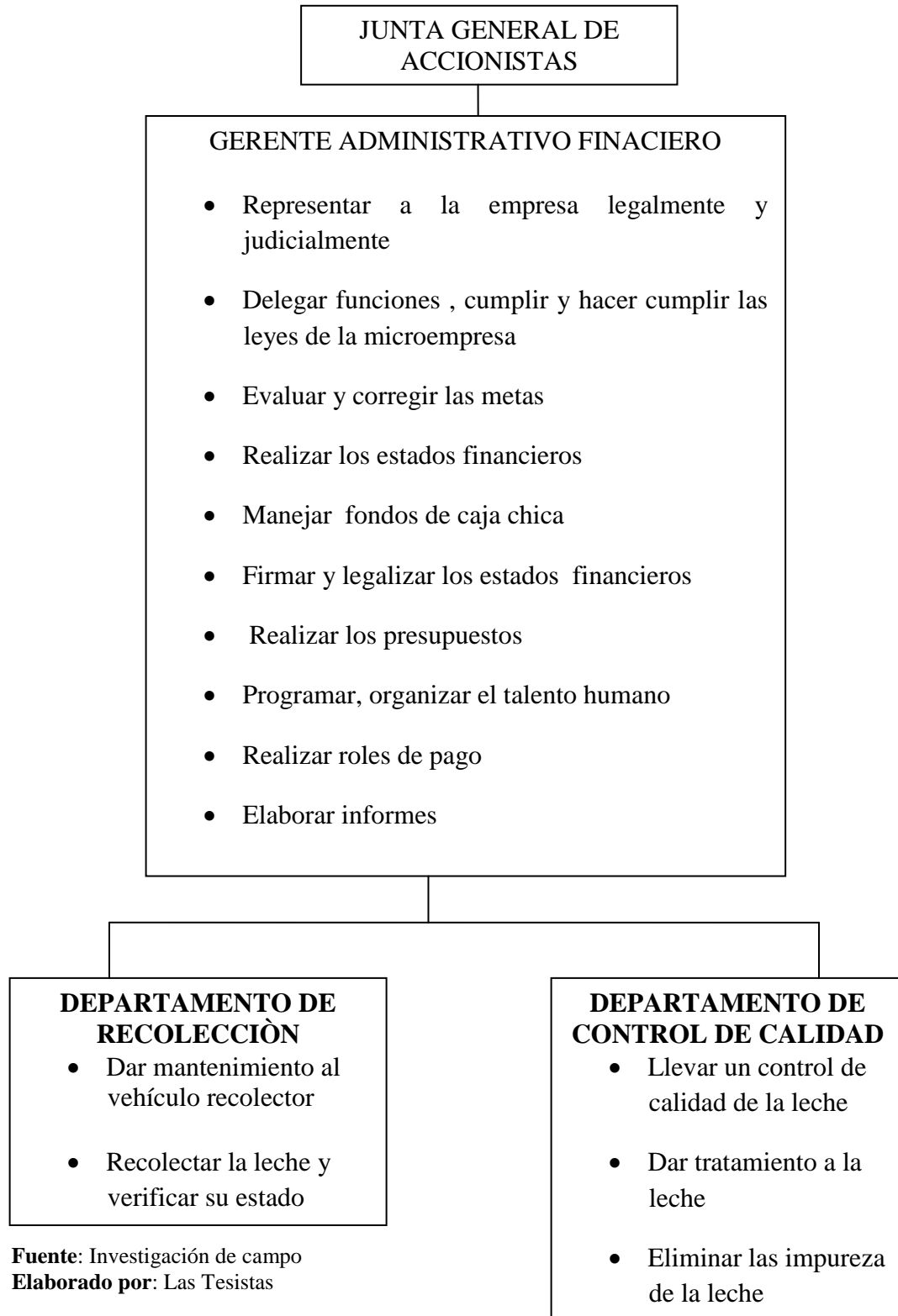
Para el centro de acopio de leche el organigrama estructural estará formado de tres departamentos el cual es gerente administrativo financiero el cual va ser multifuncional ya que será el que lleva la responsabilidad de administrar verificar ,realizar la contabilidad y la toma decisiones de la empresa como es otro departamento que es primordial como lo es el control de calidad en cual estará una sola persona esto servirá para que exista una revisión total del almacenamiento de la leche.

FIGURA N° 3
ORGANIGRAMA POSICIONAL



En el organigrama funcional se establecerá el número de trabajadores que estarán en cada uno de los departamentos para que puedan funcionar de una buena manera y no exista ningún inconveniente como es la junta general de accionistas que está compuesta por todos los socios, el departamento de gerencias administrativa financiera de una sola persona la cual esta responsable de las funciones administrativas, en el departamento de control de calidad esta una sola persona el cual es un químico biólogo especializado en el control de la calidad de la leche ya que de ahí dependerá que el producto salga en perfectas condiciones.

FIGURA N° 4
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Manual de Funciones

Elaborado por:	NOMBRE	SIMBOLO
Tesistas Firma.....	Unidad Administrativa	<input type="text"/>
	Autoridad	<input type="text"/>
Aprobado por Ing. Marlene Salazar Firma.....	Canal de Mando	_____
	Auxiliar	<input type="text"/>
	Asesor	<input type="text"/>
Fecha de aprobación 25-06-2015	Subordinación	<input type="text"/>

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Tesistas

Las funciones asignadas a cada trabajador están acorde a las actividades que se requiere en cada departamento, siendo así el Administrador/ Financiero está enfocado a llevar una planificación y organización adecuada de los recursos económicos, humanos y materiales del centro de acopio, mientras que el departamento de calidad está asignada actividades referentes al control explícito de la calidad y composición optima de los nutrientes de la leche y el departamento de recolección como su nombre lo dice su principal actividad es la de recolectar la leche y realizar una previa observación dela composición de la leche e higiene de la misma.

3.1.4.5 Descripción de Perfil de Cargos

Para cada uno de los cargos deberán tener una especialización diferente en la cual se puedan desempeñar de una mejor manera como lo es para gerencia administrativa, financiera deberá tener el título de ingeniero comercial ya que esta rama es idóneo para el cargo, al igual para control de calidad deberá ser un químico biólogo ya que él sabe de las composiciones químicas de la leche del dependerá calidad de la misma, como es el cargo de departamento técnico/ recolector será uno que sepa de mantenimiento y el mismo será recolector será con multifunciones y que tenga la licencia tipo” C” para que no exista ningún problema con la ley

Cargo junta general de accionistas

- Tomara las última decisión

- Asistirá a las reuniones
- Dara ideas favorables para el desarrollo del centro de acopio

Cargo Gerencial Administrador /Financiero

- Velar por la dirección estratégica de la empresa
- Delegar cargos para cumplir con todo las actividades del centro de acopio
- Evaluar cada las actividades realizadas
- Planificar, organizar una positiva imagen de la empresa
- Representar a la empresa legal, judicial y extrajudicialmente
- Realizar los respectivos balances
- Diseñar estrategias administrativas
- Revisar los documentos contables
- Registrar la producción de la leche
- Manejar caja chica
- Realizar los informes respectivos
- Archivar toda la documentación importante del centro de acopio
- Realizar y llevar el inventario
- Cumplir y hacer cumplir las leyes dispuestas por el estado y de la organización
- Realizar los pagos respectivos

Cargo departamento de recolección

- Revisar que el vehículo que se utiliza para la recolección este en optimas condiciones para su funcionamiento
- Recolectar la leche diariamente en cada domicilio de los proveedores
- Realizar la adquisición de compra de materiales

Cargo departamento de Calidad

- Verificar que la leche llegue en buen estado al centro de acopio
- Medir si los litros que dejan están completos
- Medir el grado de acides antes y al momento del almacenaje
- Tomar las muestras de la leche
- Verificar el estado de la leche antes de su despacho

3.1.4.6 Direccionamiento Estratégico

3.1.4.6.1 Misión.

Somos “COMULAC”, un importante centro de acopio de leche que incentiva la producción lechera en el barrio San Ramón y provee de materia prima de calidad a las empresas pasteurizadoras y queseras de la Parroquia de Mulaló, brindando beneficios económicos y sociales a la comunidad a través de precios favorables.

3.1.4.6.2 Visión.

Ser en los próximos 5 años el principal centro de acopio de leche con la mayor captación de proveedores, que abastezca de materia prima en su totalidad con altos estándares de calidad a las empresas pasteurizadoras y queseras de la Parroquia Mulaló, mediante un mejoramiento tecnológico.

3.1.4.6.3 Valores corporativos.

Respeto. Es un valor que prevalece en el convivir laboral y comercial puesto que de este depende las buenas relaciones entre las personas y por ende aceptación de sus creencias, orientaciones, ideologías y pensamientos.

Honestidad. Es fundamental puesto que permite generar un ambiente óptimo de trabajo al realizar las actividades dentro y fuera del centro de acopio

Calidad. Siempre prevalecerá en el centro de acopio brindar un producto que es la leche en buenas condiciones de higiene, salubridad, en sus contenidos nutricionales que aglomeren la calidad es su totalidad.

Seriedad. Tratar todas las actividades y asuntos con un alto criterio y juicio que permita establecer una relación comercial satisfactoria para todos

Confianza. La satisfacción en proveedores, clientes y trabajadores genera expectativas positivas para continuar la relación laboral.

3.1.4.6.4 Objetivos del Centro de Acopio de Leche “COMULAC S.A.”

Objetivo General

- Constituir un gran centro de acopio de leche mediante estrategias de captación y venta de leche para satisfacer las necesidades de las empresas lácteas de la Parroquia de Mulaló.

Objetivos Específicos

- Incrementar la cantidad de proveedores mediante la difusión de los beneficios que brinda el centro de acopio para maximizar la oferta de leche cruda.
- Dotar de materia prima de calidad a las empresas lácteas mediante la mejora continua en cada proceso para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes.

- Promover un manejo administrativo y financiero óptimo mediante la eficiencia y eficacia en cada actividad para garantizar la estabilidad del centro de acopio.

3.1.4.6.5 Políticas.

- La leche estará regida bajo los parámetros de calidad impuesta por el ente regulador “AGROCALIDAD”
- Los trabajadores que tengan contacto directo con la leche tendrán que utilizar el uniforme adecuado que consistirá en un overol blanco, botas de caucho, guantes quirúrgicos y mascarillas.
- La cantidad a pagar por los litros de leche a los proveedores será en su totalidad y en efectivo para lograr su confianza.
- El personal a contratar deberá cumplir explícitamente con el perfil que requiera el centro de acopio.
- Está prohibido difundir o divulgar información confidencial del centro de acopio y aun peor inventar rumores.
- La venta de la leche se realizara en un 50% al instante el total a pagar y el otro 50% se otorgara créditos a dicha empresa lácteos

3.2 Estudio Financiero

En dicho capítulo se analizarán los respectivos rubros económicos financieros que incurren en el plan de negocio establecido, siendo algunos de estos, aquellos que se encuentran descritos en el Estudio Técnico antes realizado.

Para el presente estudio financiero se tratará pertinentemente los siguientes aspectos que permitirá concluir en la factibilidad de la creación del centro de acopio de leche, y estos son: las inversiones, los costos, el presupuesto de ingresos y egresos, el punto de equilibrio, el flujo de caja, el balance general o estado de situación inicial, el estado de resultados; estos 3 últimos proyectados a 5 años y mediante estos se establecen las razones financieras y por ende la evaluación del proyecto.

3.2.1 Inversiones

Al haber realizado el debido estudio técnico se procederá a realizar las respectivas inversiones para la creación de un centro de acopio de leche en el cual permitirá saber si los propietarios cuanta con la inversión inicial disponible para poner en marcha el plan, en lo cual se obtendrá los gastos que se presentaran al momento de que ya esté en funcionamiento.

3.2.1.1 Inversión Fija

Se considera a los bienes fijos tales como: los terrenos, la maquinaria, vehículos, edificios, muebles; que pertenecen legalmente al centro de acopio de leche y que sirven para el funcionamiento de las actividades inherentes del proyecto.

TABLA N° 53
INVERSIÓN FIJA

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo	19.241,00
Terreno	5.000,00
Edificio	12.000,00
Muebles y enseres	260,00
Equipo de computo	900,00
Equipo de oficina	313,50
Vehículo	20.000,00
TOTAL	57.714,50

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.1.2 Inversión Diferida

En estas inversiones aparecen todas las erogaciones de dinero que utilizaran antes de poner en marcha el centro de acopio y lo cual es importante para el funcionamiento de las mismas como lo es los gastos de constitución que da un valor de 1.045,36 dólares en los cuales constan de permisos de funcionamiento que se requiera en los distintos entes públicos que regulan para poner en movimiento el proyecto , estos son tramites que se deberán iniciar antes para evitarse problemas con la ley como es la súper intendencia de compañías que son las que regulan a todas sin importar su actividad productiva

TABLA N° 54
INVERSIÓN DIFERIDA

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	1.045,36
TOTAL	1.045,36

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesista

3.2.1.3 Inversión de Capital de Trabajo

El capital de trabajo que necesita el centro de acopio de leche para mantener su capacidad de llevar a cabo sus actividades con normalidad en el primer año se ve reflejado en el tabla N° 54 y este está consta de los costos de producción, así como de los gastos administrativos y financieros que se necesita para el funcionamiento del centro

TABLA N° 55
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	VALOR \$
Costos de producción	14.7720,71
Gastos administrativos	6.627,24
TOTAL	15.4347,96

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.1.3.1 Costos de producción

Los costos de producción que tendrá el centro de acopio es la materia prima la cual es el elemento primordial para poner en funcionamiento el mismo, otro de los elementos es mano de obra directa, son aquellos que interviene directamente en el proceso de almacenamiento y distribución de la leche y los costos indirectos de fabricación son los que no intervendrán directamente a la producción si no que son un complemento que servirá para el buen desempeño del plan.

TABLA N° 56

COSTOS DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	VALOR \$/AÑO
Materia Prima	13.0234,68
Mano de Obra Directa	10.763,34
CIF	6.722,69
TOTAL	14.7720,71

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

Materia Prima

La materia prima en el proyecto es la leche cruda que se comprara directamente a los ganaderos del barrio San Ramón a un precio justo y equitativo tanto para los productores como para el centro de acopio. El costo de almacenar la materia prima anual se obtuvo mediante una multiplicación entre el costo de almacenamiento y el número de litros al año que proveerán al centro. Dando como resultado 130234,68 dólares.

TABLA N° 57

COSTO DE ALMACENAJE DE MATERIA PRIMA

CONCEPTO	AÑO
Leche Q/Litro	1.641.306,45
Costo \$/Litro	0,08
TOTAL COSTO	130.234,68

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

Mano de Obra Directa.

En esta partida constara con 2 personas que estarán involucradas directamente con la recepción, calidad, enfriamiento, control de impurezas, toma de muestras y como es almacenaje de la leche cada uno de estos procedimientos estará bajo la responsabilidad de cada uno de ellos ya que dependerá de estas actividades para que la leche este en óptimas condiciones y así esta sea aceptada en el mercado. Estas personas tendrán los beneficios de de ley, los cuales están detallados en la siguiente tabla.

TABLA N° 58

MANO DE OBRA DIRECTA

NOMBRE/ CARGO	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	APORTE PERSONAL (9,35%)	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO
Químico Biólogo	400,00	29,50	33,33	37,40	48,60	474,03	5.688,40
Recolecto De Leche	354,00	29,50	29,50	33,10	43,01	422,91	5.074,94
TOTAL	754,00	59,00	62,83	70,50	91,61	896,95	10.763,34

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesisistas

Costos Indirectos de Almacenamiento.

Los insumos, la depreciación, el mantenimiento aportan al cumplimiento de actividades del centro de acopio y de manera indirecta, pero si forman parte de los costos que influyen en mantener la leche en buen estado para su venta posterior.

TABLA N° 59

COSTOS INDIRECTOS DE ALMACENAMIENTO

CONCEPTO	VALOR \$/AÑO	VALOR \$/MES
Insumos	1.053	87,75
Dep. Maquinaria y Equipo	4.931,69	144,31
Mantenimiento	738	61,50
TOTAL	6.722,69	293,56

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

Insumos.

Para el desarrollo del centro de acopio de leche se necesitara para su proceso de almacenamiento los siguientes insumos como es energía eléctrica, agua, teléfono, internet y lo que se utiliza para el proceso de control de la calidad del producto, cada uno de ellos son de vital importancia porque ayudaran con el proceso de almacenaje facilitando así el trabajo diario ya que al tener todos estos insumos se lograra obtener un producto atractivo para el mercado. En la siguiente tabla se muestra detallados los insumos, pero cabe recalcar que el fenolftaleína 2% (envase) tendrá una duración de 6 meses, cada uno de los envases y el óxido de sodio (litro) tendrá una duración de 4 meses.

TABLA N° 60
INSUMOS

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR \$/U	VALOR \$/MES	VALOR \$/AÑO
Energía Kw			60,00	720,00
Agua M3			2,00	24,00
Fenolftaleino 2% (Envase)	2	3	0,50	6,00
Oxido De Sodio (Litro)	3	5	1,25	15,00
Teléfono Cnt			6,00	72,00
Internet Cnt (Plan)	1		18,00	216,00
TOTAL			87,75	1.053,00

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico
Elaborado por: Las Tesistas

Mantenimiento.

La maquinaria por el uso continuo tiende a sufrir daños por lo que es necesario realizar mantenimiento de las mismas, para evitar pérdidas completas al dañarse cualquiera de estas.

TABLA N° 61
MAQUINARIA DE MANTENIMIENTO

MAQUINARIA	
Tanque grande	13.000,00
Generador de energía	2.000,00
Refrigeradora	400,00
Bomba de succión	600,00
TOTAL	16.000,00

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico
Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 62

PORCENTAJE DE MANTENIMIENTO

DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	PROPORCIÓN	VALOR \$/AÑO	VALOR \$/MES
Maquinaria y Equipo	16.000,00	2,00%	320,00	26,67
Vehículos	20.000,00	2,00%	400,00	33,33
Equipo de Computo	900,00	2,00%	18,00	1,50
TOTAL			738,00	61,50

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

Depreciación.

Para el respectivo cálculo de la depresión de la maquinaria y vehículo del centro de acopio se utilizara el método de línea recta, por medio de ello se podrá saber los años de vida útil que tendrán, lo que permitirá conocer qué precio tendrá la maquinaria y el vehículo con el pasar del tiempo.

TABLA N° 63

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO

ACTIVO	VALOR	%	VALOR RESIDUAL	VIADA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Maquinaria	19.241,00	10%	1924,10	10	1.731,69	144,31

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas.

TABLA N° 64**DEPRECIACIÓN VEHÍCULO**

ACTIVO	VALOR	%	VALOR RESIDUAL	VIADA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Vehículo	20.000,00	20%	4.000	5	3.200	266,67

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.1.3.2 Gastos de Administración.

Son aquellos que incurren en el pago efectuado al Administrador Financiero por sus servicios, las depreciaciones de los Muebles y Enseres, Equipo de Cómputo, Edificios, Equipo de Oficina que se encuentran establecidos para el centro de acopio; también incurren los gastos generales que se pueden presentar en el proyecto.

TABLA N° 65**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

CONCEPTO	VALOR AÑO \$	VALOR MES \$
Nomina Administrativa	5.148,21	429,02
Depreciación	867,96	72,33
Gastos Generales	402,00	33,50
TOTAL	6.627,24	552,27

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

Nómina del Área Administrativa.

En esta nomina constara solo los empleados que conformaran la parte administrativa del proyecto, en este caso solo se tiene a una sola persona que es el jefe administrativo/ financiero, es decir quien cumplirá el rol de contador, administrador y también será quien controlara cada una de las actividades que se desarrollaran en el centro de acopio permitiendo así disminuir los gastos administrativos, el cual va a

tener todos los beneficios de ley para que pueda desempeñarse de una buena manera en el trabajo.

TABLA N° 66
NOMINA ÁREA ADMINISTRATIVA

NOMBRE/ CARGO	SUELDO	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	APORTE AL IEES		TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO
				APORTE PERSONAL (9,35%)	APORTE PATRONAL (12,15%)		
Jefe Administrativo/ Financiero	400,00	29,50	33,33	37,40	3,58	429,02	5.148,21
TOTAL	400,00	29,50	33,33	37,40	3,58	429,02	5.148,21

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

Depreciaciones de Muebles y Enseres, Equipo de Cómputo, Edificios, Equipo de Oficina.

Las deprecaciones efectuadas fueron hechas mediante el método de línea recta, es así que para dicho cálculo se tomaron los años de vida útil como son para muebles, enseres y equipo de oficina de 5 años, de 20 años para edificios y para el equipo de cómputo de 3 años como lo especifica el Servicio de Rentas Internas.

TABLA N° 67
DEPRECIACIONES GENERALES

ACTIVO	VALOR	PORCE NTAJE	VALOR RESIDUA L	VIADA ÚTIL	DEPRECIACI ÓN ANUAL	DEPRECIACI ÓN MENSUAL
Muebles y Enseres	260,00	10%	26,00	5	46,80	3,90
Edificios	12.000,00	5%	600,00	20	570,00	47,50
Equipo de Computo	900,00	33%	297,00	3	201,00	16,75
Equipo de Oficina	313,50	20%	62,70	5	50,16	4,18
TOTAL	13.473,50				867,96	72,33

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

Gastos Generales.

En este comprende los gastos que posiblemente el centro de acopio va a tener, es una estimación que al año se va a tener uno que otro gasto adicional, ya sea por realizar actualización de papeles entre otros detalles que se podrán suscitar en el transcurso del funcionamiento del centro de acopio.

TABLA N° 68

GASTOS GENERALES

Gastos Generales	AÑO	MENSUAL
	402,00	33,50

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.1.4 Inversión Total

Para la creación del centro de acopio de leche “COMULAC S.A.”, ubicado en el barrio San Ramón se requiere de una inversión inicial de 213.107,82 dólares de los Estados Unidos de América

TABLA N° 69

INVERSIÓN TOTAL

CONCEPTO	VALOR \$
Inversión Fija	57.714,50
Inversión Diferida	1.045,36
Capital De Trabajo	15.4347,96
TOTAL	213.107,82

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.2 Fuentes de Financiamiento

Para poner en marcha el funcionamiento del centro de acopio de leche se necesita una inversión inicial de 213.107,82, siendo así el 30% será recursos propios que estará orientado a ayudar para la creación del centro de acopio, pero para completar lo que se requiere se necesita de un crédito bancario con el cual se busca financiar el 70% para completar así la inversión requerida.

TABLA N° 70
FUENTES DE FINANCIAMIENTO

CAPITAL DISPONIBLE	VALOR \$	PARTICIPACIÓN
Recursos Propios	63.932,34	30%
Recursos Terceros	149.175,47	70%
TOTAL	213.107,82	100%

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

El préstamo se lo hará en la corporación financiera nacional, ya que esta institución ayuda a nuevos proyectos que sean viables y productivos por lo que dan una tasa de interés cómoda del 6,90% anual, con un plazo de 15 años, apoyando así al cambio de la matriz productiva y por ende al desarrollo del proyecto.

TABLA N° 71
DATOS DEL FINANCIAMIENTO CNF

TASA DE INTERÉS ANUAL	6,90%
MONTO MÍNIMO	50.000,00
MONTO MÁXIMO	25.000.000,00
PLAZO	15 Años

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

TABLAS N° 72

AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO

AÑO	CAPITAL	INTERESÉS (6,9%)	AMORTIZACIÓN	CUOTA	SALDO
1	149.175	10.293,11	29.835	40.128,20	119.340
2	119.340	8.234,49	29.835	38.069,58	89.505
3	89.505	6.175,86	29.835	36.010,96	59.570
4	59.670	4.117,24	29.835	33.952,34	29.835
5	29.835	2.058,62	29.835	31.893,72	-
TOTAL	447.526	30.879,32	149.175	180.054,79	298.351

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.3 Costos

Los costos son aquellos gastos económicos que surgirán por la actividad diaria que desempeñara el centro de acopio como es recolectar, almacenar y vender la leche y por medio de ellos se podrá establecer el precio de la leche. Estos costos pueden clasificarse en costos variables y costos fijos.

3.2.3.1 Costos Fijos

Los costos fijos involucrados para el acopio de leche es la nómina administrativa, la publicidad, los gastos financieros, entre otros, los mismos que se pagaran constantemente y no cambiaran en el año, puesto que no bajaran ni subirán, se mantendrán, así la producción de leche sea nula se deberá pagar cada uno de estos costos.

TABLA N° 73
COSTOS FIJOS

CONCEPTO	TOTAL COSTOS AÑO
Nomina Administrativa	5.148,21
Depreciación administrativa	867,96
Depreciación de producción	1.731,69
Mantenimiento	738,00
Publicidad	360,00
Gastos financieros (intereses)	10.293,11
Telefonía e internet	288,00
TOTAL	19.426,97

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesisistas

3.2.3.2 Costos Variables

Los costos variables para el centro de acopio es la materia prima la cual variara según la cantidad de litros de leche diarios que se almacenan, como es también los insumos, estos variarían dependiendo el almacenamiento de la leche, ya que estos pueden subir o bajar, a medida que se vaya acopiando la materia prima.

TABLA N° 74
COSTOS VARIABLES

CONCEPTO	TOTAL COSTOS AÑO
Materia prima	737.518,07
Mano de obra directa	10763,34
Insumos	765,00
TOTAL	749.046,41

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesisistas

3.2.3.3 Costos Totales

Los costos totales es la suma de los variables y fijos, ya que de ellos dependerá para establecer el precio del producto, sin olvidar que este tendrá un porcentaje de utilidad. Por medio de estos costos se sabrá la cantidad de dinero que incurre llevar a cabo el proyecto y amas de ello cada uno de estos servirán para la toma de decisiones, tales como fijar precios o establecer políticas de descuentos.

TABLA N° 75

COSTOS TOTALES

CONCEPTO	TOTAL COSTOS
Total costos fijos	19.426,97
Total costos variables	749.046,41
TOTAL COSTOS (CF + CV)	768.473,38

Fuente: Investigación de Campo, Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.4 Precio de Venta

Para la determinación del precio de venta del litro de leche a los clientes del centro de acopio se toma en cuenta los costos de almacenamiento y comercialización que se requiere. El margen de ganancia está establecido es del 11%, lo cual dio como resultado 0,50 centavos, siendo este el precio a vender cada litro de leche. A continuación se detallara los costos que intervendrán para el precio de venta al público, como es cotos de materia prima, mano de obra indirecta y gastos de almacenaje.

El precio de adquisición de cada litro de leche está establecido en 0,37 centavos, es decir que a este valor se comprara la leche a las 120 familias ganaderas del barrio San Ramón.

TABLA N° 76

MATERIA PRIMA

DETALLE	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Leche	1	0,37

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

La mano de obra también está considerada para el cálculo del precio de la leche, es así que el tiempo diario que trabaja un empleado es de 480 min y su sueldo mensual dividido para los 30 días del mes da como resultado 12,13 dólares del recolector de leche y 14,10 dólares del Químico Biólogo, pero para conocer el sueldo que percibiría por cada minuto empleado en las actividades del centro de acopio se divide entre el sueldo diario y el tiempo diario dando como resultado 0,03 centavos.

TABLA N° 77

MANO DE OBRA DIRECTA

N° DE PERSONAS	TIEMPO DIARIO	SUELDO DIARIO	TIEMPO POR UNIDAD	SUELDO POR TIEMPO EN CADA UNIDAD
1	480 min	12,13	1 min	0,03
1	480 min	14,10	1 min	0,03
				0,06

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

Dentro de los gastos de almacenaje está considerado el servicio de energía eléctrica, puesto que de esta depende para que las maquinarias funcionen y mantenga en óptimas condiciones la leche, es así que su cálculo está basado en el pago diario de la energía eléctrica, en el tiempo que se utiliza que en este caso sería todas las horas del día porque el almacenamiento frío no se podría apagar y también se basa en un tiempo aproximado que cada litro de leche consume de energía eléctrica, es así que el valor por unidad es de 0,01 centavos.

TABLA N° 78

GASTOS DE ALMACENAJE

GASTO	VALOR DIARIO	TIEMPO DIARIO (MIN.)	TIEMPO POR UNIDAD (MIN.)	VALOR POR UNIDAD
Luz	2	1.440	5	0,01

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

Para establecer el costo primo se toma en cuenta los valores obtenidos en las anteriores tablas y estos son la materia prima, la mano de obra directa y los gastos de almacenaje.

TABLA N° 79

COSTO PRIMO

DETALLE	VALOR POR LITRO
Materia prima	0,37
Mano de obra directa	0,06
Gasto de almacenaje	0,01
TOTAL	0,44

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

Los costos de almacenaje son aquellos que intervendrán en el momento que se vaya acopiar la leche esto se obtendrá sumando costos primo y gastos indirectos de fabricación en este caso solo existe uno de ellos como se puede observar en el cuadro siguiente

TABLA N° 80

COSTO DE ALMACENAJE DE LA LECHE

DETALLE	VALOR POR LITRO
Costo primo	0,44
Gastos indirectos de fabricación	0,00
TOTAL	0,44

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

Los gastos comerciales son los que se necesitara para la recolección de la leche en este caso será la gasolina para el vehículo, esto se necesitara 5 dólares diarios y esto se lo calcula por los litros de leche a producir diariamente y así la división del valor y la producción dará como resultado el gasto.

TABLA N° 81

GASTOS COMERCIALES

DETALLE	VALOR DIARIO	LITROS DIARIOS	VALOR POR LITRO
Gasolina	5,00	4.396	0,001

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

En los gastos generales del centro de acopio se calcula lo que es el agua, para lo cual se pagara por el servicio 2 dólares mensuales los mismo que se lo dividirá para los 30 días de cada mes y el valor diario se lo dividirá para las 8 horas, así se obtendrá el resultado que se indica en la tabla siguiente.

TABLA N° 82
GASTOS GENERALES

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR DIARIO	VALOR HORA
Agua	2,00	0,07	0,01

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

Los gastos operacionales se obtienen mediante la suma de los gastos comerciales y gastos generales que son los que ingresaran como factores indirectos en el almacenamiento del producto, pero son elementos importantes para el desarrollo del proyecto dando así un valor de 0,01 centavo por cada litro de leche.

TABLA N° 83
COSTOS OPERACIONALES

DETALLE	VALOR TOTAL
Gastos comerciales	0,001
Gastos generales	0,01
TOTAL	0,01

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

Los costos totales es igual a la suma de los costos de almacenamiento y los operacionales, lo cual será un valor por litro de leche de 0, 45 centavos que se tendrá al momento de comenzar acopiar la leche.

TABLA N° 84
COSTOS TOTALES

DETALLE	VALOR POR LITRO
Costo de almacenamiento de la leche	0,44
Costo operacional	0,01
TOTAL	0,45

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

Por medio de las tablas anteriores se obtendrá el precio de venta al público, para ello se utilizara los costos totales y el margen de utilidad que es del 11%; la suma de los dos dará el precio y en el mismo ya estará incluido todos los costos del proyecto.

TABLA N° 85
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DE LA LECHE

DETALLE	VALOR POR LITRO
Costos totales	0,45
Utilidad (11 %)	0,05
P.V.P.	0,50

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.5 Presupuesto de Egresos e Ingresos

3.2.5.1 Egresos

Los Egresos que suscitaran en el Centro de Acopio de Leche son aquellos que incurran en el costo de la materia prima, los costos de mantener la leche en óptimas condiciones para su previa venta, al igual que se consideraran como salidas los gastos administrativos así como también los financieros. Todos estos están proyectados a 5 años, con el fin de observar la cantidad de dinero que saldrá del Centro de Acopio por motivo de estas cuentas.

TABLA N° 86
COSTO DE MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leche Q/Litros	1.641.306,45	1.707.307,94	1.780.864,93	1.861.977,42	1.950.645,41
Costo \$/Litros	0,45	0,47	0,49	0,51	0,53
TOTAL	737.518,07	799.780,68	869.693,24	947.950,34	1.035.298,47

Fuente: Proyección de la oferta

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 87
COSTOS DE ALMACENAMIENTO

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	737.518,07	799.780,68	869.693,24	947.950,34	1.035.298,47
Mano de obra directa	10.763,64	11.220,79	11.697,67	12.194,82	12.713,10
CIF	6.722,69	7.008,40	7.306,26	7.616,78	7.940,49
TOTAL	755.004,10	818.009,87	888.697,17	967.761,94	1.055.952,06

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 88
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nómina de Administrativo	5.148,21	5.367,01	5.595,11	5.832,90	6.080,80
Depreciación	867,96	867,96	867,96	867,96	867,96
Gastos Generales	402,00	419,09	436,90	455,46	474,82
TOTAL	6.627,24	6.654,05	6.899,96	7.156,32	7.423,58

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 89
GASTOS FINANCIEROS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	10.293,11	8.234,49	6.175,86	4.117,24	2.058,62
TOTAL	10.293,11	8.234,49	6.175,86	4.117,24	2.058,62

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.5.2 Ingresos

Son todas las entradas económicas positivas que obtendrán el centro de acopio al momento que comience la distribución de la leche al mercado de los productores lácteos; para el cálculo de los ingresos se multiplico los litros a producir de cada año por el precio, para así obtener todos los ingresos que tendrá y los precios no serán

iguales en todos los años debido a que el mismo se incrementa año tras año con la inflación.

TABLA N° 90

INGRESOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Litros de leche	1.641.306,45	1.707.307,94	1.780.864,93	1.861.977,42	1.950.645,41
Precio por litro de leche	0,50	0,52	0,54	0,57	0,59
TOTAL	818.645,05	887.756,56	965.359,50	1.052.224,88	1.149.181,30

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar la cantidad óptima que el centro de acopio deberá vender para cubrir en totalidad sus obligaciones con terceros, es decir la cantidad necesaria es de 458.135,49 litros de leche para no tener un margen de perdidas ni de ganancias.

FORMULA:

$$\text{LITROS EN P:E} = \frac{\text{CF}}{\text{PV} - \text{CVU}} \quad \text{Dónde,}$$

CF: Costos fijos= 19.426,97

PV: Precio de venta= 0,50

CVU: Costo variable unitario = 0,46

Cálculos:

P.E. LITROS = 458.135,49

P.E. DOLARES = 228.507,21

TABLA N° 91

PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	VALOR EN DOLARES
Ingresos por venta	228.507,21
(-) Costos variables totales	209.080,24
Margen de contribución	19.426,97
(-) Costos fijos	19.426,97
Utilidad	-

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.7 Estados Financieros Proyectados

La realización de los Estados Financieros del proyecto son de suma importancia, pues son la base para la realización de las razones financieras e incluso para conocer la factibilidad de la creación del Centro de Acopio de Leche “COMULAC S.A.”

3.2.7.1 Estado de Resultado Proyectado

El estado de resultados proyectado a 5 años, brinda datos tales como los ingresos que el centro de acopio tendrá por sus ventas, al igual que los costos que permiten que se desarrolle dicha actividad; la diferencia de estos reflejara la utilidad o pérdida del negocio tras los descuentos de impuestos y reservas legales.

TABLA N° 92

ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	818.645,05	887.756,56	965.359,50	1.052.224,88	1.149.181,30
Total Ingresos	818.645,05	887.756,56	965.359,50	1.052.224,88	1.149.181,30
(-) Costos Variables	749.046,41	779.382,79	810.947,79	843.791,18	877.964,72
(-) Costos Fijos	19.426,97	20.213,76	21.032,42	21.884,23	22.770,54
Utilidad Bruta	50.171,67	88.160,01	133.379,29	186.549,47	248.446,04
(-) 15% Participación Trabajadores	7.525,75	13.224,00	20.006,89	27.982,42	37.266,91
Utilidad Antes de Impuestos	42.645,92	74.936,01	113.372,40	158.567,05	211.179,13
(-) 25% Imp. A la Renta	10.661,48	18.734,00	28.343,10	39.641,76	52.794,78
Utilidad antes de Reservas	31.984,44	56.202,01	85.029,30	118.925,29	158.384,35
5% de Reserva Legal	1.599,22	2.810,10	4.251,46	5.946,26	7.919,22
UTILIDAD NETA	30.385,22	53.391,90	80.777,83	112.979,02	150.465,13

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.7.2 Flujo de Caja Proyectado

Es la herramienta que permite conocer las entradas y salidas del efectivo que tendrá el Centro de Acopio de Leche, la cual se proyecta para los posteriores 5 años para verificar las variaciones que tendrán dichas cuentas. El resultado del flujo de caja servirá de referencia para el inicio del Balance General.

TABLA N° 93
FLUJO DE CAJA

DETALLE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		30.385,22	53.391,90	80.777,83	112.979,02	150.465,13
(+) Depreciaciones		5.799,65	5.799,65	5.799,65	5.799,65	5.799,65
(-) Gastos Financieros		40.128,20	38.069,58	36.010,96	33.952,34	31.893,72
Subtotal		(3.943,33)	21.121,97	50.566,52	84.826,34	124.371,07
(+) Amortización de la deuda		29.835,09	29.835,09	29.835,09	29.835,09	29.835,09
Efectivo por Operaciones			218.778,18	223.382,31	253.804,46	314.926,72
Impuestos por Pagar 40%		18.187,23	31.958,00	48.349,99	67.624,18	90.061,69
(-) Inversión		270.34,59	31.347,32	38.660,75	49.482,53	64.369,25
Inversión Inicial	154.347,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Adquisición de Activos Fijos	52.714,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Saldo Inicial Efectivo	149.175,47		270.345,93	313.473,17	386.607,54	494.825,31
Saldo Final de Efectivo	250.808,93	270.345,93	313.473,17	386.607,54	494.825,31	643.692,51

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.7.3 Balance General Proyectado

Este presenta detalladamente todos los activos corrientes y fijos que poseerá el Centro de Acopio, así como también las deudas que contrae y estas son conocidas como pasivos del negocio y por ultimo detalla la parte patrimonial que conjuntamente con el pasivo es igual al total de activos, esto se obtiene mediante la aplicación de la formula contable de $ACTIVO = PASIVO + PATRIMONIO$.

TABLA N° 94

BALANCE GENERAL

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos	270.345,93	313.473,17	386.607,54	494.825,31	643.692,51
Total Activo corriente	270.345,93	313.473,17	386.607,54	494.825,31	643.692,51
Activo Fijo					
Terreno	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Edificios y Construcción	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Muebles y Enseres	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
Equipo de Oficina	313,50	313,50	313,50	313,50	313,50
Equipo de Computo	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Maquinaria y Equipo	19.241,00	19.241,00	19.241,00	19.241,00	19.241,00
Vehículo	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Sub-Total Activo Fijo	57.714,50	57.714,50	57.714,50	57.714,50	57.714,50
(-) Depreciación Acumulada	5.799,65	11.599,30	17.398,95	23.198,60	28.998,25
Total Activo Fijo	51.914,85	46.115,20	40.315,55	34.515,90	28.716,25
TOTAL ACTIVOS	322.260,78	359.588,37	426.923,09	529.341,21	672.408,76
Pasivo Corriente					
Prestamos por pagar	119.340,38	89.505,28	59.670,19	29.835,09	0,00
Participaciones por pagar	7.525,75	13.224,00	20.006,89	27.982,42	37.266,91
Impuestos por pagar	10.661,48	18.734,00	28.343,10	39.641,76	52.794,78
Total Pasivo Corriente	137.527,61	121.463,29	108.020,18	97.459,28	90.061,69
TOTAL PASIVOS	137.527,61	121.463,29	108.020,18	97.459,28	90.061,69
PATRIMONIO					
Capital social pagado	154.347,96	154.347,96	154.347,96	154.347,96	154.347,96
Utilidades retenidas	0,00	30.385,22	83.777,13	164.554,96	277.533,98
Utilidad del ejercicio	30.385,22	53.391,90	80.777,83	112.979,02	150.465,13
total patrimonio	184.733,18	238.125,08	318.902,91	431.881,94	582.347,07
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	322.260,78	359.588,37	426.923,09	529.341,21	672.408,76

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.8 Evaluación del Proyecto

3.2.8.1 Impacto Social

El proyecto de creación de un Centro de Acopio de Leche en el barrio San Ramón, traerá consigo beneficios sociales a todas las 120 familias que se dedican al cuidado de su ganado y extracción de la leche para la venta de la misma, que en si es la mayoría de moradores del barrio, por esta parte el beneficio será directo. En cuanto al resto de moradores será de forma indirecta los beneficios al crearse el Centro y a más de ello se generara 3 fuentes de trabajo directas.

Mencionado esto y mediante la observación de los resultados de la encuesta en cuanto a la aceptabilidad del proyecto se considera viable socialmente.

3.2.8.2 Impacto Ambiental

El proyecto del centro de acopio al ponerse en funcionamiento no provocara ninguna contaminación auditiva, ya que no pasa de los 85 decibeles puesto que la maquinaria que se utilizara para la puesta en marcha no ocasionaran ruidos exagerados por lo que no afectara a los moradores del sector, al aire no le causa contaminación por que es todo eléctrico, en cuanto a la vista tampoco afectara porque la publicidad va a ser muy poco y por lo tanto en lo que es en forma ambiental no ocasiona ningún malestar a las personas del barrio San Ramón

3.2.8.3 Evaluación Financiera

Al tener ya toda la información económica como financiera se procederá a evaluar al proyecto, ya que con el Tir y el Van se podrá saber si es factible o no el proyecto en la cual se verá la rentabilidad lo que permitirá evaluar como positivo o negativo el proyecto y así no perder la inversión que se puede efectuar para el desarrollo del miso.

3.2.8.3.1 Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR).

Por medio del cálculo de la tasa mínima de retorno permitirá al inversionista conocer cuál podría ser su ganancia, para lo cual se establecerá el riesgo país, inflación y tasa pasiva todos estos elementos deben ser en forma porcentual para que se pueda conocer la tasa mínima aceptable de retorno 1 que es de 15 %, mientras que para la tasa mínima aceptable de retorno 2 se tomo en cuenta la tasa activa, tasa pasiva y riesgo del negocio dando un resultado de 14 %.

TABLA N° 95

TMAR 1

VARIABLE	TASA %
RIESTAGO PAIS	5,69
INFLACION	4,25
TASA PASIVA	5,42
TMAR	15,00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 96

TMAR 2

VARIABLE	TASA %
TASA ACTIVA	8,05
TASA PASIVA	5,31
RIESGO DEL NEGOCIO	1
TMAR	14,00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.8.3.2 Valor actual neto.

Es la utilidad adicional que tendría el centro de acopio en la cual se ve que si es más de lo que están invirtiendo y con una tasa de oportunidad, el valor presente será la diferencia entre los ingresos y los egresos en la cual se debe tomara lo es la tasa

mínima aceptable de rendimiento el proyecto será viables si el van es mayor que cero o igual que cero

TABLA N° 97
VALOR ACTUAL NETO 1

Años	Flujo de efectivo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actualizado	Flujos de efectivo acumulado
0	250.808,93	1,0000	250.808,92	250.808,93
1	270.345,93	0,8669	234.349,80	(16.459,12)
2	313473,17	0,7514	235.553,67	219.094,55
3	386607,54	0,6514	251.828,33	470.922,88
4	494825,31	0,5646	279.402,91	750.325,78
5	643692,51	0,4895	315.066,49	1.065.392,27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 98
VALOR ACTUAL NETO 2

Años	Flujo de efectivo de caja	Factor de actualización	Flujo de efectivo actualizado	Flujos de efectivo acumulado
0	250.808,93	1,0000	250.808,93	250.808,93
1	270345,93	0,8744	236.399,03	(14.409,89)
2	313473,17	0,7646	239.691,19	225.281,30
3	386607,54	0,6686	258.492,46	483.773,76
4	494825,31	0,5847	289.304,59	773.078,35
5	643692,51	0,5112	329.084,72	1.102.163,07

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

3.2.8.3.3 Tasa interna de retorno.

Mediantes los cálculos realizados con la fórmula del TIR se puede apreciar que es mayor que la temar es decir que es efectiva, lo cual es bueno para la inversión ya que por cada dólar que se compre y se venda la leche retornara un 0,44%.

$$TIR = \frac{VAN_1 * r_2 - VAN_2 * r_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$$TIR = \frac{149.154,92 - 165.324,46}{-36770,80}$$

$$TIR = \frac{149.154,92 - 165.324,46}{-36770,80}$$

$$TIR = \frac{-16169,54}{-36770,80}$$

$$TIR = 0,44 * 100$$

$$TIR = 44\%$$

3.2.8.3.4 Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión para el centro de acopio es importante porque permitirá saber en qué tiempo se va a recuperar la inversión realizada, con los cálculos realizados se reflejó los siguientes resultados que son 1 año, 7 meses y 24 días este es el tiempo en el cual COMULAC S.A. recuperar lo que ha invertido al inicio.

$$PRI = \text{Ultimo año fe acumulado negativo} + \frac{\text{Primer fe acumulado positivo}}{\text{Inversion Inicial}}$$

$$PRI = 1 + \frac{219.094,55}{250.808,93}$$

$$PRI = 1 + 0,87$$

$$PRI = 1,87$$

$$PRI = 1 \text{ Año}, 7 \text{ Meses}, 24 \text{ Días}$$

3.2.8.3.5 Relación Costo- Beneficio

El costo beneficio es de vital importancia para COMULAC S.A., puesto que al obtener estos resultados se podrá saber cuál es la rentabilidad que tendría el negocio, por medio de los cálculos realizados se obtuvo los siguientes resultados que es de un dólar con siete centavos es decir que por cada dolor que se invierte en el desarrollo del proyecto se obtendrá como beneficio 1,07 centavos.

$$\text{Relacion Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Costos Totales}}$$

$$\text{Relacion Costo} - \text{Beneficio} = \frac{818645,05}{768473,38}$$

$$\text{Relacion Costo} - \text{Beneficio} = 1,07$$

3.2.8.4 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un término financiero que permite conocer el grado de riesgo que representa la inversión, es decir permite conocer las ventajas o desventajas que tendrá un proyecto, con el fin de proporcionar información para la toma de decisiones. Es así que para dicho análisis se requiere de variables que en este caso son los costos variables y las ventas.

TABLA N° 99
VARIABLES

VARIABLES	CANTIDADES \$
Ventas	\$ 817.469,72
Gastos Variables	\$ 747.987,55
Gastos Fijos	\$ 19.375,83
Ganancias	\$ 50.106,34

Fuente: Estado de Resultados
Elaborado por: Las Tesistas

TABLA N° 100
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

\$50.106,34	\$417.469,72	\$517.469,72	\$617.469,72	\$717.469,72	\$817.469,72	\$917.469,72
\$447.987,55	-\$49.893,66	\$50.106,34	\$150.106,34	\$250.106,34	\$350.106,34	\$450.106,34
\$547.987,55	-\$149.893,66	-\$49.893,66	\$ 50.106,34	\$150.106,34	\$250.106,34	\$350.106,34
\$647.987,55	-\$249.893,66	-\$149.893,66	-\$ 49.893,66	\$50.106,34	\$150.106,34	\$250.106,34
\$747.987,55	-\$349.893,66	-\$249.893,66	-\$149.893,66	-\$49.893,66	\$50.106,34	\$150.106,34
\$847.987,55	-\$449.893,66	-\$349.893,66	-\$249.893,66	-\$149.893,66	-\$49.893,66	\$50.106,34
\$947.987,55	-\$549.893,66	-\$449.893,66	-\$349.893,66	-\$249.893,66	-\$149.893,66	-\$49.893,66
\$1.047.987,55	-\$649.893,66	-\$549.893,66	-\$449.893,66	-\$349.893,66	-\$249.893,66	-\$149.893,66

Elaborado por: Las Tesistas
Fuente: Estado de Resultados

Como se muestra en la anterior tabla los costos variables ubicados en la columna izquierda y las ventas ubicadas en la fila superior, tienen un incremento constante de 100.000 dólares, lo que permite tener variaciones en los costos variables y ventas; y así saber si existe utilidad o pérdida al momento de relacionar las variables involucradas. Las posibles pérdidas son aquellas cantidades de color rojo.

3.2.9 Análisis de las Razones Financieras

Estas razones o índices financieros como también se los conoce serán de mucha ayuda para la toma de decisiones, puesto que permitirá conocer de forma detallada y clara el desempeño de las actividades inherentes al Negocio.

3.2.9.1 Razones de Liquidez

Mide la capacidad que tendrá el Centro de Acopio de Leche para cancelar sus obligaciones adquiridas a corto plazo, dentro de la cual se analizan las siguientes:

Razón Corriente. El resultado obtenido entre la diferencia del activo corriente y el pasivo corriente refleja la capacidad de pago de las deudas contraídas a terceros.

$$\text{Razon corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Razon corriente} = \frac{270345,93}{137527,61}$$

$$\text{Razon corriente} = 1,97$$

El Centro de Acopio posee una razón corriente favorable, puesto que por cada dólar que debe a terceros tiene un respaldo de 1,97 dólares, lo que indica que posee un pasivo corriente ideal para afrontar sus obligaciones.

Capital de trabajo

Este indicador permite determinar al Centro de Acopio la disponibilidad de dinero que se requiere para solventar las operaciones a realizarse dentro del negocio.

TABLA N° 101
CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	VALOR \$/AÑO
Materia Prima	130.234,68
Mano de Obra Directa	10.763,34
CIF	6.722,69
Nomina Administrativa	5.148,21
Depreciación	867,96
Gastos Generales	402,00
TOTAL	154.138,88

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

El capital de trabajo es de 154.138,88 dólares, cantidad que se considera necesaria para la puesta en marcha de la recolección, almacenamiento y venta de la leche cruda.

3.2.9.2 Razones de Endeudamiento

Razón del Nivel de Endeudamiento Externo.

Mide el endeudamiento que tendrá el centro de acopio y la capacidad que tendrá para asumir con la responsabilidad de los pagos, lo cual permitirá saber cual los activos financiados propios y por terceros.

$$\text{Razon de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Activo corriente}}$$

$$\text{Razon de Endeudamiento} = \frac{137527,61}{322260,78}$$

$$\text{Razon de Endeudamiento} = 0,43 \rightarrow 43 \%$$

El Centro de Acopio posee una razón de endeudamiento favorable, puesta que por cada dólar que debe a terceros tiene un respaldo de 0,43 centavos de dólares, lo que

indica que puede cubrir la deuda que tenga con tercero ya que es la parte propia de los socios del mismo

Razón del Nivel de Endeudamiento Interno

$$\text{Razon de Endeudamiento} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo corriente}}$$

$$\text{Razon de Endeudamiento} = \frac{184733,18}{322260,78}$$

$$\text{Razon de Endeudamiento} = 0,57 \rightarrow 57\%$$

El centro de acopio para su endeudamiento interno tiene un activo corriente que para un momento necesitado puede convertirse en efectivo y así que por cada dólar invertido tiene 0,57 centavos para cubrir las deudas

3.2.9.3 Razones de Rentabilidad

Margen Neto de Utilidad

Muestra la eficiencia de las utilidades que se tendrán después de haber descantado todas las erogaciones que existan en el almacenamiento de la leche en el centro de acopio

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{30385,22}{818645,05} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 0,04 \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 4 \%$$

Es decir el centro de acopio tendrá un margen de utilidad de 0,04 centavos lo que podrá servir para el progreso de los mimos para que en un futuro realce la reinversión de sus ganancias.

Margen Bruto de Utilidad

Es aquel margen o ganancia que se tendrá después de haber realizado el pago de los costos que intervienen para el desarrollo del producto es decir son las ganancia que se tendría después de las ventas.

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{50171,67}{818645,05} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 0,0612 \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 6\%$$

El centro de acopio tendrá un margen de utilidad por sus ventas de un 0,06 centavos después de deducir los costos es decir estará realizando sus actividades de una forma eficiente para lo cual está incluido para el precio.

Rentabilidad Sobre el Capital

Indica el rendimiento que se obtendrá por parte de las aportaciones de los socios para pueda mantener el centro de acopio siendo primordial un capital seguro al momento de una falencia económica.

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital}} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{30385,22}{144347,96} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 0,1969 \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 19,69 \%$$

El centro de acopio para el funcionamiento tiene un aporte del capital de socios de 0,19 centavos es decir que existe una efectiva Administración para lo cual permitirá tener activos disponibles.

Rentabilidad Sobre el Patrimonio

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{30.385,22}{184733,18} \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 0,1645 \times 100$$

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = 16,45 \%$$

Esto quiere decir que el centro de acopio durante un año el patrimonio de la empresa tendrá una rentabilidad de 0,16 centavos lo que significa que por cada dólar que se obtiene por las utilidades netas se tendrá un patrimonio positivo.

CONCLUSIONES

- El proyecto de creación de un centro de acopio de leche COMULAC S.A esta orientado a la adquisición de la leche a las familias ganaderas pertenecientes al barrio San Ramón, dando así al producto un control de calidad optimo que permita mantener los nutriente propios de la leche cruda, luego de su almacenamiento y revisión será vendida a las empresas pasteurizadores y queseras aledañas a la parroquia San francisco de Mulaló.
- El motivo de la elaboración de este proyecto se enfocó principalmente a la ayuda socio-económica, dirigida a las familias que se dedican a la extracción y venta de la leche para que por medio de ello mejorar su calidad de vida al momento de incrementar su precio de venta.
- Las encuestas realizadas a los ganaderos del barrio San Ramón reflejaron una aceptabilidad positiva, puesto que el 100% menciono que están gustosos que se cree el centro de acopio de leche, al igual que están dispuestos a vender su producción láctea al mismo.
- Con el estudio de mercado se determinó la oferta como la demanda que tendrá el centro de acopio; considerando la oferta la cantidad total de leche que proveerán los 120 ganaderos al negocio y en cuanto a la demanda se enfoca a las 24 empresas pasteurizadoras y queseras consideras como el mercado meta, tomando en cuenta que existió únicamente un 79% de aceptabilidad por parte de estas.
- La distribución de la leche se realizará mediante un canal directo en el cual estarán involucrados los proveedores de la materia prima, el centro de acopio y las empresas a las cuales se ofertara el producto.

- Los ganaderos del barrio San Ramón aún no se rigen a las normas de higiene que dispuso el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, que es el uso obligatorio de baldes y tanques de acero inoxidable para el almacenaje de la leche, dichas medidas que permitirán que se mantenga en un estado limpio y fuera de impurezas.
- El estudio técnico permitirá conocer de forma clara y precisa los recursos a utilizarse en el proyecto, al igual que como se establecerá la distribución de la planta y por ende el proceso adecuado de las actividades a realizarse en el centro de acopio.
- El presente proyecto requerirá de una inversión total de \$ 213.107,82; de la cual el 30% será por la aportación de los socios con valor de \$ 63.932,34 y el 70% restante se obtendrá de mediante un financiamiento en la corporación financiera nacional a una tasa de una interés del 6,9% anual, establecida esta deuda para 5 años.
- Los estados financieros reflejaron buenos resultados, en especial el balance de resultados el mismo que arrojó una utilidad neta de \$ 30.385,22 tras los descuesto de impuestos y reserva legal establecidos por la ley y para el quinto año se observa una utilidad de \$ 150.465,13, lo que indica que es viable realizar la inversión.
- Por medio de la evaluación financiera nos arrojó los siguiente resultado como es el Valor Actual Neto de 1.065.392,27 y 1.102.163,07 los cuales son positivos, lo que se asume que se puede crear el centro de acopio, en cuanto a la Tasa Interna de Retorno tiene una tasa del 44% que es mayor a las tasas de oportunidad que en este caso son de 15% y 14%, obtenidos estos resultado se concluye que el proyecto es factible.

RECOMENDACIONES

- Para la obtención de un crédito primeramente se debe analizar la actividad comercial del negocio, con el fin de buscar entidades financieras a fines que brinden una tasa de interés baja para el financiamiento del proyecto, el mismo que se pueda pagar puntualmente.
- Realizar una capacitación integra a los ganaderos del barrio San Ramón y al personal del centro de acopio conjuntamente con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Cotopaxi, para que les instruyan de cómo deben cuidar al ganado desde su alimentación y como se debe tratar la leche desde su extracción hasta el almacenamiento de la misma ya que desde sus inicios se debe establecer normas de calidad.
- Para la realización de un centro de acopio se debe realizar un análisis profundo de todos los recursos a utilizar, ya sean estos materiales, económico, tecnológicos y capital humano, al igual que las leyes que rigen a dicho proyecto con el fin de evitar el fracaso del mismo.
- Diseñar estrategias de comercialización en cuanto al producto, precio, plaza y promoción que permitan la expansión del mercado con el fin de lograr los objetivos establecidos por el centro de acopio COMULAC S.A.
- En cuanto a la contratación del personal se aconseja que sean personas pertenecientes al barrio en actual se establecerá el centro de acopio para brindar un beneficio social pues que al crear fuentes de trabajo mejorara la situación económica de los involucrados.

- Para la ejecución del proyecto que en este caso es la creación de un centro de acopio de leche se recomienda seguir la propuesta establecida y así minimizar los riesgos de perdidas fracasos del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BIBLIOGRAFÍA CITADA

BACA, Gabriel. 2006. *Evaluación de Proyectos.* [ed.] Pablo ROIG. quinta edición. 2006. pág. 7.

—. **2006.** *Evaluación de Proyectos.* [ed.] Pablo ROIG. quinta edición. 2006. pág. 92.

—. **2006.** *Evaluación de Proyectos.* [ed.] Pablo ROIG. quinta edición. 2006. pág. 168.

BRAVO, Juan. 2008. *Creación y Dirección de PYMES.* cuarta edición. 2008. pág. 7.

CABRERIZO, M., NAVEROS, J. 2009. *Plan de Negocio Dinámico.* s.l. : editorial Vértice, 2009. pág. 6.

CORDOVA, Marcial. 2011. *Formulación y evaluación de proyectos.* segunda edición . Bogotá : editorial Ecoe-ediciones, 2011. pág. 52.

—. **2011.** *Formulación y evaluación de proyectos.* segunda edición. Bogotá : editorial Ecoe- ediciones, 2011. pág. 106.

COULTER, Roobins. 2009. *La Administración.* octava edición. 2009. pág. 9.

KIRCHNER, Israel. 2009. *El Emprendimiento Social.* primera edición. 2009. pág. 50.

LUDEVID, Manuel.2008.*creacion y desarrollo empresarial. Segunda edición.* pág.74.

MURILLO, Gonzales. 2009. *PYMES.* segunda edición. 2009. pág. 56.

PALACIO, Ivarth. 2010. *Guía práctica para la identificación, formulación y evalaucación de proyectos.* 2010. pág. 20.

PORTER, Michael. 2008. *La Administración.* novena edición. 2008. pág. 7.

PULAMARÍN, Flor. 2012. *Centro de acopio y enfriamiento de leche en la asociacion de productores agropecuarios San Francisco de Monjas bajo de cantón Cayambe.* Quito : s.n., 2012.

TORRES, Pedro. 2008. *Centro de Acopio.* primera edición. 2008. pág. 58.

URBANO, David. 2010. *Invitación al Emprendimiento.* segunda edición. 2010. pág. 30.

VARGAS, Edgar. 2010. *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de leche en el sector de Mindo provincia de Pichincha.* Quito : s.n., 2010.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

BIASCA, Rodolfo, Productividad: un enfoque integral del tema, 1984

CASAL O., Lorena, Gestión de proyectos los elementos básicos a tener en cuenta, primera edición, 2006, p.1- 10

CHAVENATO, Analberto, Proceso administrativo, tercera edición, p. 3- 20

CHÁVEZ, Esteban, Administración de empresas, segunda edición, 2010, p. 21- 24

CHAVARRIA, H., SEPULVEDA, S., ROJAS P., Competitividad, 2002, p. 29- 31

COHEN Ernesto, Evaluación de Proyectos sociales, séptima edición, año 2006, p182-188

DEMING, Edwards, Calidad, Productividad y Competitividad, 1989, pág. 1-191

EROSSA, Victoria, Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología), Editorial Limusa, 1987, p. 77- 110

FERNANDEZ, Ricardo, La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo, 2010, p. 50- 64

FRANCES, Antonio, Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral, año 2006, p. 79- 88

GARCIA, D., FERNANDEZ, I., Distribución en planta, 2005, p. 3-7

GITMAN, Lawrence, Principios de Administración Financiera, Octava edición, edición abreviada, 2000, p. 3- 201

GUERRA, Guillermo, El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI, 2002, p. 102-105

HUERTAS, R., DOMINGUEZ, R., Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas, EdicionsUniversitat Barcelona, 2008, p. 197- 209

JIMENEZ Francisco, Ingeniería económica, primera edición, año 2007 p 81-95

KEAT Paul, Economía de empresas, cuarta edición, año 2004, p574-578

LOPEZ, Jorge, Productividad, 2012, p. 124- 155

MIRANDA M., Juan, Gestión de proyectos, quinta edición, 2006, p. 1- 20

MUNCH, Lourdes, Gestión organizacional enfoque y proceso administrativo, primera edición, 2010. p. 21- 28

NEVADO, Domingo, Cómo gestionar el binomio rentabilidad-productividad: Función económico-financiera, la gestión de procesos, la gestión de la calidad y el cuadro de mando integral, 2007, p. 27- 36

OLAZAVAL Mariano, organización de un centro de acopio edición única año 1980, p 4 -17.

PEZO Alfredo, formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicables, primera edición, año 2005, p 115-125

PORTER, Michael, Ser competitivo, 2009, p. 31- 138

REINOSO Jorge Centro de acopio, Alemania, año 1998p.12 -20

SANCHEZ, María, Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida, Del Blanco editores, 2008, p. 34

SINISTERR, G., POLANCO, L., Contabilidad Administrativa, Ecoe Ediciones, 2007, p. 85-94

SOTO, E., VALENZUELA, P., VERGARA H., Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad, 2003, p. 17- 19

BIBLIOGRAFIA VIRTUAL

<http://www.monografias.com/trabajos96/adecuacion-del-sistema-gestion-calidad/adecuacion-del-sistema-gestion-calidad2.shtml>

<http://es.slideshare.net/JULIETLOFO/leche-de-bufala>

<http://www.natursan.net/leche-de-soja-nutritiva-y-beneficiosa-para-nuestra-salud/>

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Realizar una investigación de mercados mediante la aplicación de encuestas a los ganaderos del barrio San Ramón para medir el nivel de aceptación sobre la creación de un centro de acopio de leche.

INSTRUCCIONES: Por favor lea detenidamente y marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1.- ¿Cuántas cabezas de ganado lechero tiene?

- 1 a 5
- 6 a 10
- 11 a 15
- Más de 16

2.- ¿Cuántos litros de leche produce diariamente?

- 1 a 15
- 16 a 30
- 31 a 45
- Más de 46

3.- ¿Usted comercializa la leche actualmente?

- Si
- No

4.- ¿A quien vende Usted la leche?

Centros de acopio

Lecheros

Empresas lácteas

A personas comunes

5.- ¿A qué precio vende la leche?

25 a 30

31 a 35

36 a 40

Más de 41

6.- ¿Cómo se siente Ud. con el recolector de leche?

Satisfecho

Insatisfecho

7.- ¿Le gustaría que en el barrio se creara un centro de acopio de leche?

Si

No

8.- ¿Estaría dispuesto a vender la leche al centro de acopio de San Ramón?

Si

No

9.- ¿Cuántos litros de leche diariamente estarían dispuesto a ofrecerle al centro de acopio de San Ramón?

1 a 5

6 a 10

11 a 15

Todos los que produce

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

- Buen precio
- Buen trato
- Estabilidad de compra
- Ser socio del centro de acopio

11.- ¿En qué recipientes Ud. almacena la leche?

- Baldes plásticos
- Tinas de acero
- Tanques de acero inoxidable
- Baldes de acero

12.- ¿Qué enfermedades afecta a su ganada vacuno?

- La gripe o fiebre aftosa
- La tos
- La tuberculosis
- Ninguna

13.- ¿A qué precio usted estaría dispuesto vender cada litro de leche para el centro de acopio?

- 0,35 ctvs.
- 0,36 ctvs.
- 0,37 ctvs.

GARCIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2



UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANISTICAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Realizar una investigación de mercados mediante la aplicación de encuestas a las empresas Pasteurizadoras y Queseras para medir el nivel de aceptación sobre la aceptabilidad de la adquisición del producto

INSTRUCCIONES: Por favor lea detenidamente y marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1.- ¿A Usted le gustaría adquirir el producto de un centro de acopio?

SI

NO

2.- ¿Cuántos litros usted estaría dispuesto adquirirís del centro de acopio?

1 a 75

75 a 150

150 a 22

Más de 225

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 3

EMPRESAS PASTEURIZADORAS Y QUESERAS

N°	RAZÓN SOCIAL	PROPIETARIO	PRODUCTOS
1	Lácteos Latacunga	Gonzalo Ramero Álvarez	Quesos, Leche
2	Lácteos Ramírez e hijos	Fernanda Ramírez	Quesos, Leche
3	PATOLAC	Patricio Calvache	Quesos
4	ECUALAC	Carlos Catota	Quesos
5	Lácteos María Belén	Enrique Bombón	Quesos, Leche
6	Lácteos el Márquez	Gonzalo Romero Castillo	Quesos
7	Lácteos Primavera	Juana Calvache	Quesos, Leche
8	Lácteos Cotopaxi	Gonzalo Tapia	Yogurt
9	FRILAC	Hugo Freire	Leche, Yogurt, Quesos
10	Lácteos JR	José Rocha	Quesos, yogurt
11	Lácteos San Jorge JC	Jorge Oswaldo Catota	Quesos
12	Lácteos Joel	Vilma Carrillo	Quesos
13	JC	Jorge Catota	Quesos
14	Lácteos Alfonso Toapanta	Alfonso Toapanta	Quesos
15	Lácteos Rosario Rodríguez	Rosario Rodríguez	Quesos
16	Lácteos Alberto Martínez	Alberto Martínez	Quesos

17	Lácteos Carlota Ávila	Carlota Ávila	Quesos
18	Lácteos Patricio Zapata	Patricio Zapata	Quesos
19	Lácteos Ramiro Cumbagin	Ramiro Cumbagin	Quesos
20	Lácteos Guido Monteros	Guido Monteros	Quesos
21	Lácteos Carlos Guano	Carlos Guano	Quesos, Leche, Yogurt
22	MC LA PURISIMA	Fernanda Calala	Quesos, Leche
23	Lácteos Rumipamba	Manuel Taipicaña	Quesos, Leche, Yogurt
24	Lácteos San Luis	Luis Iza	Quesos, Yogurt
25	Quesos Santa Martha	Edgar Guano	Quesos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Las Tesistas

ANEXO 4

FINANCIAMIENTO DE LA CORPTACIÓN FINANCIERA NACIONAL

No.	CONDICIONES	3. FINANCIAMIENTO CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA (DIR-013-2014)
1.	BENEFICIARIO FINAL	Persona natural o jurídica que cuente con un proyecto nuevo o de ampliación enmarcado en las actividades económicas correspondientes a las cadenas productivas priorizadas definidas por el Comité Interinstitucional de Cambio de la Matriz Productiva y los productos contemplados por el Ministerio de Coordinación de la Política Económica en los ejes estratégicos (fomento de exportaciones, sustitución de importaciones y generación de valor agregado e innovación).
2.	DESTINO	Activos fijos.
3.	TASA DE INTERÉS	Anual fija del 6,9%.
4.	PLAZO	Hasta 15 años en función del flujo del proyecto.
5.	MONTO MÍNIMO DE FINANCIAMIENTO	Desde USD 50.000.
6.	MONTO MÁXIMO DE FINANCIAMIENTO	Hasta USD 25 millones por sujeto de crédito y USD 50 millones por grupo económico.
7.	PERÍODO DE GRACIA	Hasta 24 meses, en función del flujo del proyecto.
8.	FINANCIAMIENTO CFN	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos nuevos: hasta el 70% del plan de inversión(DIR-032-2014). • Proyectos de ampliación: hasta el 90% del plan de inversión(DIR-032-2014).
9.	ACTIVIDADES FINANCIABLES	Actividades económicas correspondientes a las cadenas productivas priorizadas y a los productos de los ejes estratégicos de fomento de exportaciones, sustitución de importaciones, generación de valor agregado e innovación.
10.	ANTIGÜEDAD DE LAS INVERSIONES	No se considerará antigüedad de las inversiones.
11.	CONSIDERACIONES ESPECIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Para aquellas políticas no establecidas en la descripción de esta facilidad, aplicarán las constantes en el Manual de Crédito de Primer Piso y demás normas constantes en la Normativa de la CFN sobre crédito de Primer Piso. • Para proyectos de ampliación, aplicará para aquellos clientes que hayan evidenciado un buen comportamiento crediticio a satisfacción de la CFN(DIR-032-2014).

ANEXO N° 5

TABLA OFICIAL DEL MAGAP PARA LA CALIDAD DE LECHE

TABLA OFICIAL DE PAGO AL PRODUCTOR MAS CALIDAD													
PROPUESTA MAGAP													
PRECIO BASE		0,4200		INGRESE SU PRECIO		0,4200		Index % sobre precio de sustentacion					
Base contenido GRASA		3,00		\$/Kg Grasa		2,4		Por decima % Grasa		0,0024		0,5714 %	
Base contenido PROTEINA		2,90		\$/Kg Proteina		4,5		Por decima % Proteina		0,0045		1,0714 %	
Proteina ->													
Grasa	2,80	2,90	3,00	3,10	3,20	3,30	3,40	3,50	3,60	3,70	3,80	3,90	4,00
3,0	0,4155	0,4200	0,4245	0,4290	0,4335	0,4380	0,4425	0,4470	0,4515	0,4560	0,4605	0,4650	0,4695
3,1	0,4179	0,4224	0,4269	0,4314	0,4359	0,4404	0,4449	0,4494	0,4539	0,4584	0,4629	0,4674	0,4719
3,2	0,4203	0,4248	0,4293	0,4338	0,4383	0,4428	0,4473	0,4518	0,4563	0,4608	0,4653	0,4698	0,4743
3,3	0,4227	0,4272	0,4317	0,4362	0,4407	0,4452	0,4497	0,4542	0,4587	0,4632	0,4677	0,4722	0,4767
3,4	0,4251	0,4296	0,4341	0,4386	0,4431	0,4476	0,4521	0,4566	0,4611	0,4656	0,4701	0,4746	0,4791
3,5	0,4275	0,4320	0,4365	0,4410	0,4455	0,4500	0,4545	0,4590	0,4635	0,4680	0,4725	0,4770	0,4815
3,6	0,4299	0,4344	0,4389	0,4434	0,4479	0,4524	0,4569	0,4614	0,4659	0,4704	0,4749	0,4794	0,4839
3,7	0,4323	0,4368	0,4413	0,4458	0,4503	0,4548	0,4593	0,4638	0,4683	0,4728	0,4773	0,4818	0,4863
3,8	0,4347	0,4392	0,4437	0,4482	0,4527	0,4572	0,4617	0,4662	0,4707	0,4752	0,4797	0,4842	0,4887
3,9	0,4371	0,4416	0,4461	0,4506	0,4551	0,4596	0,4641	0,4686	0,4731	0,4776	0,4821	0,4866	0,4911
4,0	0,4395	0,4440	0,4485	0,4530	0,4575	0,4620	0,4665	0,4710	0,4755	0,4800	0,4845	0,4890	0,4935
4,1	0,4419	0,4464	0,4509	0,4554	0,4599	0,4644	0,4689	0,4734	0,4779	0,4824	0,4869	0,4914	0,4959
4,2	0,4443	0,4488	0,4533	0,4578	0,4623	0,4668	0,4713	0,4758	0,4803	0,4848	0,4893	0,4938	0,4983
4,3	0,4467	0,4512	0,4557	0,4602	0,4647	0,4692	0,4737	0,4782	0,4827	0,4872	0,4917	0,4962	0,5007
4,4	0,4491	0,4536	0,4581	0,4626	0,4671	0,4716	0,4761	0,4806	0,4851	0,4896	0,4941	0,4986	0,5031
4,5	0,4515	0,4560	0,4605	0,4650	0,4695	0,4740	0,4785	0,4830	0,4875	0,4920	0,4965	0,5010	0,5055

Fuente: <http://cilec.ups.edu.ec/documents/4578433/4594388/Acuerdo+394+Leche+PAGO+POR+CALIDAD>.

