



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR EN LA CIUDAD DE
SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA, EN EL AÑO 2014”**

AUTOR:

ADRIAN PATRICIO REA BELTRÁN

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, ha sido desarrollado por el Sr. Adrián Patricio Rea Beltrán, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Marco Vinicio Salazar Tenelanda
DIRECTOR DE TRIBUNAL

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE CORRESPONSABILIDAD

Yo, Adrián Patricio Rea Beltrán, estudiante de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que el trabajo de titulación que presento es auténtico y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

ADRIAN PATRICIO REA BELTRÁN

INDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Certificación del tribunal	ii
certificado de corresponsabilidad	iii
índice de contenidos.....	iv
Índice de cuadros	viii
Índice de gráficos.....	x
Índice de anexos.....	xi
Resumen ejecutivo.....	xii
Summary.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1. Formulación del problema de investigación.	3
1.1.2. Delimitación del problema.	4
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.3. OBJETIVOS	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	6
2.1.1. Historia del licor.....	6
2.1.2. Licor aguardiente.....	6
2.1.3. La caña de azúcar	6
2.1.4. Clima	6
2.1.5. Siembra.....	7
2.1.6. Usos de la caña.....	7
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	8
2.2.1. Empresa.....	8
2.2.2. Modelos de negocios	8
2.2.3. Propuesta de valor para emprendimientos.	10
2.2.4. Estudio de mercado	10

2.2.5.	Emprendedor	13
2.2.6.	Emprendimiento	13
2.2.7.	Estudio de proyectos	13
2.2.8.	Industrialización	13
2.2.9.	Producto principal	13
2.2.10.	Mercado demandante:	13
2.2.11.	Factibilidad:.....	14
2.2.12.	Planes	14
2.2.13.	Planeacion	14
2.2.14.	Presupuestos	14
2.2.15.	Ventaja competitiva.....	14
2.2.16.	Definiciones según el libro de (Jack, 2010)	14
2.3.	HIPÓTESIS	16
2.3.1.	Hipótesis específicas	16
2.4.	VARIABLES	16
2.4.1.	Variable independiente.....	16
2.4.2.	Variable dependiente.....	16
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		17
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	17
3.1.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	17
3.1.1.	Diseño de la investigación.....	17
3.2.	POBLACIÓN Y MUESTRA	17
3.2.1.	Población.....	17
3.2.2.	Muestra.....	17
3.2.3.	Cálculo de la muestra	18
3.2.3.1.	Segmentos de mercado.....	18
3.2.3.2.	Consideraciones de la muestra	18
3.2.3.3.	Descripción de las variables	19
3.3.	Métodos, Técnicas e Instrumentación.....	20
3.3.1.	Método	20
3.3.2.	Técnicas.....	20
3.3.3.	Encuesta piloto:	20
3.3.4.	Encuestas	20

3.3.5.	Entrevista.....	20
3.3.6.	Instrumentos	20
3.4.	RESULTADOS	21
3.5.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	32
3.5.1.	Análisis y proyección de la demanda.....	32
3.5.2.	Proyección de la demanda.....	32
3.5.3.	Análisis y proyección de la oferta	34
3.5.4.	Balance oferta demanda	35
3.5.5.	Participación del proyecto	36
	CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO	37
4.1.	ESTUDIO TÉCNICO	37
4.1.1.	Ingeniería del proyecto.....	37
4.1.2.	Obras civiles e infraestructura.....	37
4.1.3.	Procesos de producción	37
4.2.	Determinación del tamaño de la planta	42
4.2.1.	La capacidad de la planta frente a la demanda.....	42
4.2.2.	Disponibilidad de capital y los insumos.....	42
4.2.3.	Distribución de la planta	43
4.2.4.	Localización del proyecto	44
4.2.5.	Macro localización	45
4.2.6.	Micro localización.....	46
4.3.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	47
4.3.1.	Organización de la empresa	47
4.3.2.	Aspectos administrativos.....	48
4.3.3.	Esencia del negocio	48
4.3.4.	Misión.....	49
4.3.5.	Visión	50
4.3.6.	Valores	51
4.3.7.	Organigrama.....	52
4.3.8.	Descripción de funciones	53
4.3.9.	Formas de organización legal de la empresa.....	55
4.3.10.	Atributos de la empresa.....	56
4.3.11.	Requerimientos para la constitución de la cía.	56

4.3.12.	Procedimiento para la constitución de la empresa	57
4.3.13.	Foda.....	59
4.3.14.	Análisis step	64
4.3.15.	Análisis de precios	64
4.4.	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	64
4.4.1.	Canales de distribución	64
4.4.2.	Marketing	65
4.4.3.	Comunicación.....	65
4.4.4.	Alcance.....	65
4.5.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERA	66
4.5.1.	Plan de inversiones.....	66
4.5.2.	Costo de la infraestructura de la planta	66
4.5.3.	Activos fijos Operativos.....	67
4.5.4.	Activos Fijos Administrativos.....	68
4.5.5.	Activos diferidos	69
4.5.6.	Costo del proyecto.....	70
4.5.7.	Gasto de administración y servicios.....	73
4.5.7.	Clasificación de los costos	75
4.5.8.	Determinación del precio	76
4.5.9.	Financiamiento	76
4.5.10.	Ingresos	80
4.5.11.	Estados financieros.....	80
4.5.12.	Valor actual neto (van).....	82
4.5.13.	Tasa interna de recuperación (tir).....	83
4.5.14	Relación beneficio costo	84
4.5.15	Periodo de recuperación.....	84
4.6.	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	85
4.6.1.	Identificación del medio.....	85
4.6.2.	Impacto ambiental positivo	86
	CONCLUSIONES	87
	RECOMENDACIONES.....	88
	BIBLIOGRAFÍA	89
	LINKOGRAFÍA	90

ANEXOS.....	91
-------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Segmento de mercado	18
Cuadro 2: Edad de encuestados	22
Cuadro 3: Consumo de licor	23
Cuadro 4: Frecuencia de Consumo de licor.....	24
Cuadro 5: Cantidad de Licor Consumido	25
Cuadro 6: Tipo de bebida que consume.....	26
Cuadro 7: Donde Adquiere su Bebida	27
Cuadro 8: Ha degustado el Licor del Sr. Jorge Armijos.....	28
Cuadro 9: Motivos de Consumo de Licor.....	29
Cuadro 10: Precio de Licor.....	30
Cuadro 11: Que estación de radio escucha	31
Cuadro 12: Demanda actual.....	32
Cuadro 13: Proyección de la Demanda.....	33
Cuadro 14: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro	34
Cuadro 15: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro	35
Cuadro 16: Participación del proyecto.....	36
Cuadro 17: Componente del área del proyecto.....	42
Cuadro 18: Factores para la calificación de la localidad	44
Cuadro 19: Ponderación para la localización	44
Cuadro 20: Descripción del Nombre de la Empresa.....	48
Cuadro 21: Misión	49
Cuadro 22: Visión.....	50
Cuadro 23: Valores	51
Cuadro 24: Descripciones del Organigrama.....	52
Cuadro 25: Descripciones de perfiles	53
Cuadro 26: Atributos de la Empresa.....	56
Cuadro 27: Matriz foda.....	61
Cuadro 28: Foda ponderado.....	62

Cuadro 29: Foda estratégico	63
Cuadro 30: Análisis step	64
Cuadro 31: Infraestructura de la planta.....	67
Cuadro 32: Costo de maquinaria	67
Cuadro 33: Equipo de oficina	68
Cuadro 34: Muebles y enseres	68
Cuadro 35: Suministros de oficina.....	69
Cuadro 36: Activos diferidos.....	69
Cuadro 37: Constitución de la empresa	70
Cuadro 38: Materia prima.....	70
Cuadro 39: Material directo	70
Cuadro 40: Mano de obra directo	71
Cuadro 41: Mano de obra directo	71
Cuadro 42: Depreciaciones	72
Cuadro 43: Amortización.....	73
Cuadro 44: Servicios básicos	73
Cuadro 45: Mantenimiento	74
Cuadro 46: Gastos de ventas anuales.....	74
Cuadro 47: Costo unitario de producción	76
Cuadro 48: Financiamiento.....	77
Cuadro 49: Inversiones fijas	78
Cuadro 50: Inversiones diferidas	78
Cuadro 51: Resumen de la inversión	79
Cuadro 52: Estructura del financiamiento	79
Cuadro 53: Estimación de los ingresos	80
Cuadro 54: Estado de resultados proyectado	80
Cuadro 55: Balance general proyectado	81
Cuadro 56: Flujo neto de efectivo.....	82
Cuadro 57: Cálculo del valor actual neto (van)	83
Cuadro 58: Cálculo de la relación beneficio costo (rbc)	84
Cuadro 59: Cálculo del periodo de recuperación de la inversión (pri).....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género de encuestados	21
Gráfico 2: Edad de Encuestados	22
Gráfico 3: Consumo de licor	23
Gráfico 4: frecuencia de Consumo	24
Gráfico 5: Cantidad de licor consumido	25
Gráfico 6: Tipo de Bebida que consume	26
Gráfico 7: Donde adquiere su bebida	27
Gráfico 8: Ha degustado el Licor del Sr. Jorge Armijos	28
Gráfico 9: Motivos de Consumo de Licor	29
Gráfico 10: Precio de Licor	30
Gráfico 11: Que estación de radio escucha	31
Gráfico 12: Proyección de la Demanda	33
Gráfico 13: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro	34
Gráfico 14: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro	35
Gráfico 15: Participación del proyecto	36
Gráfico 16: Componente del área del proyecto	43
Gráfico 17: Mapa de la Prov. de Loja	45
Gráfico 18: Mapa del Cantón Saraguro	46
Gráfico 19: Croquis de la Planta	47
Gráfico 20: Organigrama	52
Gráfico 21: Superintendencia de Cías	58
Gráfico 22: Slogan de la Empresa	66

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	91
Anexo 2: Escritura de constitución	93
Anexo 3: Oficio de petición a la superintendencia	101
Anexo 4: Proforma de envasadora	102
Anexo 5: Tanques de fermentación	103
Anexo 6: Proforma de alambique	103
Anexo 7: Proforma de equipo de computo	103
Anexo 8: Proforma alcoholimetro	104
Anexo 9: Proforma de la botella	104
Anexo 10: Tabla de amortización	105
Anexo 11: Trípticos	107

RESUMEN EJECUTIVO

La presente Investigación tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa procesadora de licor en la ciudad de Saraguro, provincia de Loja. Este proyecto se desarrolló en base a los siguientes estudios: mercado, técnico, económico financiero y de Impacto Ambiental.

El estudio de mercado estableció una demanda insatisfecha de producción y comercialización de licor en el Cantón Saraguro de 7616 litros para el año 2015, la empresa cubrirá el 53% de la demanda. El tamaño y la Localización de la planta se basan de acuerdo a directrices, para lo cual se implantara en la provincia de Loja, cantón Saraguro, Parroquia Cumbe, barrio Chayazapa. El proyecto requiere una inversión total de \$ 65.995,08, en activo fijo \$ 61.970,94, capital de trabajo \$ 33.529,66, Gastos diferidos \$ 1.230,00. Fuente de Financiamiento en LA COAC Jardín Azuayo a una tasa de interés del 12.7% anual para 5 años de plazo.

El financiamiento que se obtendrá será del 30%, y 70% representa capital propio. De la misma manera se tiene como resultado los siguientes indicadores: Van \$ 27.791,43; Tir 38,63%; Relación beneficio \$ 1,48. En base a estos indicadores se recomienda la implementación del proyecto.

Palabras Claves: viabilidad, factibilidad, comercialización, creación de empresa, Impacto Ambiental, estudio de mercado

Ing. Marco Vinicio Salazar Tenelanda

DIRECTOR DEL TRIBUNAL

SUMMARY

This research to determine the feasibility of creating a liquor processing company in the town of Saraguro, Loja province. This Project was developed base on the following studies: market, technical, economic, financial and enviromental impact.

Market research established an unmet demand for production and marketing of liquor in the Saraguro canton of 7616 liters by 2015, the company covers 53% of demand. The size and location of the plant are based in accordance with guidelines, for which it is implanted in the province of Loja, Saraguro canton, Chayazapa Cumbe parish neighborhood. The Project requires a total investment of \$ 65,995.08, \$ 61,970.94 in fixed assets, working capital, \$ 33,529.66, \$ 1,230.00 Deferred expenses. Source of funding in COAC Garden Azuayo at an interest rate of 12.7% per year for years term.

The financing will be obtained is 30%, and 70% is equity. Likewise it has resulted in the following indicators: Van \$ 27,791.43; Tir 38.63; \$1,48 benefit ratio. Base on these indicators the Project implementation is recommended.

Keywords: practicality, feasibility, marketing, business creation, environmental impact, market research.

INTRODUCCIÓN

Nuestro país es reconocido por la Organización Mundial de Conservación (WWF), por su ubicación geográfica estratégica en el planeta, del tal manera cuenta con regiones de excepcional características óptimas para la gran riqueza y diversidad frutícola, debido a que sus suelos son fértiles en cualquier estación del año.

El Ecuador, se caracteriza por ser un país comercializador de productos primarios, sin aprovechar de mejor manera los mismos en elaboración de producto terminado, por lo que es importante incentivar el desarrollo artesanal, mediante la industrialización donde permita añadirle un valor agregado al transformarlo de materia prima en Producto listo para el consumo.

El proyecto de factibilidad, pretende contribuir con el país incentivando la producción Nacional que hoy en día se está apoyando por parte de las Autoridades vigentes. De la misma manera la creación de la empresa productora y comercializadora de Licor, va a contribuir con el desarrollo social y económico de la localidad, porque se dotará de empleo a las familias. Otro aspecto importante a considerar al implantar la empresa, es realizar un producto de moderación a un precio accesible y de calidad para los consumidores. Entre los objetivos del Proyecto está que el producto sea una bebida alternativa frente a las costosas bebidas importadas y los licores de mala calidad de nuestro país, que no cuentan con un Registro Sanitario el mismo que se comercializa de manera Ilícita.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad frente al creciente consumo de licores adulterados, con diferentes estupefacientes, y por otro lado las importaciones de distintas clases de licor a precios excesivamente caros. La sociedad en general, se encuentra **PREOCUPADA** al momento de consumir cualquier tipo de licor, por los casos graves de muerte que se han presentado por causa de licor adulterado, ya sea de contrabando o de las mejores marcas en el mercado. Las empresas de producción y artesanos no cuentan con normas de calidad al momento de la elaboración, por lo que es alarmante la clase del producto listo para el consumo.

Las fuentes de trabajo en las zonas rurales cada vez son escasas, por la razón que los agricultores dejan de producir, para salir a la ciudad en busca de mejores oportunidades para su familia, quedando los terrenos rurales desiertos o solos destinados para la ganadería.

El Ecuador, es un país con diversidad de riquezas frutícolas las mismas que se cultivan por las zonas y su clima único que tienen, la producción de caña tiene gran acogida por los agricultores, quienes sólo se han dedicado al cultivo siendo proveedores directos de materia prima para empresas que se dedican exclusivamente a la obtención de azúcar y panela, también los artesanos, obtienen aguardiente el mismos que es destinado como materia prima a empresas de producción para elaboración de licores procesados, para lo cual los transformadores de licores perciben los mejores ingresos, mas no los artesanos, quienes son los que realizan todo el esfuerzo físico y económico, para producción del aguardiente.

TEMA: Plan para la elaboración de Licores de frutas tropicales del Ecuador

AUTOR: Jorge Luis Lastra

DESCRIPCIÓN:

En el mundo actual el mercado y su estructura son factores predominantes para el desarrollo de cualquier proyecto, el estudio de mercado pues así, consiste en la

determinación de la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado por la competencia. Mediante el estudio de mercado es posible la recopilación de información lo cual se ve reflejado en la toma de decisiones. Ya en el caso de nuestro país, considerando su diversidad agrícola, es conveniente pensar en elaborar un producto que permita la utilización de materia prima como son el arazá, café, cacao para ser industrializados, es un paso importante para el desarrollo agroindustrial y económico del país y que además permita añadirle un valor agregado al transformarlo en producto terminado.

TEMA: Obtención de Alcohol a partir de jugo de caña, cachaza y melaza, mediante la incorporación de dos niveles de fermento.

AUTOR: Campués Tulcán Jenny Karina; Tarupí Rosero Juan Carlos

DESCRIPCIÓN:

El Ecuador presenta condiciones climáticas apropiadas para el desarrollo de varios cultivos, entre ellos la caña de azúcar, de la misma que puede obtenerse varios productos y subproductos. Los medianos y pequeños agricultores están incrementando la superficie de siembra de la caña de azúcar, debido a la excesiva demanda de los productos derivados de la misma, el cual es consumido tanto por el mercado nacional e internacional.

La caña de azúcar es una de los productos principales en el país. Según estadísticas del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca (MAGAP), el Ecuador tiene 72.000 hectáreas sembradas de caña de azúcar de las cuales 6.745 son destinadas a la producción de azúcar que es utilizada por el ingenio de Tababuela (IANCEM), y unas 637 hectáreas son destinadas a la producción de panela y alcohol principalmente en la zona

1.1.1. Formulación del problema de investigación.

¿De qué manera un estudio de factibilidad podrá determinar la factibilidad del proyecto de creación de una empresa de producción y comercialización de licor en la ciudad de Saraguro, provincia de Loja?

1.1.2. Delimitación del problema.

Los lineamientos principales del Proyecto de Factibilidad así como el diagnóstico empresarial y el desarrollo de los procesos de creación y comercialización de empresas, entendiendo como procesos a las actividades estratégicas para poner en marcha la empresa que se llevará a cabo en la ciudad de Saraguro, provincia de Loja, en el año 2014.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto pretende contribuir con la producción nacional activando el aparato productivo del sector agrícola y artesanal, teniendo en cuenta que para producción del licor se requiere de materia prima que es la caña, este tipo de caña se produce en este sector lo que permitirá impulsar al desarrollo económico de la zona y a la vez crear fuentes de trabajo, pues toda empresa tiene el deber de aportar a la sociedad y mediante este también alcanza sus objetivos que generan un beneficio total, dando como resultado un desarrollo en todos los ámbitos.

La creación de una empresa productora y comercializadora de licor de caña tiene como fin, proporcionar un licor de moderación a un costo accesible y en una nueva variedad, la cual no se encuentra en el mercado de manera legal, o sólo se puede hallar licores importados. La producción está dedicada exclusivamente para el público adulto que tiene mayor inclinación por productos elaborados artesanalmente; ya que, en su elaboración el productor pone un minucioso énfasis en los detalles.

Este proyecto va encaminado a aprovechar los recursos frutícolas que posee el país, como también la demanda que el producto posee en el mismo, tomando en cuenta la ventaja comparativa que los países subdesarrollados tienen sobre los otros países en relación a la existencia de variados suelos y climas que generan excepcionales condiciones para la agricultura, las riquezas agrícolas vendría a ser un contribuyente al crecimiento de los mismos, orientándonos a elaboración del Licor de Caña, la razón de ser de esta empresa, es ofrecer un producto que mantenga las características de la fruta.

Donde se va a dirigir la producción del licor de caña es en Saraguro-Loja, pues para su producción, se necesita la caña familia de las gramíneas que se produce en la sierra ya que tiende a ser más dulce y concentrada que las producidas en la costa y tiene mejor calidad y su distribución lo haremos en el cantón Saraguro.

Este licor a más de ser una bebida de moderación que posee un exquisito sabor, al ser producida a base de caña, además busca brindar una alternativa diferente al consumidor para que pueda elegir, esto se obtendrá sujetándose al estudio de mercado el cual dará pautas a la empresa para desarrollarse.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de licor en la ciudad de Saraguro, provincia de Loja, durante el periodo 2014.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Elaborar el análisis del diagnóstico situacional de la localidad, para identificar factores claves para el éxito de la creación de la empresa.
- Realizar el estudio de mercado para la creación de la empresa, para obtener el nivel de aceptación de los clientes potenciales.
- Definir los lineamientos generales para la creación de la empresa: aspectos legales, políticas y asignación de los recursos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

2.1.1. Historia del licor

Ya desde la antigüedad, los alquimistas árabes utilizaban unos artilugios denominados alambiques y alquitaras para fabricar medicinas, perfumes, aceites esenciales y pócimas de belleza. Uno de los productos más apreciados y populares era el Kohol, esa especie de pintura de ojos que siguen usando hoy día nuestras mujeres y algunos hombres en regiones como la India y que, además de su función estética como maquillaje, sirve también para aliviar ciertas afecciones cutáneas de los párpados. (Iglesias, 2011)

2.1.2. Licor aguardiente

Pepe Iglesias (2011) expone que el licor es una bebida espirituosa que, por destilación, se saca del vino y de otras sustancias; es alcohol diluido en agua. Aguardiente de caña, de guindas, de cazalla.

2.1.3. La caña de azúcar

Subiros (2013), acota que la caña de azúcar es una gramínea trópica, un pasto gigante emparentado con el sorgo y el maíz. Tiene un tallo macizo de 2 a 5 metros de altura con 5 ó 6 cm. El sistema radicular lo compone un robusto rizoma subterráneo; el tallo acumula un jugo rico en sacarosa, compuesto que al ser extraído y cristalizado en el ingenio forma azúcar. De la misma manera la caña es utilizada para realizar las fermentaciones y posterior a elaborar el licor.

2.1.4. Clima

Subiros (2013) argumenta, la temperatura, la humedad y la luminosidad, son los principales factores del clima que controlan el desarrollo de la caña. La caña de azúcar es una planta tropical que se desarrolla mejor en lugares calientes y soleados. Cuando prevalecen temperaturas altas la caña de azúcar alcanza un gran crecimiento vegetativo y bajo estas condiciones la fotosíntesis se desplaza, hacia la producción de carbohidratos de alto peso molecular, como la celulosa y otras materias que constituyen el follaje y el soporte fibroso del tallo. Es indispensable también proporcionar una adecuada cantidad de agua a la caña durante su desarrollo, para que permita la

Absorción, transporte y asimilación de nutrientes. La caña de azúcar se cultiva con éxito en la mayoría de suelos, estos deben contener materia orgánica y presentar buen drenaje tanto externo como interno y que su PH oscile entre 5.5 a 7.8 para su óptimo desarrollo. Se reportan buenos resultados de rendimiento y de azúcar en suelo de textura franco limoso y franco arenoso

2.1.5. Siembra

Subiros (2013) señala que la caña se reproduce por trozos de tallo, se recomienda que la siembra se realice de Este a Oeste para lograr una mayor captación de luz solar. El material de siembra debe ser de preferencia de cultivos sanos y vigorosos, con una edad de seis a nueve meses, se recomienda utilizar la parte media del tallo, se debe utilizar preferentemente esquejes con 3 yemas. El tapado de la semilla oscila entre 20 a 25 cm, con una distancia entre surco de 1.30 a 1.50 m. La semilla debe quedar cubierta con 5 cm de suelo, el espesor de la tierra que se aplica para tapar la semilla no solo influencia la germinación y el establecimiento de la población, sino también el desarrollo temprano de las plantas.

2.1.6. Usos de la caña

Para el autor la caña de azúcar se utiliza preferentemente para la producción de azúcar, adicionalmente se puede utilizar como fuente de materias primas para una amplia gama de derivados, algunos de los cuales constituyen alternativas de sustitución de otros productos con impacto ecológico adverso como: cemento, papel obtenido a partir de la pulpa de madera. Los residuales y subproductos de esta industria, especialmente los mostos de las destilerías contienen una gran cantidad de nutrientes orgánicos que permiten su reciclaje en forma de abono, alimento animal, etc. En este sentido es importante señalar el empleo de la cachaza como fertilizante, las mieles finales y los jugos del proceso de producción de azúcar pueden emplearse para la producción de alcohol, lo que permite disponer de un combustible líquido de forma renovable y la incorporación de los derivados tradicionales como: tableros aglomerados, papel y cartón, cultivos alternativos para alimento animal y mieles finales. Una pequeña parte la caña de azúcar tiene fines de producción de piloncillo, el cual se obtiene de la concentración y evaporación libre del jugo de la caña, también es conocido como panela. EL piloncillo tiene varios usos, como materia prima en la industria de la repostería, pastelería, y como endulzante en diversos alimentos y también se usa para la

elaboración de alcohol y otros licores. Otra cantidad de caña aún más pequeña se utiliza como fruta de estación (**Subiros,2013**)

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. Empresa

Echeverría (2011), define que una empresa es la combinación de factores cuya unidad dispone de unos determinados factores de producción los cuales se combina por decisión del hombre, para conseguir unos productos y/o servicios que se venden.

Definición de empresa.

Como Organización.- La empresa es la suma de diferentes componentes:

- Un objeto en común.
- Un conjunto de personas y medios.
- Un estudio combinado
- Un sistema de dependencias y relaciones que aseguren la coordinación.

Zirrelli (2010) define la empresa como un conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que la componen.

2.2.2. Modelos de negocios

Aquiliano (2001), define el modelo de negocio es la descripción de la forma en que una organización crea, captura y entrega un valor económico y social.

Así mismo el Autor, propone que los elementos del modelo de negocios dependen del giro del mismo, los principales componentes tenemos:

- **DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO:** es cuando el cliente percibe que obtiene más valor del que otros productos ofrecen. Existen ocho tipos de diferenciaciones: ventajas de los productos, adelantarse a la competencia, ubicación, servicio, combinación productos/servicios, funcionalidad, alianzas con otras empresas reputación.

- **DIFERENCIACIÓN MEDIANTE BAJOS COSTOS:** con esta ventaja el cliente percibe que el costo del producto es menor de la competencia, con relación del beneficio que recibe de él.
- **MERCADOS Y CLIENTES:** el alcance define los segmentos de mercado o áreas geográficas en donde se ofrecerá el valor, así como la definición de los diferentes tipos de productos o servicios derivados del valor. Una empresa puede definir su mercado tanto del modo residencial, con base en el estilo de vida e ingresos, como empresarial, tomando en cuenta su ubicación y sofisticación técnica.
- **DIMENSIONAMIENTO FINANCIERO:** una parte importante de beneficiarse del valor que la empresa ofrecen a sus clientes es contar con una estrategia de fijación de precios apropiada. Si se cuenta con una mala estrategia de precios, no solo se disminuyen ganancias, sino que también pudiera significar el acabar con el producto. El precio puede ser fijo, negociable, determinado por subasta o por intercambios, entre otros, dependiendo de la estrategia que defina la empresa.
- **MODELOS DE INGRESOS:** un factor crucial de análisis del modelo de negocio es la determinación de las fuentes de ingresos y beneficios de la empresa. En la actualidad, la mayor parte de empresas recibe sus ingresos directamente de la venta de sus productos o servicios. Algunas otras empresas reciben sus ganancias de la venta de los productos o servicios, además de los servicios que brindan. Si se tiene una idea clara de las fuentes de ingresos, la empresa podrá tener la posibilidad de tomar mejores decisiones estratégicas.
- **CADENA DE VALOR Y ESTRUCTURA DE PROCESOS:** para entregar valor al cliente, las empresas deben realizar actividades que apuntalan el valor, esas tareas se interconectan para generar valor a la empresa. Estas actividades son conocidas como cadena valor, debido a que el valor es agregado a los componentes o al conocimiento conforme avanza dentro de la cadena; para ofrecer mayor valor a los clientes, las empresas deben seleccionar con cuidado cuales actividades realiza y cuando las ejecuta.
- **RECURSOS E INFRAESTRUCTURA:** define la implementación (operación), mediante los recursos e infraestructura (organización) de la empresa, al identificar su relación con la estrategia, la estructura, los sistemas y la gente.
- **CAPACIDAD EN ENTREGA DE SERVICIOS O PRODUCTOS:** permite a la empresa tener una ventaja competitiva porque ofrece a los clientes un mejor valor

que sus competidores. El grado en que la ventaja es sostenible depende de cuan inimitable y difícil de sustituir sea.

- **SUSTENTABILIDAD:** para sostener una ventaja competitiva, las empresas pueden, de acuerdo con sus capacidades, entorno y tecnología empleada, utilizar una de las siguientes estrategias genéricas: La del bloqueo creando barreras para que no las imiten, innovación frecuente o mediante alianzas estratégicas para fortalecer su modelo de negocio.

2.2.3. Propuesta de valor para emprendimientos.

La propuesta de valor es definida por **Metzgel y Donaire en 2013**, como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. Además, comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado y definir como se quiere ser y como se espera que el mercado me perciba.

De la misma manera los autores acotan que la propuesta de valor tiene que cumplir con las siguientes características:

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a sus clientes.
- Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.
- Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de competencia.
- Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

2.2.4. Estudio de mercado

Según **Carvajal (2010)**, Define al estudio de mercado como una cuidadosa labor de recopilación, anotación y análisis de datos acerca de problemas relacionados con la comercialización de bienes y servicios.

Chain (2011), argumenta que la economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas. Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su particular.

Cualquier proyecto que se esté evaluando, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos y objetivos propuestos.

a) Pasos para el estudio de mercado

Chain (2010), estructura el estudio de mercado

- Definición del problema.
- Necesidades y fuentes de información.
- Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de los datos.
- Procesamiento y análisis de datos.
- Informe.

El Autor señala que los principales **factores subjetivos** o emocionales se asocian con la moda, la marca, el nivel de exclusividad y la confianza sobre aspectos inmedibles por el decisor: existencia de repuestos, servicios de posventa.

Por otra parte, entre los factores objetivos o racionales se destacan la comparación de precios, formas y condiciones de crédito o la antigüedad y prestigio de una empresa.

b) Etapas en su estudio

El autor señala que tenemos tres etapas de estudio:

1. Análisis del comportamiento histórico
2. Estudio de la situación vigente
3. Estimación de la situación futura con y sin el proyecto.

c) Estudio del comportamiento histórico

Chain (2010) indica que para recolectar información cuantitativa que pueda servir para identificar experiencias exitosas y fracasos que otros agentes económicos haya tomada en el pasado, de manera tal que se pueda explicar las relaciones causa-efecto.

d) Análisis de la situación vigente

La importancia de realizar este estudio es que permite la identificación de los precios de equilibrio vigentes en los mercados de los insumos y del producto o servicio.

e) Estimación de la situación futura con y sin el proyecto

La proyección de comportamientos futuros basados solo en consideraciones históricas y vigentes, conlleva el problema de suponer el mantenimiento de las variables condicionantes de ese comportamiento pasado y actual. A veces, la sola creación del proyecto alterara el orden de las cosas establecido en el mercado.

f) El segmento de mercado y se lo puede realizar de tres formas:

- Por la forma de agrupación de los usuarios o consumidores
Edad, sexo, nivel de ingreso, educación o lugar de residencia, entre otros.
- La que clasifica a los consumidores por variables psicológicas
La clase social a la que pertenece, la aversión a los cambios y el grado de libertad para tomar decisiones.
- El mercado de consumidores institucionales se puede segmentar por rubros, localización, tamaño o volúmenes de compra.

g) Formas de clasificar la demanda

1. Oportunidad
2. Necesidad
3. Temporalidad
4. Destino
5. Permanencia.

2.2.5. Emprendedor

De acuerdo con **Hebert y Link en 2012**, lo definen como el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un “ágil captador y aprovechador de información y recursos” con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas.

2.2.6. Emprendimiento

Según **José Valencia (2007)**, La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

2.2.7. Estudio de proyectos

El estudio de la rentabilidad de una inversión busca determinar, con la mayor precisión posible, la cuantía de las inversiones, los costos y beneficios de un proyecto para posteriormente compararlos y decidir la conveniencia de emprender dicho proyecto. **(Baca, 2011)**

2.2.8. Industrialización

Proceso mediante el cual una economía predominante agraria, minera, con baja capitalización y escasa tecnología, pasa a producir predominantemente bienes manufacturados con un mayor valor agregado. **(Rodríguez 2011)**

2.2.9. Producto principal

Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal. Se deben señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Tiene que haber coherencia con los datos del estudio técnico. Es necesario aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales, o un nuevo producto. **(Rodríguez 2011)**

2.2.10. Mercado demandante:

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos

mediante una adecuada segmentación del mercado en función de sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc. (Baca, 2011)

2.2.11. Factibilidad:

Según **Valera (2001)**, se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuales serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

2.2.12. Planes

Enunciado y calendarización de las actividades determinadas para el logro de los objetivos, presentadas en secuencia cronológica, con el tiempo de duración, asignado a cada actividad. (**Aquiliano, 2013**)

2.2.13. Planeacion

De acuerdo con **Reyes (2014)**, la planeación es el paso que dentro de la etapa mecánica del proceso administrativo consiste en hacer un boceto de todos los posibles caminos y trazar las directrices que pueden usarse en función de la obtención de los objetivos organizaciones.

2.2.14. Presupuestos

Esquemas que definen, en términos monetarios, la secuencia y forma en que se obtendrán y se asignarán los recursos necesarios para alcanzar los objetivos. (**Aquiliano, 2013**).

2.2.15. Ventaja competitiva

Recursos y capacidades de una empresa que le permiten superar a las fuerzas de la competencia de su industria. (Baca, 2014)

2.2.16. Definiciones según el libro de (Jack, 2010)

a) Análisis de la Demanda

Siempre y cuando las condiciones objetivas y subjetivas no varíen, la cantidad que se demanda en una mercancía varía en proporción inversa al precio; es decir, si el precio aumenta, la cantidad demandada disminuye, y si el precio desciende, la cantidad demandada aumenta.

b) Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado, en un tiempo determinado o no establecido.

c) Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado.

d) Demanda insatisfecha

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

e) Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

f) Comercialización del producto

Es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario en las condiciones óptimas del lugar y tiempo.

g) Estrategias

Corresponden al conjunto de orientaciones generales y detalladas hacia la acción: el cómo de lograr lo que se pretende.

h) Costos fijos

Son aquellos costos que permanecen constante ante cambios en el nivel de actividad, en períodos de corto a mediano plazo, son, independientes del volumen de producción (alquiler de la planta industrial, depreciación de la maquinaria, remuneración del gerente de producción y otros)

i) Costos Variables

Son aquellos costos totales que fluctúan en forma directa con los cambios en el nivel de producción, en donde los costos aumentan o disminuyen proporcionalmente con relación al volumen de las cantidades producidas. (Materiales, energía, comisiones por ventas y otros).

2.3. HIPÓTESIS

¿El estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización, contribuirá a determinar una gran aceptación por parte de los clientes potenciales?

2.3.1. Hipótesis específicas

- ¿El análisis del diagnóstico situacional de la localidad permitirá identificar factores claves para el éxito de la creación de la empresa?
- ¿El proceso de estudio de mercado para la creación de la empresa permitirá obtener la aceptación de clientes potenciales?
- ¿El estudio para la creación de una empresa permitirá definir los lineamientos generales, aspectos legales, políticas y la asignación de los recursos; para la empresa en un período de tiempo?

2.4. VARIABLES

Las variables que se definen para la siguiente investigación son:

2.4.1. Variable independiente

- Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de licor en la ciudad de Saraguro, provincia de Loja, en el año 2014.

2.4.2. Variable dependiente

- Nivel aceptación por parte de los clientes potenciales.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En la investigación se utilizará el paradigma mixto, es decir, la combinación de los enfoques cuantitativos y cualitativos, ya que ambos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos, empíricos y técnicos. En este enfoque se utiliza la interpretación de datos cuantitativos en cualitativos y viceversa, tales como las encuestas a consumidores de licor con preguntas que estén encaminadas a responder preguntas de la investigación del planteamiento del problema.

3.1.TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación está basada dentro de la metodología de investigación científica de campo y descriptiva, debido a que se realizará en el lugar donde se presenta el problema, estableciendo una interacción entre los objetivos del estudio y la realidad, además se utilizará otros tipos de investigación tales como bibliográfica y documental.

3.1.1. Diseño de la investigación

De acuerdo a los requerimientos para el Proyecto de Factibilidad, se utilizará un diseño de investigación cuasi experimental, debido a que las variables no varían en el periodo de tiempo determinado.

3.2.POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Población

El Cantón Saraguro tiene 30183 habitantes, según el estudio del 2010 realizado por el INEC, de la cual corresponde el 47% a 14245 habitantes que son los posibles clientes de la Empresa de Producción y comercialización de licor del cantón Saraguro, habitantes que pertenecen a la población según su categoría de edad entre 18 a 65 años, de la misma manera pertenece a las personas de acuerdo a su grupo ocupacional.

3.2.2. Muestra

Para el cálculo de la Muestra se ha considerado el total del Universo y posteriormente se realizará el cálculo utilizando la fórmula aplicada para Universos finitos. De esta forma

se podrá obtener como resultado una muestra a la cual se podrá encuestar y obtener las respuestas a las diferentes interrogantes que se plantearon en el cuestionario.

El Cantón Saraguro tiene 30183 habitantes, según el estudio del 2010 realizado por el INEC, de la cual corresponde el 47% a 14245 habitantes que son los posibles clientes de la Empresa de Producción y comercialización de licor del cantón Saraguro, habitantes que pertenecen a la población según su categoría de edad entre 18 a 65 años, de la misma manera pertenece a las personas de acuerdo a su grupo ocupacional.

3.2.3. Cálculo de la muestra

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación de mercados y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos.

3.2.3.1. Segmentos de mercado

Cuadro 1: Segmento de mercado

EDAD	Porcentaje	N° de personas
18 años -25 años	26%	3661
26 años -33 años	21%	2889
34 años -41 años	16%	2309
42 años -49 años	15%	2106
50 años -57 años	13%	1771
58 años - 65 años	10%	1509
TOTAL	100%	14245

FUENTE: INEC

ELABORADO: Autor

FECHA: Mayo/2014

3.2.3.2. Consideraciones de la muestra

Diseño de la muestra

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (14245) (0,50) (0,50)}{(0,05)^2 (14245 - 1) + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 14245}{(0.0025 * 14244) + (3,8416 * 0,25)}$$

$$n = \frac{13680,898}{35,61 + 0,9604}$$

$$n = \frac{13680,898}{36,5704}$$

$n = 374,09$ Para la investigación se realiza 374 encuestas.

3.2.3.3. Descripción de las variables

N: Tamaño de la población 14245 personas.

(Z)²: Coeficiente cuyo valor es función del nivel de confianza requerida por el investigador.

E: Error máximo admitido que en el caso de la media y del total se da en las mismas unidades en que vengan la medida y el total y en el caso de la proporción se da en porcentaje. Es un valor fijado por el investigador en el caso de la investigación actual es del 5% ó 0.05.

El número total de encuestas que se debe realizar a las personas que se encuentran en una edad comprendida entre los 18 años a 65 años del cantón Saraguro; las 374 encuestas van estar distribuidas y aplicadas en el centro del Cantón los 5 días domingos del mes de Junio, se ha escogido tal día por motivos de la feria semanal. (VER ANEXO I “FORMATO DE LA ENCUESTA”)

3.3.MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTACIÓN

3.3.1. Método

El método analítico-sistemático se utilizará en la investigación, debido que a partir de los datos recolectados se interpretará y analizará la información respecto al problema y posibles soluciones del estudio, además permitirá estructurar un plan estratégico integral de las áreas de la agencia de forma sistemática.

3.3.2. Técnicas

Las técnicas que se utilizarán en la investigación consisten en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes a partir de encuestas entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias, historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades.

Las técnicas de investigación que se utilizarán en la investigación son las siguientes:

3.3.3. Encuesta piloto:

Se aplicará a 20 personas, por cada encuesta, de esta manera se identifique errores cometidos en la encuesta y así modificarlos.

3.3.4. Encuestas

Se deberá realizar encuestas para recolectar información concreta que contribuya a determinar la satisfacción laboral del personal, satisfacción, percepción de los asociados y preferencias de los no asociados de la institución.

3.3.5. Entrevista

Se deberá realizar entrevistas al personal o personas que producen licor para recolectar información concreta que contribuya al desarrollo del Proyecto de Factibilidad.

La entrevista también se aplicara al Sr. Jorge Armijos, quien es la persona interesada en invertir en dicho proyecto, pero sobre todo tienen el conocimiento acorde para emprender esta empresa.

3.3.6. Instrumentos

Los instrumentos que se utilizarán en la investigación son las siguientes:

- Cuestionarios
- Guía de Entrevista

3.4.RESULTADOS

Cuadro 2: Género de encuestados

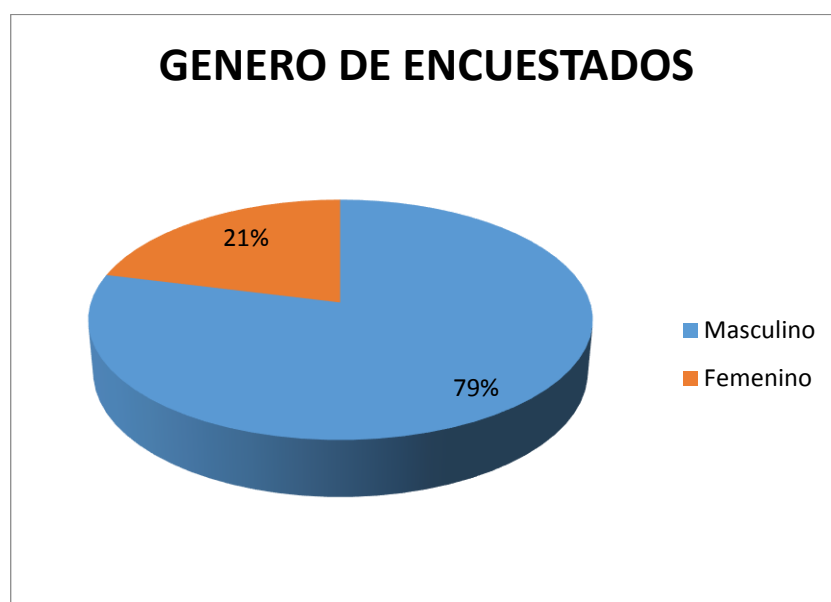
Genero	Porcentaje	N° Personas
Masculino	79%	295
Femenino	21%	79
TOTAL	100%	374

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 1: Género de encuestados



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de los encuestados, el porcentaje mayor corresponde a los hombres con un 79%, y el correspondiente 21% para las mujeres.

EDAD

Cuadro 2: Edad de encuestados

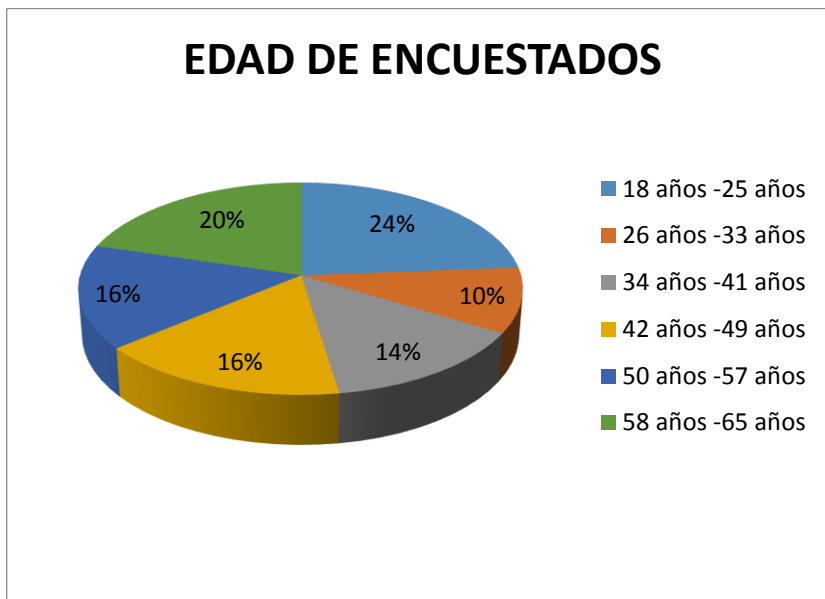
EDAD	Porcentaje	N° Personas
18 años -25 años	24%	89
26 años -33 años	10%	37
34 años -41 años	14%	52
42 años -49 años	16%	61
50 años -57 años	16%	59
58 años -65 años	20%	76
TOTAL	100%	374

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 2: Edad de Encuestados



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de las 374 encuestas, el porcentaje mayor de personas encuestadas están en la población de 18– 25 años, con un porcentaje de 24 %. Siguiendo la población entre 58 – 65 años, con un porcentaje de 20%. Luego se ubica la población de 42 – 49 años, con el porcentaje de 16%, de la misma manera se encuentra la población de 50 – 57 años, con el mismo porcentaje de 16 %.

1. ¿Consume usted licor de cualquier tipo?

Cuadro 3: Consumo de licor

DETALLE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
SI	93%	347
NO	7%	27
TOTAL	100%	374

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 3: Consumo de licor



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados se encontró que la mayoría con un 93% afirman que consumen licor en el cantón Saraguro, mientras que el 7% restante confirman que no consumen licor por diferentes índoles como religión, salud entre otros.

2. ¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas?

Cuadro 4: Frecuencia de Consumo de licor

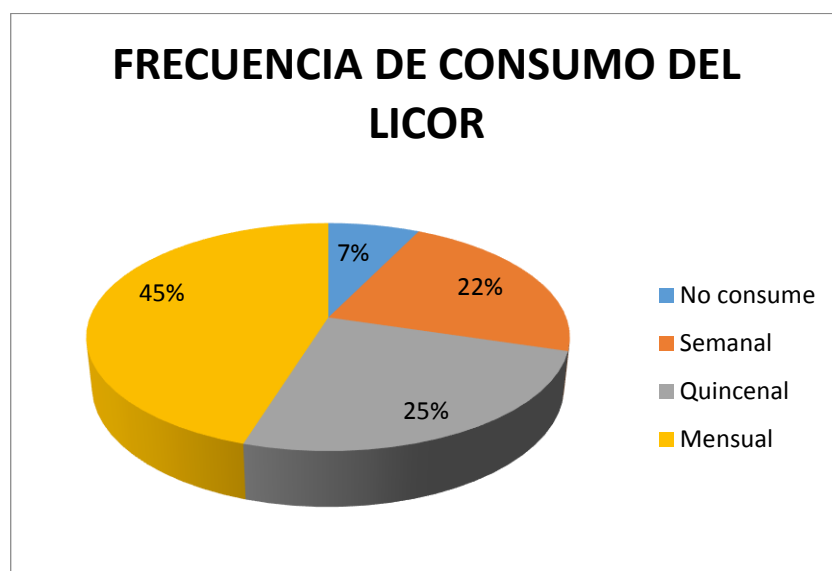
DETALLE	PORCENTAJE	Nº PERSONAS
No consume	7%	27
Semanal	22%	84
Quincenal	25%	94
Mensual	45%	169
TOTAL	100%	374

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 4: Frecuencia de Consumo



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 374 encuestas, el porcentaje mayor de población encuestadas con un 45% asevero que consume licor de manera mensual. Siguiendo el 25% de población afirmo que consumen licor de manera quincenal.

3. ¿Qué cantidad de bebida consume?

Cuadro 5: Cantidad de Licor Consumido

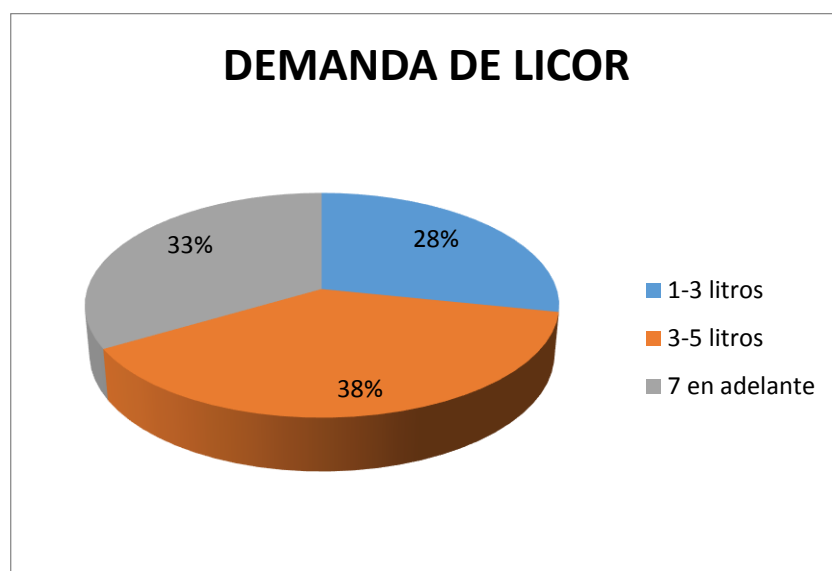
DETALLE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
1-3 litros	28%	98
4-6 litros	38%	133
7 en adelante	33%	116
TOTAL	100%	347

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 5: Cantidad de licor consumido



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 374 encuestas, para identificar el consumo de licor del cantón Saraguro, se obtuvo con un porcentaje mayor de 38% que las personas consumen licor de 3-5 litros, seguido tenemos las personas que consumen de 7 litros en adelante con un 33% identificando que el consumo se lo realiza para diferentes eventos sociales, finalmente se encuentra las personas que consumen licor entre 1-3 litros con un porcentaje del 28%.

4. ¿Qué tipo de bebida consume?

Cuadro 6: Tipo de bebida que consume

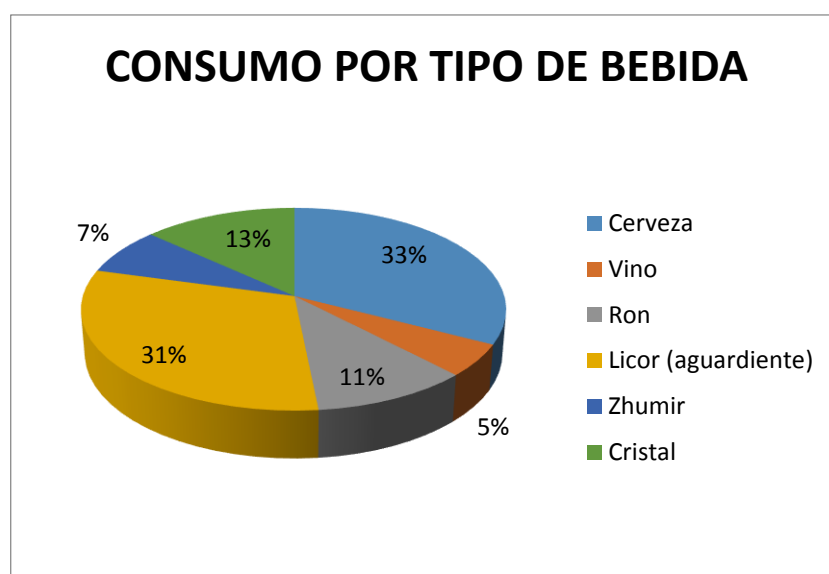
DETALLE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
Cerveza	33%	113
Vino	5%	18
Ron	11%	37
Licor (aguardiente)	31%	107
Zhumir	7%	26
Cristal	13%	46
TOTAL	100%	347

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 6: Tipo de Bebida que consume



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 374 encuestas, la mayoría de la población en un 33% consume cerveza, seguido de las personas que consumen licor (aguardiente) con un 31%, mientras que la población que consume cristal tienen un porcentaje del 13%, luego se tiene a las personas que consumen licor Ron con un porcentaje del 11%, seguido se tiene a las personas que ingieren Zhumir con un porcentaje del 7%, finalmente tenemos a las personas que consumen vino con un 5%.

5. ¿Dónde adquiere su bebida alcohólica?

Cuadro 7: Donde Adquiere su Bebida

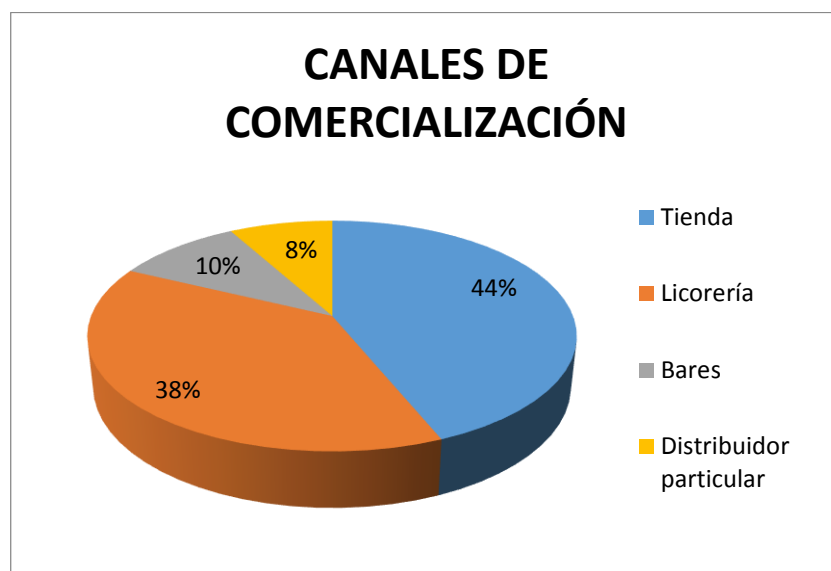
DETALLE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
Tienda	44%	152
Licorería	38%	133
Bares	10%	34
Distribuidor particular	8%	28
TOTAL	100%	347

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 7: Donde adquiere su bebida



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 374 encuestas, para analizar los canales de comercialización que tienen las bebidas alcohólicas en el Cantón, se ha obtenido con el mayor porcentaje a las tiendas con un 44%, seguido están las licorerías que abarcan un 38%, luego se encuentran los bares que ocupan un 10%, finalmente se encuentra los distribuidores particulares (licores sin control) con un porcentaje del 8%.

6. ¿Ha degustado el licor del Sr. Jorge Armijos?

Cuadro 8: Ha degustado el Licor del Sr. Jorge Armijos

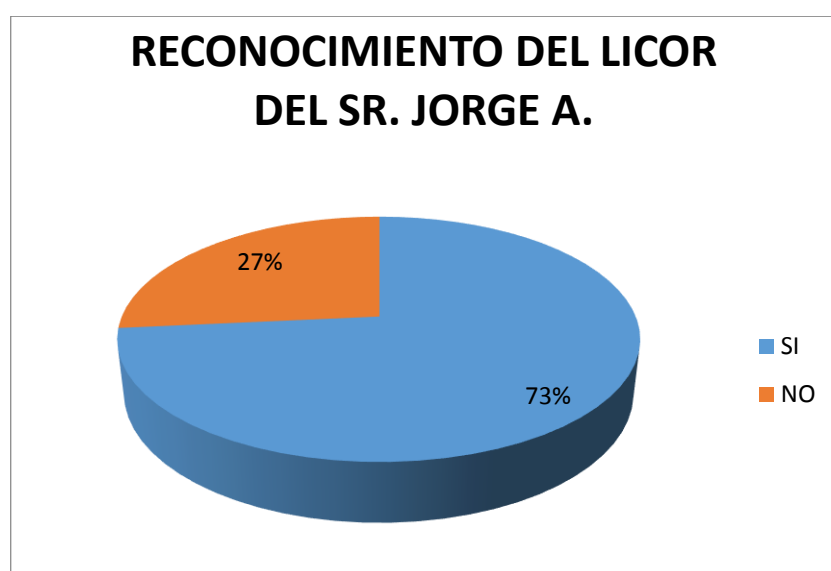
DETALLE	PORCENTAJE	Nº PERSONAS
SI	73%	255
NO	27%	92
TOTAL	100%	347

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 8: Ha degustado el Licor del Sr. Jorge Armijos



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 347 encuestas, se obtuvo que la mayoría de la población con un 73% si han consumido el licor del Sr. Jorge Armijos, mientras que el 27% no ha consumido dicho licor.

7. ¿Por qué Consume el licor del Sr. Jorge Armijos?

Cuadro 9: Motivos de Consumo de Licor

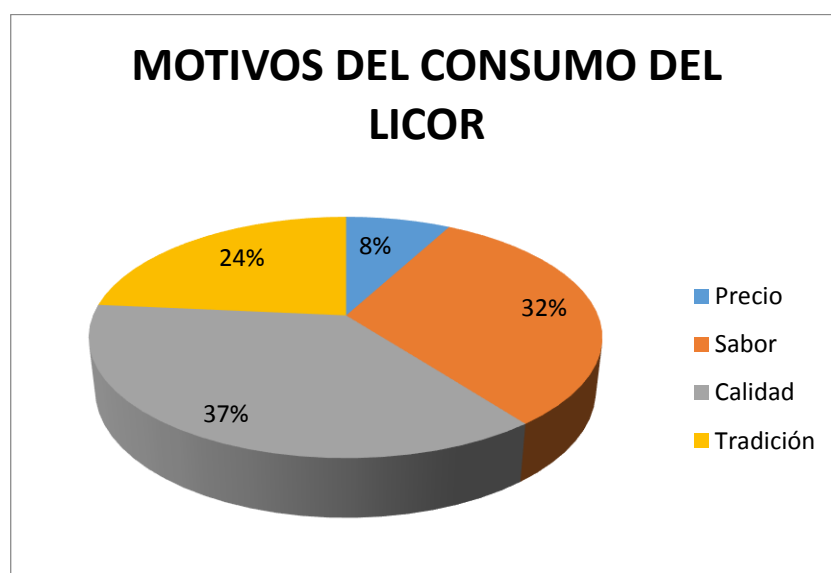
DETALLE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
Precio	8%	20
Sabor	32%	81
Calidad	37%	94
Tradición	24%	60
TOTAL	100%	255

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 9: Motivos de Consumo de Licor



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 255 encuestas, se ha obtenido que la mayoría de la población encuestada con un porcentaje del 37% ha consumido el licor del Sr. Jorge Armijos por la calidad que encuentran, seguido se tiene a las personas que consumen dicho licor por el sabor con un 32%, luego están las personas que consumen el licor por la tradición que éste tiene en la localidad con un porcentaje 24%, finalmente están las personas que aseveran que consumen el producto por el precio con un porcentaje 12%.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su bebida alcohólica en la presentación de 400 ml?

Cuadro 10: Precio de Licor

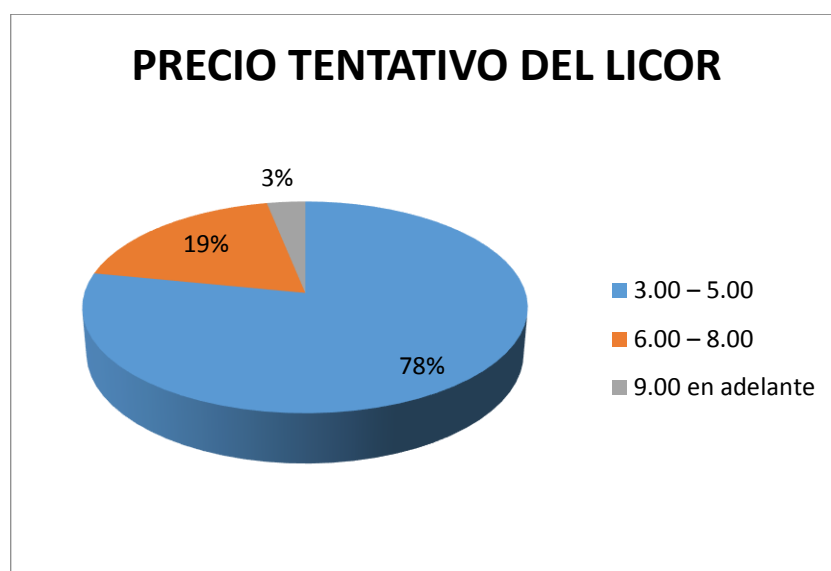
DETALLE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
3.00 – 5.00	78%	271
6.00 – 8.00	19%	65
9.00 en adelante	3%	11
TOTAL	100%	347

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 10: Precio de Licor



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 347 encuestas para conocer el precio tentativo del licor se obtuvo con un porcentaje que corresponde al mayor del 78% un precio entre USD 3.00 5.00, seguido del 19% las personas que prefieren el precio entre USD 6.00 – 8.00, por último se encuentra con un 3% de población prefieren un precio de USD 9.00 en adelante acotando que se vea reflejado en la calidad.

9. ¿Qué estación de radio del cantón Saraguro escucha con mayor frecuencia?

Cuadro 11: Que estación de radio escucha

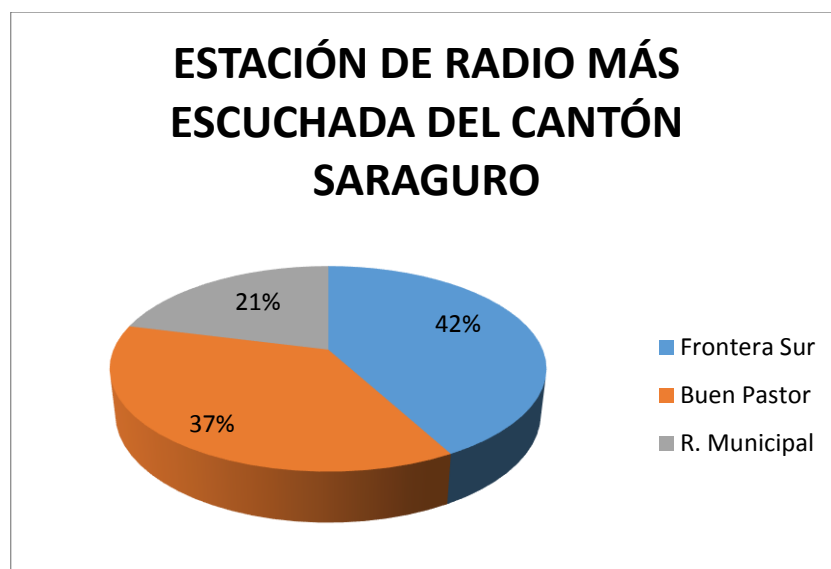
DETALLE	PORCENTAJE	N° PERSONAS
Frontera Sur	42%	146
Buen Pastor	37%	128
R. Municipal	21%	73
TOTAL	100%	347

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 11: Que estación de radio escucha



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

Del total de 347 encuestas que se establecieron para conocer el medio de difusión con más acogida en el Cantón. La radio Frontera Sur lidera en sintonía con un 42%, seguido de radio Buen Pastor que tiene un porcentaje del 37%, finalmente se encuentra radio Municipal con un porcentaje del 21%.

3.5.ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

De acuerdo a la investigación realizada, ciertas preguntas estuvieron encaminadas a cuantificar el consumo de licor. En la pregunta 1 se tiene que el 7% de la población no consume ningún tipo de licor. De acuerdo con el último censo de población, el cantón Saraguro cuenta con 30.183 habitantes en términos generales; el mismo censo indica que el número de personas que están entre las edades de 18 años – 65 años es del 47%, por lo que existen 14 245 personas. De estas, un 69% no consumen el producto, es decir, los posibles consumidores, tomando en cuenta que solo el 31% consumen licor (aguardiente). Por lo tanto:

$$14\ 245 (1-0.07)(1-0.69) = \mathbf{4106 \text{ habitantes}}$$

3.5.1. Análisis y proyección de la demanda

En el cantón Saraguro, de acuerdo al estudio realizado se obtiene un resultado de consumo de licor de (aguardiente) al año. Modelo aplicado de acuerdo a la metodología de Baca (2011).

Cuadro 12: Demanda actual

Número de personas consumidoras	% de Respuesta	Consumo en litros	Porcentaje relativo de respuesta	Frecuencia anual de consumo	Cantidad de litros consumidos por año	Descripción
4106	0.22	0.5	0.28	48	6070.31	semanal
4106	0.25	0.5	0.38	24	4680.84	quincenal
4106	0.45	0.5	0.33	12	3658.45	mensual
TOTAL					14409.60	anual

FUENTE: Baca, G. (2011). *Evaluación de proyectos*. 3 Edición

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Número de personas consumidoras: Potenciales clientes para la Empresa (Análisis de los resultados de la encuesta).

Porcentajes de Respuesta: Se toma de base a la investigación de la investigación de mercados (Pregunta # 2 y 3 VER ANEXO 1)

3.5.2. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se toma en consideración la cantidad de litros anuales consumidos sobre la demanda anual para obtener como resulta el coeficiente de

consumo anual por persona, la proyección de los habitantes se hace de acuerdo al crecimiento poblacional de Ecuador para el año 2014 que es de 3,2% anual.

Cuadro 13: Proyección de la Demanda

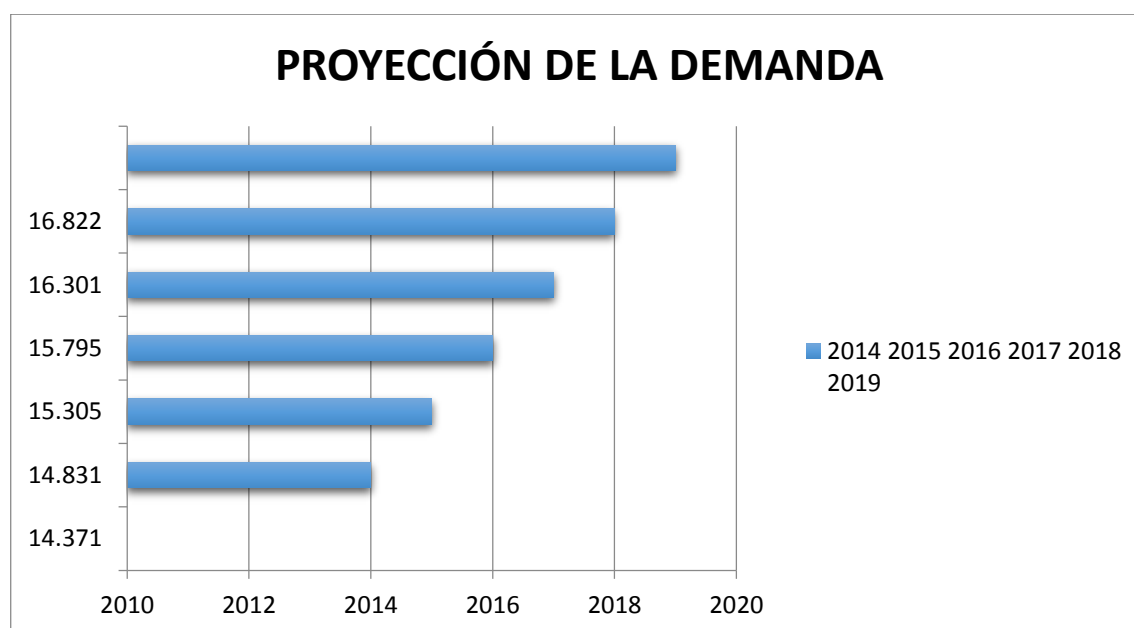
AÑO	HABITANTES	COEFICIENTE DE CONSUMO	DEMANDA TOTAL
		LITROS / AÑO	LITROS / AÑO
2014	4106	3.5	14,371
2015	4237	3.5	14,831
2016	4373	3.5	15,305
2017	4513	3.5	15,795
2018	4657	3.5	16,301
2019	4806	3.5	16,822

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 12: Proyección de la Demanda



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

El gráfico demuestra la proyección de la demanda para los próximos cinco años.

3.5.3. Análisis y proyección de la oferta

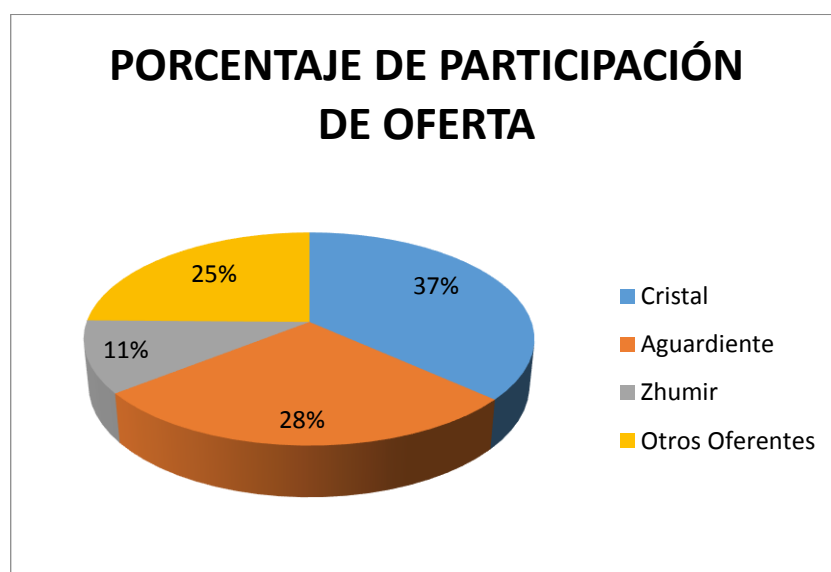
En el cantón Saraguro hay escasos productores de licor aguardiente, por tal motivo existe una oferta deficiente de 25%, y de acuerdo a los estudios obtenidos se encuentra:

Cuadro 14: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro

OFERENTES	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE OFERTA
Cristal	37%
Aguardiente	28%
Zhumir	11%
Otros Oferentes	25%
TOTAL OFERTA CUBIERTA	100%

FUENTE: GADS Cantón Saraguro
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 13: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro



FUENTE: GADS Cantón Saraguro
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

De acuerdo a fuentes secundarias de información, investigación del GADS del Cantón Saraguro, La investigación nos da a conocer el nivel consumo de licor.

3.5.4. Balance oferta demanda

Cuadro 15: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro

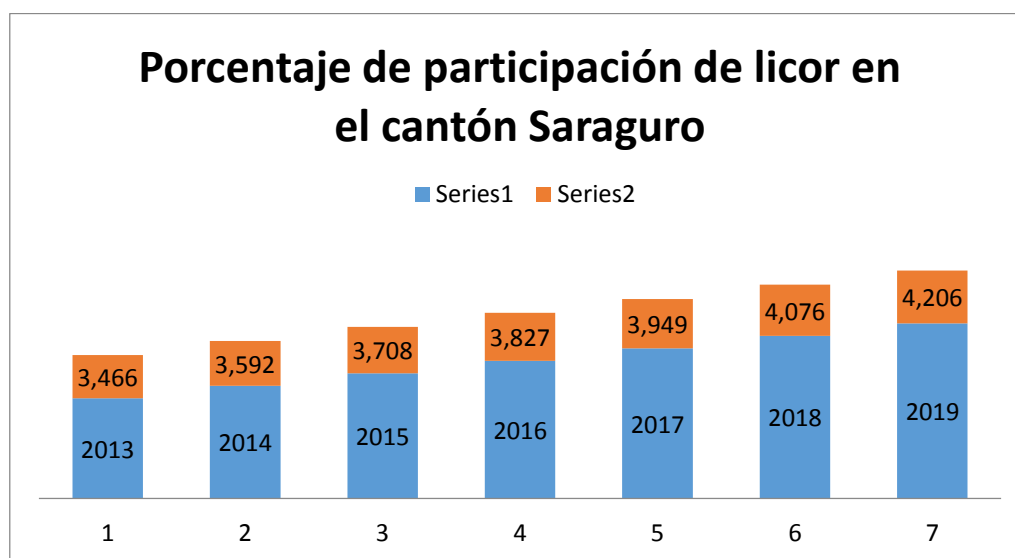
AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
	LITROS / AÑO	LITROS/AÑO	LITROS/AÑO
2013	13,861	10,395	3,466
2014	14,371	10,779	3,592
2015	14,831	11,123	3,708
2016	15,305	11,478	3,827
2017	15,795	11,846	3,949
2018	16,301	12,225	4,076
2019	16,822	12,616	4,206

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 14: Porcentaje de participación de licor en el cantón Saraguro



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

La Demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la oferta de licor existente en el Cantón Saraguro y la demanda que existe. La proyección se da en base al crecimiento económico que mantiene el país que es del 3.2%.

3.5.5. Participación del proyecto

Cuadro 16: Participación del proyecto

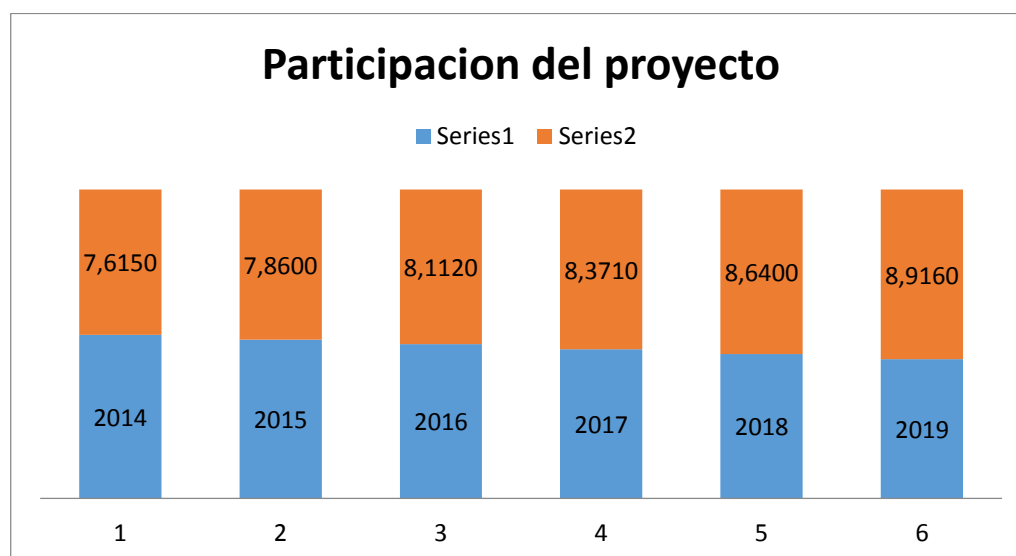
AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	PRODUCCION DEL PROYECTO	% PATICIPACION
	LITROS/AÑO	LITROS/AÑO	
2014	3,592	7,615	53%
2015	3,708	7,860	53%
2016	3,827	8,112	53%
2017	3,949	8,371	53%
2018	4,076	8,640	53%
2019	4,206	8,916	53%

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 15: Participación del proyecto



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

De acuerdo a la información obtenida en la investigación se obtuvo que en el cantón existe una demanda insatisfecha del 25% de personas que consumen Aguardiente, lo que representa una variable para la obtención de la participación del proyecto y, también adicionarle el 28% de personas que consume licor por lo tanto la participación del proyecto será del 53%.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.1. Ingeniería del proyecto

“El objetivo general es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta.” (Baca ,2011)

4.1.2. Obras civiles e infraestructura

Las obras civiles son parte fundamental para la creación y funcionamiento del proyecto, las mismas que son:

- Energía Eléctrica
- Agua Potable
- Teléfono,
- Transporte
- Seguridad
- Casas de Salud
- Recolección de Basura
- Internet

4.1.3. Procesos de producción

- a) Recepción de la materia prima



Los productos son trasladados a la fábrica la misma que se realiza una inspección para ver cómo se encuentra el producto y luego se lo coloca en el apilamiento para ser procesado.

b) Pesado y selección



Aquí se procede a realizar el pesado de la materia prima lo cual es importante para conocer la cantidad que se procesara en un lote de producción, la selección se la realiza de forma visual y manual.

c) Preparación del guarapo



Consiste en triturar la caña proceso en cual pasa por un trapiche y el jugo pasa por un sistema de purificación para llegar a los tanques para el respectivo almacenamiento y fermentación.

d) Destilación



Este proceso consiste en transportar el guarapo desde los tanques de fermentación hacia el alambique, en el cual se realiza la ebullición el mismo que llega a una temperatura de 80° empieza la evaporización del licor para ser almacenado en los tanque de licor.

e) Envasado



Consiste en llenar los recipientes de 350ml, teniendo en cuenta que los mismo deben estar perfectamente limpios y esterilizados. Se debe dejar un espacio entre la tapa y el frasco de al menos 5ml, los frascos de van acumulando hasta reunir una cantidad que forme un lote de producción.

f) Etiquetado



Con los envases llenos y tapados se coloca manualmente el etiquetado y luego se los introduce a las cajas de cartón con una capacidad de 12 frascos

g) Almacenamiento



Es aquel que se lo realiza al final de todo el proceso y no ayuda para poder llevar un mejor control

DIAGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL AGUARDIENTE



4.2.DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PLANTA

4.2.1. La capacidad de la planta frente a la demanda

Para la el cálculo del tamaño de la planta se basa en la demanda insatisfecha incluyendo la participación que tiene el licor en la ciudad de Saraguro, por lo tanto se tiene que el proyecto deberá cubrir el 53% de la demanda total, teniendo como base 7616 litros el primer año, teniendo como base una presentación de 400 ml para tener una producción total de 19.040 presentaciones.

4.2.2. Disponibilidad de capital y los insumos

El proyecto se basa en una microempresa por lo tanto los recursos se los financiara con recursos propios y con un préstamo en una de las principales instituciones financieras de la localidad COAC JARDIN AZUAYO.

Los insumos para la elaboración del licor son fundamentales, como por ejemplo la caña, la mano de obra no calificada, de tal manera la disponibilidad de insumos no limita la capacidad de la planta.

Determinación de la planta de acuerdos a las horas de trabajo

El proyecto de basa de acuerdo al código de trabajo, por lo tanto los operarios laboraran las 8 horas diarias de lunes a viernes, recibiendo el sueldo básico como lo ordena la ley. La maquinaria tiene una vida útil de 5 años por lo tanto

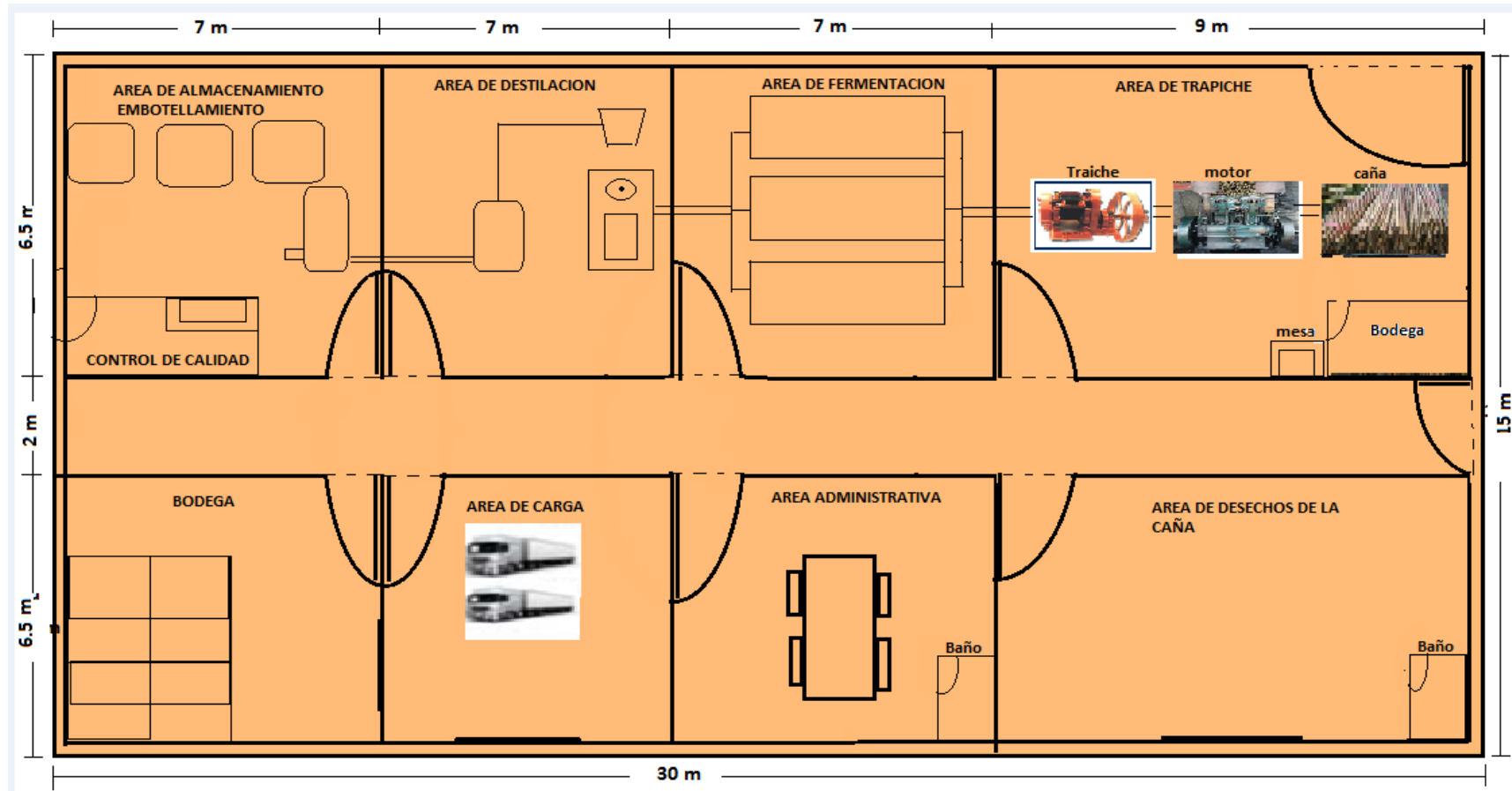
Cuadro 17: Componente del área del proyecto

COMPONENTE	AREA m2
Área Materia Prima	50
Área Producción	200
Área Producto terminado	50
Área Administrativa	50
Área Estacionamiento	100
TOTAL	450 m2

FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

4.2.3. Distribución de la planta

Gráfico 16: Componente del área del proyecto



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

4.2.4. Localización del proyecto

“La localización óptima de un proyecto esta en el análisis que se realice en forma integrada con variables restantes del proyecto: Demanda, transporte o competencia.”
(Baca, 2011)

Para realizar este método se requiere mencionar determinados factores, que benefician o perjudican la planta en esa entidad, y asignarles un peso. Los factores seleccionados y los pesos asignados se muestran a continuación:

Cuadro 18: Factores para la calificación de la localidad

	DESCRIPCION	PESO
1	Cercanía de los principales centros de consumo	0,25
2	Disponibilidad de materia prima	0,05
3	Infraestructura industrial	0,30
4	Nivel escolar de la mano escolar	0,15
5	Clima	0,10
6	Estímulos fiscales	0,15
TOTAL		1,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Cuadro 19: Ponderación para la localización

Fact.	Peso	CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN PONDERADA		
		Chayazapa	Chemical	Papaya	Chayazapa	Chemical	Papaya
1	0,25	8	7	9	2	1,75	2,25
2	0,05	9	8	6	0,45	0,4	0,3
3	0,3	9	7	7	2,7	2,1	2,1
4	0,15	8	6	7	1,2	0,9	1,05
5	0,1	9	9	8	0,9	0,9	0,8
6	0,15	8	8	8	1,2	1,2	1,2
	1,00				8,45	7,25	7,7

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

INTERPRETACIÓN

En el cuadro se puede apreciar, que las comunidades pertenecen al mismo cantón Saraguro, por tal motivo se procedió a realizar una ponderación, teniendo con mayor puntuación a la comunidad Chayazapa con 8.45/10 puntos, de esta manera se escogerá a esta comunidad para la ubicación de la planta.

4.2.5. Macro localización

La empresa se ubicara en la República del Ecuador, Provincia de Loja, Cantón Saraguro, se accede por vía de primer orden que conecta a las provincias de sur de país Loja y Azuay.

Gráfico 17: Mapa de la Prov. de Loja



FUENTE: <http>
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

4.2.6. Micro localización

La empresa se ubicara en el Cantón Saraguro, Parroquia San Antonio de Cumbe, Comunidad de Chayazapa. En el sector existe servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, línea telefónica, alcantarillado, recolección de basura.

Gráfico 18: Mapa del Cantón Saraguro

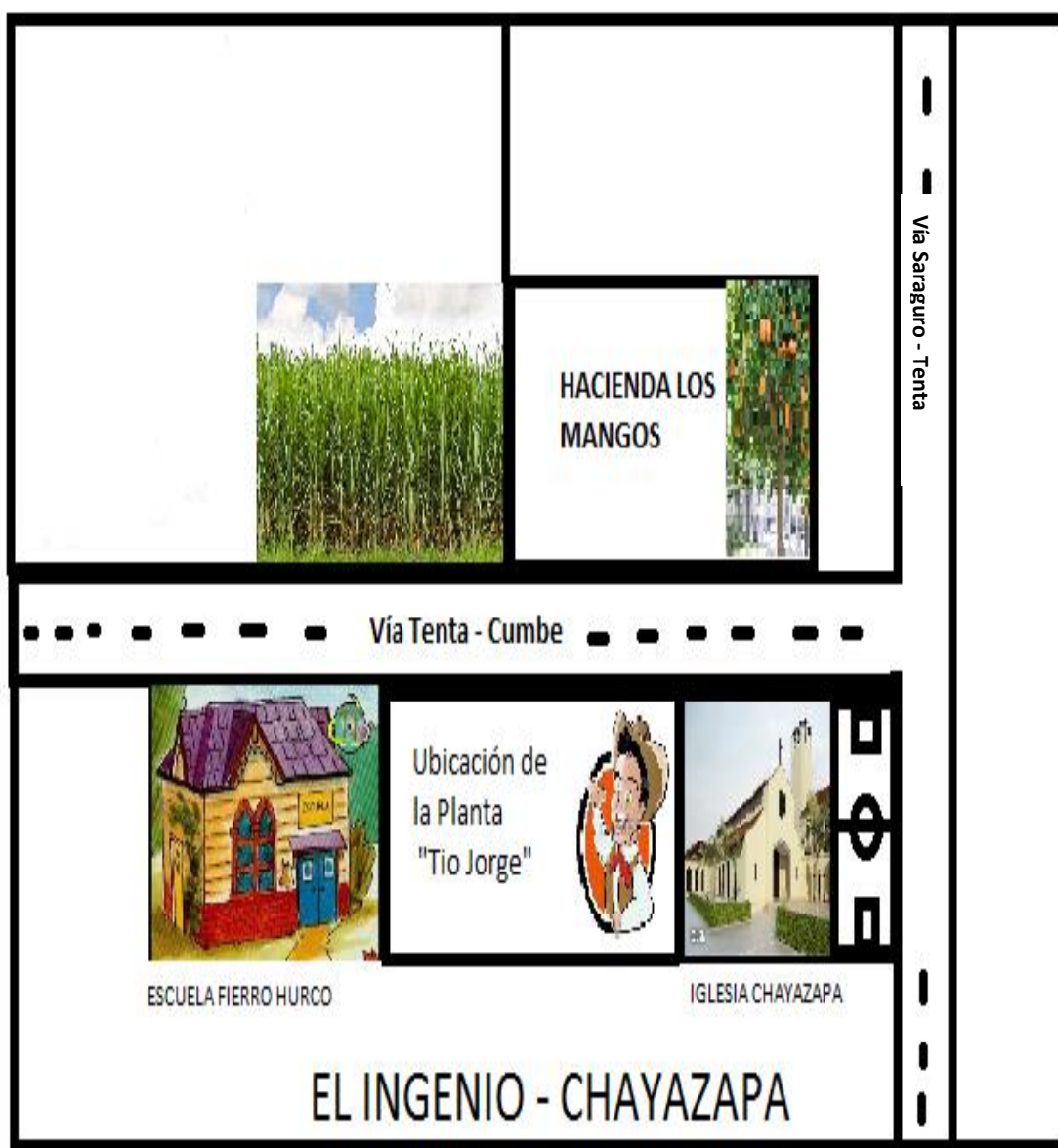


FUENTE: <https://es.wikipedia.org/wiki/Saraguro>

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

Gráfico 19: Croquis de la Planta



FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORADO POR: El Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

4.3. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

4.3.1. Organización de la empresa

La empresa estará organizada por tres Áreas los cuales son: Área Administrativa, el Área de Producción y el Área de Ventas, las cuales son suficientes para emprender la empresa y su respectiva comercialización. La empresa estará conformada con personal técnico de acorde con el perfil que se requiera para cada cargo, es por tal motivo que se

presentara una base de requerimientos para cada persona que contribuirá con el desarrollo de la entidad.

4.3.2. Aspectos administrativos

Los aspectos administrativos tienen como finalidad organizar a la empresa en todos los ámbitos, a efectos de emprender un trabajo

4.3.3. Esencia del negocio

La empresa contará con los Mejores Especialistas y Tecnología en las diversas Áreas para entregar Calidad al Mejor Precio.

El Compromiso con nuestros clientes es darle una solución de calidad y completa a sus necesidades mediante la implantación de tecnología de punta en todos los ámbitos de la empresa. Brindar la mejor relación Beneficio - Costo, siempre con Garantía Real tanto de Servicio como en los productos. La empresa para la tranquilidad de los clientes comercializara exclusivamente Productos con garantía con los mejores insumos, con precios accesibles.

Empresa de aguardiente “Tío Jorge”

Cuadro 20: Descripción del Nombre de la Empresa

DESCRIPCION	SELECCIÓN	ARGUMENTO
Descriptivo	X	Ayuda a descifrar la actividad de la empresa
Original	X	En la localidad no hay otra empresa que tenga este nombre
Claro	X	Fácil de pronunciar, para una publicidad de boca a boca.
Simple	X	Rápido para el posicionamiento en la mente de los consumidores.
Significativo	X	Explica el sentido de la empresa.
Agradable	X	Porque es un nombre que resulta novedoso y llamativo pronunciar.

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

4.3.4. Misión

AGUARDIENTE “TIO JORGE”, somos una empresa dedicada a la elaboración de aguardiente de diferentes sabores, para sus clientes Lojanos, aplicando procesos y tecnología adecuado con sólidos valores morales y éticos.

Cuadro 21: Misión

COMPONENTES	PREGUNTAS A RESOLVER		DECLARACIÓN DE LA MISIÓN
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
IDENTIDAD	¿Quiénes somos?	Aguardiente “Tío Jorge” empresa dedicada a producir licor.	AGUARDIENTE “TIO JORGE”, somos una empresa dedicada a la elaboración de aguardiente de diferentes sabores, para sus clientes Lojanos, aplicando procesos y tecnología adecuado con sólidos valores morales y éticos.
PROPOSITO	¿Para que existimos?	Para contribuir con la producción nacional	
ACCIONES INSTITUCIONALES	¿Qué hacer?	Aplicando procesos y tecnología adecuada con el propósito de ser un factor importante en el desarrollo local	
PRODUCTOS	¿Cuál son los productos más relevantes?	Licor aguardiente de diferentes sabores.	
BENEFICIOS DIRECTOS	¿Para quienes trabajamos?	Para nuestros clientes Lojanos	
PRINCIPIOS	¿Por qué lo hacemos?	Con sólidos valores morales y éticos.	

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

4.3.5. Visión

Ser una empresa líder en la producción de aguardiente en el sur del país, bajo normas de calidad con personal altamente capacitado en la producción y comercialización.

Cuadro 22: Visión

COMPONENTES	PREGUNTAS A RESOLVER		DECLARACIÓN DE LA VISIÓN
	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
Características de la entidad en relación a su entorno	¿Cómo deseamos que la entidad sea vista?	Ser una empresa líder en la producción de aguardiente.	Ser una empresa líder en la producción de aguardiente en el sur del país, bajo normas de calidad con personal altamente capacitado en la producción y comercialización.
Características de sus productos	¿Cómo deseamos que sean los productos de la entidad?	Realizar productos con NORMAS de calidad.	
Características de la entidad en relación a la organización interna	¿Con que tipo de personas esperamos contar?	Con personal altamente capacitados en la producción y atención al cliente.	
Beneficios.	¿Cuáles serán los beneficiarios?	Para nuestro mercado del Sur del país.	

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

4.3.6. Valores

Cuadro 23: Valores



RESPONSABILIDAD

- Es el compromiso de cumplir nuestras obligaciones, dando siempre lo mejor de cada uno, tomando decisiones justas y a tiempo que ocasionen el mínimo impacto negativo para los afectados.



RESPECTO

- La persona por encima de todo. Este valor supremo regirá las relaciones entre la organización y sus grupos de interés: Clientes, accionistas, trabajadores, proveedores y comunidad.



LEALTAD

- Estamos comprometidos con la Empresa en todo momento, con sus objetivos y metas en forma decidida y constante, obrando siempre con honestidad y justicia .



TRABAJO EN EQUIPO

- Unimos esfuerzos para el logro de nuestros objetivos, en un ambiente de confianza, comunicación permanente y respeto; compartiendo conocimiento, experiencia e información.



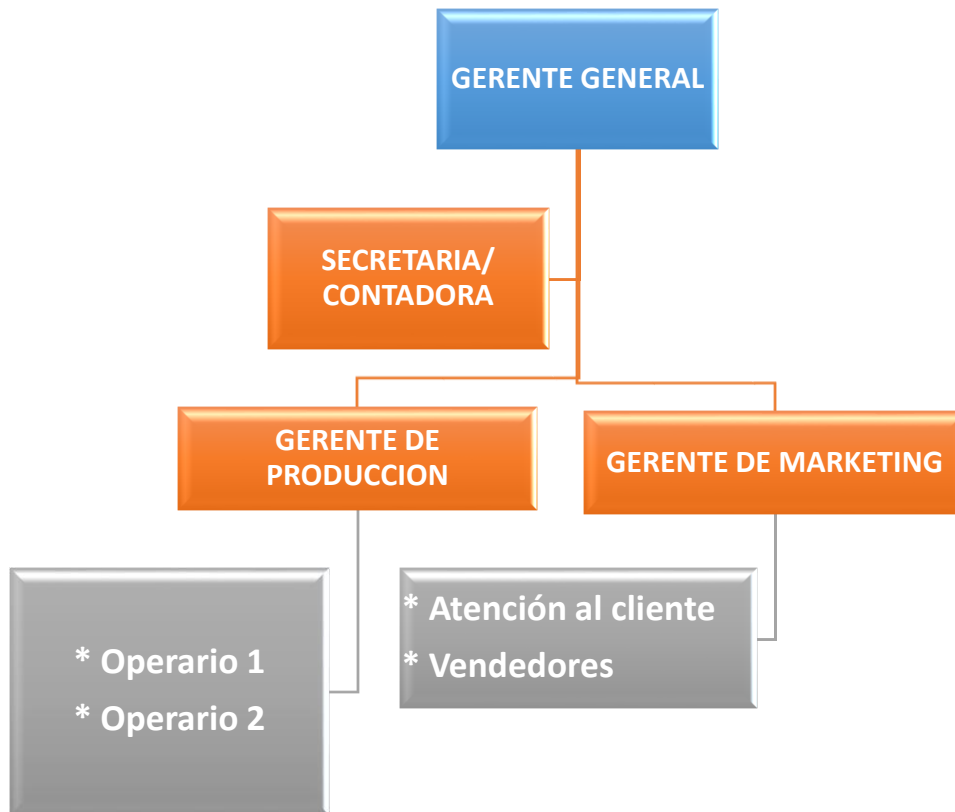
COMPETITIVIDAD

- Ofrecemos servicios y productos de calidad, con eficiencia, eficacia y a precios competitivos. Con servicios y productos de calidad, a su alcance de la economía de nuestros clientes

4.3.7. Organigrama

El organigrama de la Empresa tendrá una estructura de una microempresa, por lo tanto la distribución organizacional de los diferentes departamentos serán: Producción, Marketing, y Administrativo.

Gráfico 20: Organigrama



Cuadro 24: Descripciones del Organigrama

CUADRO DE REFERENCIA	
NIVEL DE JERARQUIA	CLAVE
1.- Directivo	Autoridad =
2.- Ejecutivo	Asesoría=
3.- Administración	Administrativo=
4.- Ocupacional	

4.3.8. Descripción de funciones

Cuadro 25: Descripciones de perfiles

Cargo	PERFIL
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • El gerente general, actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la empresa. • Proponer el presupuesto anual de personal. • Es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales. Planea, dirige y controla las actividades de la empresa. • Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización. • Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios. • Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la Empresa. • Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas a través de sus subordinados. • Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. • Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
	<ul style="list-style-type: none"> • Debe elaborar, analizar, e interpretar y certificar los estados financieros de la entidad. • Debe organizar y dirigir los servicios de contabilidad de la Empresa y del personal de su Área.

<p>Secretaria /Contador a</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de nóminas, liquidación de prestaciones sociales y aportes parafiscales. • Manejar de los soportes de contabilidad y en la precisión de la presentación de los documentos contables en general. • Orientar a la dirección en los servicios financieros. • Controlar todos los documentos contables que se originan de las transacciones diarias de la Empresa. • Debe elaborar las declaraciones de Renta y Complementarios para presentar los respectivos informes tributarios. • Proponer los controles necesarios para una adecuada utilización de los dineros y recursos de la Empresa. • Elaborar el Presupuesto para cada área y vela por su estricto cumplimiento. • Implementar todos los controles fiscales necesarios para el éxito en la consecución de los objetivos de la Empresa. • Generar informes sobre la situación financiera y económica de la entidad. • Apoyar y asesorar en la solución de problemas y necesidades en el área contable y todas las dependencias de la Empresa.
<p>Obrero</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Corte y apilamiento de la caña • Proceso de trituración de la caña • Control e inspección de los fermentos • Destilación del aguardiente • Embotellamiento • Apilamiento del producto
	<ul style="list-style-type: none"> • Atender de manera eficaz y eficiente a los clientes • Brindar información de los descuentos y promociones de los productos • Realizará tareas relativas a la emisión, seguimiento y control de pedidos

<p>Atención al cliente</p> <p>Vendedor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La recepción de quejas y/o reclamaciones y su tramitación. • La realización de actuaciones conducentes a la captación de nuevos clientes. • Realizar un informe semanal de las actividades realizadas. • Realizar llamadas telefónicas para ofertar el producto • Dar seguimiento de clientes que ya compraron el producto y puede ser que lo compren nueva mente. • Buscar nuevos prospectos de venta, aquellas personas que podrían comprar el producto pero no lo han comprado. • Recorrer dentro y fuera de la ciudad captando y aumentando la cartera de clientes • Dar a conocer los productos que ofrece la empresa • Brindar un servicio eficiente al cliente • Prestar atención a las operaciones de los clientes • Concretar citas y cerrar la venta
--	--

FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

4.3.9. Formas de organización legal de la empresa

La constitución de la Empresa estará de acuerdo como lo establece la Ley de Compañías del Ecuador, de la misma manera ira de la mano con la Constitución de la República del Ecuador, la misma que obliga que para poder emprender deberá presentar la documentación necesaria; de la misma manera tendrá como base los estándares de calidad en los productos, salud ocupacional, desarrollo con la colectividad entre otros.

4.3.10. Atributos de la empresa

Cuadro 26: Atributos de la Empresa

Nombre o razón social	Empresa de aguardiente “Tío Jorge”
Tipo de sociedad	Microempresa de Compañía Limitada
Número de Socios	De 4 socios
Capital social	\$ 65,994.95
Representante Legal	Sr. Jorge Armijos
Duración	Duración del proyecto de 5 años en adelante
Domicilio	País Ecuador, provincia de Loja, Cantón Saraguro, Parroquia Cumbe.

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

“La compañía de responsabilidad limitada es la que contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetivo, a la que se añadirá en todo caso, las palabras compañía limitada o su correspondiente abreviatura.”(Ley Cías, 2011)

Se denomina compañía de responsabilidad limita por las siguientes razones:

- El número de personas no excede de 15 personas.
- El capital a invertirse no es de gran magnitud.
- Los socios responden hasta por el monto de sus aportaciones individuales.

4.3.11. Requerimientos para la constitución de la cía.

De Fondo:

- Capacidad (los socios deben ser legamente capaces)
- Consentimiento (voluntad)
- Objetivo lícito (actividad no contrario a la Ley o la orden público)
- Causa lícita (propósito para operar para obtener utilidades)

De Forma:

- Contrato (contrato escrito)

- Escritura pública de constitución
- Inscripción en el registro mercantil
- Inscripción en el registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías.

4.3.12. Procedimiento para la constitución de la empresa

EMPRESA DE AGUARDIENTE “TIO JORGE”

De conformidad con el Art. 136 y siguientes de la Ley de Compañías, se estipula el procedimiento para la conformación de la compañía como persona jurídica y se establece el siguiente:

a) Elaboración de la escritura pública de constitución

La escritura será otorgada por todos quienes han decidido ser socios en un mínimo de tres.

Se redactará la minuta con especificaciones claras y concretas; luego será presentado ante el Notario para su protocolización, donde debe constar:

- Nombre de la Compañía.
- Plazo de duración de la Compañía
- Domicilio
- Identidad de los socios
- Objeto Social
- Importe de capital social (acciones)
- Aspectos de funcionalidad: Gobierno, Administración, Fiscalización.

Con las consideraciones mencionadas, se sugiere la siguiente propuesta de minuta (VER ANEXO 2 “PROPUESTA DE MINUTA”)

Aprobación por la Superintendencia de Compañías

De acuerdo con el Art. 136 de la Ley de compañías, la Escritura de Constitución de la empresa, será aprobada por la Superintendencia de compañías, por lo tanto de deberá dirigir una comunicación solicitando esta aprobación, siempre abalizada con la firma del abogado, se elaborara un oficio.

b) Proceso de inscripción en la página Web de la Superintendencia de Cías

- Ingrese al portal web de la Superintendencia de Compañías y Valores: www.supercias.gob.ec.
- Seleccione la opción portal de constitución electrónica de compañías.

Gráfico 21: Superintendencia de Cías



FUENTE: <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

- Presione la opción “constituir compañía”
- Ingrese su usuario y contraseña y presione el botón INGRESAR.
- Seleccione una reserva de denominación y presione el botón CONTINUAR
- En la primera sección SOCIOS O ACCIONISTAS, presione el botón AGREGAR SOCIO/ACCIONISTA.
- En la segunda sección DATOS COMPAÑÍA
- En la tercera sección CUADRO DE SUSCRIPCIONES Y PAGO DE CAPITAL
- En la cuarta sección REPRESENTANTES LEGALES, presione el botón AGREGAR REPRESENTANTE LEGAL.
- En la quinta sección DOCUMENTOS ADJUNTOS

- El sistema mostrara los costos por servicios notariales y registrales correspondientes. Si está de acuerdo presione el botón CONTINUAR.
- Seleccione la notaria de su preferencia y presione el botón CONTINUAR.
- Finalmente, lea las condiciones del proceso de constitución electrónica selección el casillero ACEPTO y presione el boto INICIAR TRAMITE.
- Para el proceso completo de la inscripción en la página web de la Superintendencia de compañías

c) Resolución de la Superintendencia de Compañías

Cumplido con los requisitos exigidos y con los informes de los diferentes departamentos de la Superintendencia de Compañías, emitirá la Resolución de Aprobación de los estatutos de la compañía, y dispondrá se ubique un extracto en uno de los periódicos de mayor circulación del lugar donde va a realizar las actividades la empresa. **EXTRACTO DE LA ESCRITURA PUBLICA DE CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA “AGUARDIENTE DE LICOR TIO JORGE CIA LTDA” (VER ANEXO 2 DE LA ESCRITURA PUBLICA DE L A EMPRESA)**

d) Inscripción en el Registro mercantil o de la Propiedad

Luego de haber realizado la publicación por la prensa, y de no existir oposición a la aprobación de la razón social o constitución de la misma Cía. deberá inscribirse en el Registro de Saraguro, porque en el Cantón no existe Registro Mercantil.

e) Otros permisos

- Se obtendrá en el Municipio de Saraguro, la respectiva Patente Municipal.
- Se realizara los trámites en el SRI, para obtener el Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Se obtendrá el Permiso en el Cuerpo de Bomberos.
- Obtención del Registro Sanitario.
- Realizar trámites de las Normas ISO.

4.3.13. Foda

El análisis FODA contribuye con la EMPRESA DE AGUARDIENTE “TIO JORGE” CIA LTDA, para obtener un diagnóstico acertado de su estructura y, así poder emprender estrategias que favorezcan a lograr los objetivos de la institución.

El término FODA nos indica cuatro variables: fortalezas y debilidades que son aspectos internos de la organización, por lo que se puede controlar directamente sobre ellas. Por otro lado tenemos las variables externas que son: oportunidades y amenazas, que resultan difíciles modificarlas.

a) Descripción de variables

FORTALEZAS.- Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por lo que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia.

OPORTUNIDADES.- Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permita tener ventajas competitivas.

DEBILIDADES.- Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que carece, habilidades que no poseen, etc.

AMENAZAS.- Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la empresa.

b) Matriz foda

Cuadro 27: Matriz foda

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ofrecer garantías a sus clientes al adquirir su producto. ❖ Excelentes precios, calidad y variedad en productos. ❖ Excelente atención al cliente ❖ Disponibilidad de materia prima para la producción 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Crecimiento del mercado. ❖ Demanda Nueva ❖ Incentivos a Emprendedores ❖ Adquisiciones y asociaciones estratégicas. ❖ Posibles alianzas estratégicas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ La maquinaria es vulnerable al daño por extensas horas de trabajo. ❖ Caminos de acceso en mal estado. ❖ Carencia de asistencia técnica en el área de producción. ❖ Canales de distribución limitados. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Entrada de nuevos competidores ❖ Incremento en el cobro de impuestos a los productos ❖ Cambio del interés del mercado ❖ Modificación en leyes del país y que perjudiquen la compra y venta de los productos.

FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014



c) Foda ponderado

Cuadro 28: Foda ponderado

	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			
	Crecimiento del mercado	Demand a Nueva	Posibles alianzas estratégica	Entrada de nuevos competid	Cambio del interés del mercado	Modificac ión en leyes del país	
	O1	O2	O3	A1	A2	A3	
FORTALEZAS							
Ofrecen garantías a sus clientes al adquirir su producto o servicio	F1	4	4	4	4	2	0
Excelentes precios, calidad y variedad en productos.	F2	4	4	4	4	4	0
Excelente atención al cliente	F3	0	4	0	2	2	2
Suma		8	12	8	10	8	2
DEBILIDADES							
La maquinaria es vulnerable al daño por extensas horas de trabajo.	D1	4	4	4	4	0	0
Carencia de asistencia técnica en el área de producción.	D2	4	0	4	0	2	0
Canales de distribución limitados.	D3	4	4	4	4	4	0
Suma		12	4	12	11	6	0

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

d) Foda estratégico

Cuadro 29: Foda estratégico

		OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
		Crecimiento del mercado	Demanda Nueva	Posibles alianzas estratégica	Entrada de nuevos competid	Cambio del int. del mer	Modificación en leyes del país
		O1	O2	O3	A1	A2	A3
FORTALEZAS							
Ofrecen garantías a sus clientes al adquirir su producto o servicio	F1	Ofertar e ingresar a nuevos mercados exigentes. (F1,O1,O2,)			Realizar estrategias para proteger la participación de mercado de la empresa con precios distinguidos (F1,F2,A1)		
Excelentes precios, calidad y variedad en productos.	F3	Manejar estrategias de precio diferenciado, para la nueva demanda. (F1,F2,O2)			Garantizar calidad en nuestros productos para fidelizar a los clientes plasmando nuevos gustos y p. (F1,A1)		
Excelente atención al cliente	F2	Manejar productos de calidad para garantizar las posibles alianzas estratégicas. (F1,O3)					
DEBILIDADES							
La maquinaria es vulnerable al daño por extensas horas de trabajo.	D1	Adquirir maquinaria de calidad para lograr la cobertura de nuevos mercados (D1,O1,O2)			Incentivar a una campaña publicitaria dando a conocer los novedosos productos.(D3,A2)		
Carencia de asistencia técnica en el área de producción.	D2	Reducir el costo de mano de obra para producir a gran escala y cubrir nuevos mercados(D2,O2)			Dar mantenimiento correcto a la maquinaria para no elevar costos para defender los intereses del mercado(D1,A2)		
Canales de distribución limitados.	D3						

FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

4.3.14. Análisis step

Cuadro 30: Análisis step



FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Noviembre 2014

4.3.15. Análisis de precios

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras.

Por lo tanto la empresa establecerá un precio acorde para el producto en base al mercado que es de USD 4.00. La estrategia de introducción de la empresa será de tener un precio menor al del mercado para lo cual se implantara el precio de USD 3.50, teniendo presente los costos de fabricación.

4.4. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

4.4.1. Canales de distribución

La empresa para realizar el proceso de Comercializar de los productos se basa en la investigación de mercados, la cual tendió como resultado distribuir los productos

directamente a las tiendas y a los principales bares. (VER ANEXO 1 ENCUESTAS PREGUNTA N° 5)

4.4.2. Marketing

La empresa “AGUARDIENTE TIO JORGE” emprenderá un plan de marketing que acople más necesidades de los clientes con los recursos de la entidad, para encaminarse a los objetivos que se pretenden cumplir de manera eficaz y eficiente.

Para llevar a cabo una efectiva manera de comercialización del producto será necesaria:

- Conocimiento de las 4 P's: Producto, Precio, Plaza y Promoción.
- Control de Calidad
- Buzón de sugerencias para saber los inconvenientes de los clientes.
- Comunicación constante con los clientes.
- Realizar continuamente investigación de mercados.
- Verificar constantemente las fluctuaciones del mercado,
- Mantener los precios.
- Tener establecido los canales de comercialización.
- Escoger los medios de comunicación de acuerdo a la investigación de mercados.
- Plan de selección y capacitación del personal.

4.4.3. Comunicación

La comunicación es un proceso que forma parte de la estrategia de marketing en donde la empresa da a conocer sus productos, la calidad los precios y los puntos de venta, para los diferentes segmentos de mercado.

Se debe dar a conocer el objetivo que se pretende con la comunicación, a que mercado objetivo se va enfocar, que mensaje y con qué frecuencia.

4.4.4. Alcance

A través de los medios de comunicación como la radio Frontera Sur, se pretende dar cobertura a todo el Cantón; de la misma manera con las redes Sociales, se procura superar límites provinciales para dar a conocer el producto; También con los trípticos participando en las diferentes Ferias de Desarrollo económico y Ferias Artesanales.

SLOGAN E IMAGEN PUBLICITARIO

Gráfico 22: Slogan de la Empresa



FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Noviembre 2014

4.5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERA

4.5.1. Plan de inversiones

“En el Plan de Inversiones se genera la información necesaria para formular el presupuesto de Costos y Gastos. Como su nombre lo indica es la proyección que ejecuta una persona natural o jurídica que desea iniciar o expandir la operación de su negocio o empresa.”(Baca, 2011)

4.5.2. Costo de la infraestructura de la planta

Se necesita una construcción distribuida de la siguiente manera: área de descarga y almacenamiento de la materia prima, área de producción, área de productos terminados, área Administrativa, área de estacionamiento. Las dimensiones serán: Área de Materia Prima 50m², Área de producción 200m², Área de Producto Terminado 50m², Área Administrativa 50m², Área de Estacionamiento 100m².

Cuadro 31: Infraestructura de la planta

COSTO DE INFRAESTRUCTURA DE LA PLANTA PROCESADORA				
CONSTRUCCIONES	CANT.	UNIDAD	COSTO/M²	TOTAL
Área de Materia Prima	50	m ²	\$ 35,00	\$ 1.750,00
Área de Producción	200	m ²	\$ 65,00	\$ 13.000,00
Área de Producto Terminado	50	m ²	\$ 75,00	\$ 3.750,00
Área Administrativa	50	m ²	\$ 80,00	\$ 4.000,00
Área de Estacionamiento	100	m ²	\$ 65,00	\$ 6.500,00
TOTAL	450 m²			\$ 29.000,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Activos Fijos: Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido. (Chong, 2010)

4.5.3. Activos fijos Operativos

Para instalar la planta de procesadora de Licor necesitamos la siguiente Maquinaria

Cuadro 32: Costo de maquinaria

MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN		
CANTIDAD	EQUIPO	COSTO
1	Trapiche	\$ 3.000,00
1	Motor	\$ 1.000,00
4	Tanques para la fermentación	\$ 2.800,00
1	Alambique	\$ 5.500,00
6	Tanques para el almacenamiento	\$ 3.000,00
1	Embotelladora	\$ 1.000,00
1	Alcoholímetro	\$ 49,95
TOTAL		\$ 16.349,95

INVERSION	TOTAL
Inversión en equipo	\$ 16.349,95
Inversión en Equipo de Laboratorio	\$ 200,00
TOTAL	\$ 16.549,95

FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Diciembre 2014

4.5.4. Activos Fijos Administrativos

Dentro de estos activos se encuentran los Muebles y Enseres, Equipo de Oficina y Administración.

En el Área Administrativa se requiere lo siguiente:

Cuadro 33: Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA PARA LA ADMINISTRACIÓN				
ARTICULO	UNIDA D	CANTIDA D	VALOR C/U	TOTAL
Equipo de Computo	c/u	1	\$ 519,99	\$ 519,99
TOTAL				\$ 519,99

FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Diciembre 2014

Cuadro 34: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
ARTICULO	CANTIDAD	VALOR C/U	TOTAL
Escritorio	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Sillas	7	\$ 13,00	\$ 71,00
Archivadores	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Perchas	3	\$ 85,00	\$ 255,00
TOTAL			\$ 581,00

FUENTE: Estudio del Proyecto
ELABORACIÓN: Autor del Proyecto
FECHA: Diciembre 2014

SUMINISTROS DE OFICINA

Cuadro 35: Suministros de oficina

SUMINISTROS			
ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Esferos	10	\$ 4,50	\$ 45,00
Resmas Papel Bond	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Cuadernos	5	\$ 1,20	\$ 6,00
Carpetas	10	\$ 0,25	\$ 2,50
TOTAL			\$ 78,50

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.5. Activos diferidos

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento.

Estos Activos están integrados por los Estudios del Proyecto, Gastos de Constitución, Gastos de Legalización, tramites de licencia y registro.

Cuadro 36: Activos diferidos

IMPUESTOS, TASAS Y SERVICIOS				
Producto	Medida	Cantidad	Unitario	Total
RUC	Anual	1	\$ 0,00	\$ 0,00
Registro Sanitario	Anual	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	Anual	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Patente Municipal	Anual	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Normas de Calidad	Anual	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL				\$1050,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Cuadro 37: Constitución de la empresa

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	
Estudios del Proyecto	\$ 180,00
Constitución de la empresa	\$ 1050,00
Total	\$ 1230,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.6. Costo del proyecto

a) Materiales directos

La caña es la materia prima que se utiliza para la elaboración de licor.

Cuadro 38: Materia prima

MATERIA PRIMA					
Descripción	Unidad	Cant. Anual	Cant. Mensual	Precio Unit.	Valor Total
Caña	Metros	253,99	21,16	\$16,19	\$ 4.112,26

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Cuadro 39: Material directo

MATERIAL DIRECTO PARA EL PRODUCTO FINAL					
Descripción	Unidad	Valor Unitario	Cant. Mensual	CANTIDAD ANUAL	VALOR FINAL
Botellas de vidrio	USD	\$ 0,20	1587	19050	\$ 3840,00
Etiquetas	UNIDADES	\$ 0,06	1587	19050	\$ 1152,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

b) Mano de obra directa

Son aquellos colaboradores que intervienen de manera indispensable para elaborar el producto.

Cuadro 40: Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA							
Detalle	Salario Básico	Total Anual Básico	Aporte IESS	XIII	XIV	Total Anual	Prm. Mens.
Operario 1	354,00	4.248,00	516,13	354,00	\$ 340,00	5.458,13	454,84
Operario 2	354,00	4.248,00	516,13	354,00	340,00	5.458,13	\$454,84
TOTAL	708,00	8.496,00	1.032,26	708,00	680,00	10.916,26	909,69

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Carga fabril.- Es aquella que se encuentra en las áreas administrativas y sirven de apoyo para la producción.

c) Mano de obra Indirecta

Cuadro 41: Mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA							
Cargo	Salario Básico	Total Anual Básico	Aporte IESS	XIII	XIV	Total Anual	Prm. Mens.
Gerente	400,00	4.800	583,20	400,00	340,00	6.123,20	510,27
Secretar Contador	354,00	4.248	516,13	354,00	340,00	5.458,13	454,84
Atención al Cliente	354,00	4.248	516,13	354,00	340,00	5.458,13	454,84
TOTAL	1.108,00	13.296	1.615,46	1.108,00	1.020,00	17.039,46	1.419,96

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

d) Depreciación y amortización

Depreciación: Depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil.

Cuadro 42: Depreciaciones

DEPRECIACIONES								
Activo Fijo	Valor del Activo	Vida Útil años	Depreciación Anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
EDIFICIO	29.000,00	20	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	21.750,00
MAQUINARIA	31.849,95		3.185,00	3.185,00	3.185,00	3.185,00	3.185,00	
Trapiche	3.000,00	10	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	1.500,00
Motor	1.000,00	10	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	500,00
Tanques de Fermentación	2.800,00	10	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	1.400,00
Alambique	5.500,00	10	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	2.750,00
Tanques de Almacenamiento	3.000,00	10	300,00	300,00	300,00	300,00	\$ 300,00	1.500,00
Embotelladora	16.500,00	10	1.650,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00	8.250,00
Alcoholímetro	49,95	10	5,00	5,00	5,00	5,00	\$ 5,00	24,98
MUEBLES Y ENSERES	601,00		200,33	200,33	200,33	0,00	0,00	
Escritorio	180,00	3	60,00	60,00	60,00	0,00	\$ 0,00	0,00
Sillas	91,00	3	30,33	30,33	30,33	0,00	0,00	0,00
Archivadores	75,00	3	25,00	25,00	25,00	0,00	0,00	0,00
Perchas	255,00	3	85,00	85,00	85,00	0,00	0,00	0,00
EQ. OF.								
Equipo de Computo	519,99	3	173,33	173,33	173,33	0,00	0,00	0,00
TOTAL			3.385,33	3.385,33	3.385,33	3.185,00	3.185,00	15.924,98

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Amortización: Amortización es la distribución sistemática del importe amortizable de un activo intangible durante los años de su vida útil.

Amortización= (Costo de Activos diferidos) × (% Amortización)

Cuadro 43: Amortización

AMORTIZACIONES								
Activo	Valor del Activo	Vida Útil (años)	Amortización Anual					Val. Res.
			1	2	3	4	5	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.230,00	5	246,00	246,00	246,00	246,00	246,00	0,00
TOTAL			246,00	246,00	246,00	246,00	246,00	\$0,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.7. Gasto de administración y servicios

a) Servicios Básicos

Cuadro 44: Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS					
SERVICIO	MEDIDA	UNI.	% CONSUMO		TOTAL
			% ADM	% PROD	
Energía Eléctrica	Mensual	\$ 20,00	25 %	75 %	\$ 240,00
Agua Potable	Mensual	\$ 10,00	25 %	75 %	\$ 120,00
Internet	Mensual	\$ 20,00	100 %	0 %	\$ 240,00
Teléfono	Mensual	\$ 15,00	100 %	0 %	\$ 180,00
TOTAL					\$ 780,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

b) Mantenimiento

Cuadro 45: Mantenimiento

MANTENIMIENTO			
PRODUCTO	SERVICIO	Otros	TOTAL
Maquinaria	\$ 300,00	\$ 100,00	\$ 400,00
TOTAL			\$ 400,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

c) Gasto de ventas

Son aquellos gastos que la empresa realiza para ofertar el producto que ofrece y deben ser cancelados por la misma.

Cuadro 46: Gastos de ventas anuales

Cant	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
360	Publicidad Radial	\$ 720,00	\$ 792,00	\$ 871,20	\$ 958,32	\$ 1.054,15
1992	Hojas Volantes	\$ 99,60	\$ 109,56	\$ 120,52	\$ 132,57	\$ 145,82
1992	Trípticos	\$ 159,36	\$ 175,30	\$ 192,83	\$ 212,11	\$ 233,32
TOTAL		\$ 978,96	\$ 1.076,86	\$ 1.184,54	\$ 1.303,00	\$ 1.433,30

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.7. Clasificación de los costos

ESTRUCTURA DE LOS COSTOS										
PERIODO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
COSTOS PRIMOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE
Materia Prima Directa		\$ 4.112,26		\$ 4.278,81		\$ 4.452,10		\$ 4.632,41		\$ 4.820,02
Mano de obra directa		5458,08		\$ 5.679,13		\$ 5.909,14		\$ 6.148,46		\$ 6.397,47
GASTOS DE PRODUCCION										
Materia prima indirecta		\$ 4.953,00		\$ 5.153,60		\$ 5.362,32		\$ 5.579,49		\$ 5.805,46
TOTAL GASTOS DE PRODUCCION		\$ 14.523,34		\$ 15.111,53		\$ 15.723,55		\$ 16.360,35		\$ 17.022,95
GASTOS DE ADMINISTRACION										
Gerente General	\$ 6.123,20		\$ 6.371,19		\$ 6.629,22		\$ 6.897,71		\$ 7.177,06	
Secretaria / Atención al Cliente	\$ 5.458,08		\$ 5.679,13		\$ 5.909,14		\$ 6.148,46		\$ 6.397,47	
Depreciaciones	\$ 3.385,33		\$ 3.385,33		\$ 3.385,33		\$ 3.185,00		\$ 3.185,00	
Amortizaciones	\$ 246,00		\$ 246,00		\$ 246,00		\$ 246,00		\$ 246,00	
Servicios Básicos	\$ 510,00		\$ 530,66		\$ 552,15		\$ 574,51		\$ 597,78	
Suministros	\$ 78,00		\$ 81,16		\$ 84,45		\$ 87,87		\$ 91,42	
Mantenimiento	\$ 978,96		\$ 1.018,61		\$ 1.059,86		\$ 1.102,79		\$ 1.147,45	
TOTAL GASTOS DE ADM.	\$ 16.779,57		\$ 17.312,07		\$ 17.866,14		\$ 18.242,32		\$ 18.842,18	
GASTO DE VENTAS										
Publicidad Radial	\$ 720,00		\$ 749,16		\$ 779,50		\$ 811,07		\$ 843,92	
Hojas Volantes	\$ 99,60		\$ 103,63		\$ 107,83		\$ 112,20		\$ 116,74	
Trípticos	\$ 159,36		\$ 165,81		\$ 172,53		\$ 179,52		\$ 186,79	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 978,96		\$ 1.018,61		\$ 1.059,86		\$ 1.102,79		\$ 1.147,45	
GASTOS FINANCIEROS										
Intereses del Préstamo	\$ 2.554,00		\$ 2.158,08		\$ 1.711,59		\$ 1.208,10		\$ 640,30	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.554,00		\$ 2.158,08		\$ 1.711,59		\$ 1.208,10		\$ 640,30	
COSTO TOTAL	\$ 34.835,87		\$ 35.600,29		\$ 36.361,15		\$ 36.913,56		\$ 37.652,88	

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.8. Determinación del precio

El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes. La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes, porque el precio es uno de los factores que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

Cuadro 47: Costo unitario de producción

AÑOS	PRODUCCION	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
AÑO 1	19050	\$ 34.835,87	\$ 1,83
AÑO 2	19660	\$ 35.600,29	\$ 1,81
AÑO 3	20289	\$ 36.361,15	\$ 1,79
AÑO 4	20938	\$ 36.913,56	\$ 1,76
AÑO 5	21608	\$ 37.652,88	\$ 1,74

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.9. Financiamiento

Hay Empresas que no poseen los recursos suficientes para emprender un proyecto por esta razón recurren a las Instituciones Financieras para poder empezar a elaborar el producto.

Cuadro 48: Financiamiento

CAPITAL DE TRABAJO (Mensual)				
Cantidad	Descripción	Unidad	Precio Unitario	Valor Total
	MATERIALES			\$ 342,69
21,16666	Caña	Metro	\$ 16,19	\$ 342,69
	MANO DE OBRA			\$ 909,68
2	Operarios	PERSONA	\$ 454,84	\$ 909,68
	COSTOS INDIRECTOS			\$ 412,75
1588	BOTELLAS DE VIDRIO	UNIDAD	\$ 0,20	\$ 317,50
1588	Etiquetas	UNIDAD	\$ 0,06	\$ 95,25
	GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 1.047,44
1	Gerente General	PERSONA	\$ 510,27	\$ 510,27
1	Secretaria / Atención al Cliente	PERSONA	\$ 454,84	\$ 454,84
1	Servicios Básicos		\$ 42,50	\$ 42,50
1	Mantenimiento		\$ 33,33	\$ 33,33
1	Suministros	UNIDAD	\$ 6,50	\$ 6,50
	GASTOS DE VENTAS			\$ 81,58
30	Publicidad Radial	CUÑA	\$ 2,00	\$ 60,00
166	Hojas Volantes	UNIDAD	\$ 0,05	\$ 8,30
166	Trípticos	UNIDAD	\$ 0,08	\$ 13,28
	TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 2.794,14

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Cuadro 49: Inversiones fijas

INVERSIONES FIJAS				
Cantidad	Descripción	Unidad	Precio Unitario	Valor Total
	EDIFICIO		\$ 29.000,00	\$ 29.000,00
	MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 31.849,95
1	Trapiche	UNIDAD	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
1	Motor	UNIDAD	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
4	Tanques de Fermentación	UNIDAD	\$ 700,00	\$ 2.800,00
1	Alambique	UNIDAD	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
6	Tanques de Almacenamiento	UNIDAD	\$ 500,00	\$ 3.000,00
1	Embotelladora	UNIDAD	\$ 16.500,00	\$ 16.500,00
1	Alcoholímetro	UNIDAD	\$ 49,95	\$ 49,95
	MUEBLES Y ENSERES			\$ 601,00
1	Escritorio	UNIDAD	\$ 180,00	\$ 180,00
7	Sillas	UNIDAD	\$ 13,00	\$ 91,00
1	Archivadores	UNIDAD	\$ 75,00	\$ 75,00
3	Perchas	UNIDAD	\$ 85,00	\$ 255,00
1	EQUIPO DE OFICINA			
1	Equipo de Computo	UNIDAD	\$ 519,99	\$ 519,99
	TOTAL INVERSIONES FIJAS			\$ 61.970,94

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Cuadro 50: Inversiones diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 1.230,00
1	PAGO AL ABOGADO PARA CONST. LA EMPRESA	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00
	TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS		\$ 1.230,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Cuadro 51: Resumen de la inversión

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 61.970,94
Inversión Diferida	\$ 1.230,00
Capital de Trabajo	\$ 2.794,14
INVERSIÓN TOTAL	\$ 65.995,08

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

La empresa tiene previsto realizar un préstamo de \$ 20.000,00 a la Cooperativa Jardín Azuayo con un interés del 12,77 % anual

Cuadro 52: Estructura del financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Capital Propio	\$ 45.998,33	70%
Capital de Terceros	\$ 20.000,00	30%
TOTAL	\$ 65.998,33	100%

Préstamo:	\$ 20.000,00
Tasa Interés:	12,77%
Plazo:	5

<u>TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO</u>				
<u>Período</u>	<u>Pago Capital</u>	<u>Pago Interés</u>	<u>Cuota</u>	<u>Saldo</u>
0				\$ 20.000,00
1	\$ 3.100,41	\$ 2.554,00	\$ 5.654,41	\$ 16.899,59
2	\$ 3.496,34	\$ 2.158,08	\$ 5.654,41	\$ 13.403,25
3	\$ 3.942,82	\$ 1.711,59	\$ 5.654,41	\$ 9.460,43
4	\$ 4.446,32	\$ 1.208,10	\$ 5.654,41	\$ 5.014,11
5	\$ 5.014,11	\$ 640,30	\$ 5.654,41	\$ 0,00

FUENTE: Coac Jardín Azuayo

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.10. Ingresos

Cuadro 53: Estimación de los ingresos

Años	Producción	Precio de Venta	Ingresos Anuales
AÑO1	19050	\$ 3,50	\$ 66.675,00
AÑO 2	19660	\$ 3,50	\$ 68.810,00
AÑO3	20289	\$ 3,50	\$ 71.011,50
AÑO4	20938	\$ 3,50	\$ 73.283,00
AÑO5	21608	\$ 3,50	\$ 75.628,00

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.11. Estados financieros

Cuadro 54: Estado de resultados proyectado

Rubro/Año de vida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ 66.675,00	\$ 68.810,00	\$ 71.011,50	\$ 73.283,00	\$ 75.628,00
- Cost de Producción	-\$ 14.523,34	-\$ 15.111,53	-\$ 15.723,55	-\$ 16.360,35	-\$ 17.022,95
= Utilidad Bruta	\$ 52.151,66	\$ 53.698,47	\$ 55.287,95	\$ 56.922,65	\$ 58.605,05
- Gastos de Administración	-\$ 16.779,57	-\$ 17.312,07	-\$ 17.866,14	-\$ 18.242,32	-\$ 18.842,18
- Gastos de Ventas	-\$ 978,96	-\$ 1.018,61	-\$ 1.059,86	-\$ 1.102,79	-\$ 1.147,45
- Gastos Financieros	-\$ 2.554,00	-\$ 2.158,08	-\$ 1.711,59	-\$ 1.208,10	-\$ 640,30
= Utilidad antes de Imp.	\$ 31.839,13	\$ 33.209,71	\$ 34.650,35	\$ 36.369,44	\$ 37.975,12
- 15% Part. Trabajadores	-\$ 4.775,87	-\$ 4.981,46	-\$ 5.197,55	-\$ 5.455,42	-\$ 5.696,27
- Impuesto a la Renta	-\$ 7.323,00	-\$ 7.638,23	-\$ 7.969,58	-\$ 8.364,97	-\$ 8.734,28
= Utilidad Neta	\$ 19.740,26	\$ 20.590,02	\$ 21.483,22	\$ 22.549,06	\$ 23.544,58

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Cuadro 55: Balance general proyectado

Rubro/Año de vida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
CORRIENTE	\$ 2.794,14	\$23.065,31	\$ 43.790,33	\$ 64.962,05	\$ 86.495,78
Caja	\$ 2.794,14	\$ 23.065,31	\$ 43.790,33	\$ 64.962,05	\$ 86.495,78
ACT. FIJO	\$ 61.970,94	\$ 58.585,61	\$ 55.200,28	\$ 51.814,96	\$ 48.629,96
Edificio	\$ 29.000,00	\$ 29.000,00	\$ 29.000,00	\$ 29.000,00	\$ 29.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 31.849,95	\$ 31.849,95	\$ 31.849,95	\$ 31.849,95	\$ 31.849,95
Muebles de Oficina	\$ 601,00	\$ 601,00	\$ 601,00	\$ 601,00	\$ 601,00
Equipo de oficina	\$ 519,99	\$ 519,99	\$ 519,99	\$ 519,99	\$ 519,99
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 3.385,33	-\$ 6.770,66	-\$ 10.155,99	-\$ 13.340,98
ACT. DIFERIDO	\$ 1.230,00	\$ 984,00	\$ 738,00	\$ 492,00	\$ 246,00
Gast de Constitución y Adecuación	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 246,00	-\$ 492,00	-\$ 738,00	-\$ 984,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 65.995,08	\$ 82.634,93	\$ 99.728,61	\$ 117.269,01	\$ 135.371,74
PASIVO					
PASIVO	\$ 20.000,00	\$ 16.899,59	\$ 13.403,25	\$ 9.460,43	\$ 5.014,11
Corriente	\$ 3.100,41	\$ 3.496,34	\$ 3.942,82	\$ 4.446,32	\$ 5.014,11
No Corriente	\$ 16.899,59	\$ 13.403,25	\$ 9.460,43	\$ 5.014,11	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 45.995,08	\$ 65.735,34	\$ 86.325,36	\$ 107.808,58	\$ 130.357,63
Capital	\$ 45.995,08	\$ 45.995,08	\$ 45.995,08	\$ 45.995,08	\$ 45.995,08
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 19.740,26	\$ 20.590,02	\$ 21.483,22	\$ 22.549,06
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 19.740,26	\$ 40.330,28	\$ 61.813,50
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 65.995,08	\$ 82.634,93	\$ 99.728,61	\$ 117.269,01	\$ 135.371,74

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

Cuadro 56: Flujo neto de efectivo

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
Rubro/Año de vida	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 66.675,00	\$ 68.810,00	\$ 71.011,50	\$ 73.283,00	75.628,00
- Costo de Producción		-\$ 14.523,34	15.111,53	-\$ 15.723,55	16.360,35	17.022,95
= Utilidad Bruta		\$ 52.151,66	\$ 53.698,47	\$ 55.287,95	\$ 56.922,65	58.605,05
- Gastos de Administración		-\$ 16.779,57	17.312,07	-\$ 17.866,14	18.242,32	18.842,18
- Gastos de Ventas		-\$ 978,96	-\$ 1.018,61	-\$ 1.059,86	-\$ 1.102,79	1.147,45
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 2.554,00	-\$ 2.158,08	-\$ 1.711,59	-\$ 1.208,10	-\$ 640,30
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 31.839,13	\$ 33.209,71	\$ 34.650,35	\$ 36.369,44	37.975,12
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 4.775,87	-\$ 4.981,46	-\$ 5.197,55	-\$ 5.455,42	5.696,27
- Impuesto a la Renta		-\$ 7.323,00	-\$ 7.638,23	-\$ 7.969,58	-\$ 8.364,97	8.734,28
= Utilidad Neta		\$ 19.740,26	\$ 20.590,02	\$ 21.483,22	\$ 22.549,06	23.544,58
+ Depreciaciones		\$ 3.385,33	\$ 3.385,33	\$ 3.385,33	\$ 3.185,00	\$ 3.185,00
+ Amortizaciones		\$ 246,00	\$ 246,00	\$ 246,00	\$ 246,00	\$ 246,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 3.100,41	-\$ 3.496,34	-\$ 3.942,82	-\$ 4.446,32	5.014,11
+ Valor de Salvamento						\$ 15.924,98
- Inversiones						
Fija	--61.970,94					
Diferida	- 1.230,00					
Capital de Trabajo	- 2.794,14					
= Flujo Neto de Efectivo	-65.995,08	\$ 20.271,18	\$ 20.725,01	\$ 21.171,73	\$ 21.533,73	37.886,43

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

4.5.12. Valor actual neto (van)

El Valor actual neto se define como la diferencia de la sumatoria de los beneficios actualizados y los costos actualizados a una tasa de interés fija predeterminada. Fórmula del VAN: El Valor Actual Neto de un proyecto de inversión está dado por la diferencia del valor actual de los beneficios y el valor actual de la inversión, es decir:

$$\text{VAN} = \text{VAB} - \text{VAP}$$

Cuadro 57: Cálculo del valor actual neto (van)

Tasa de descuento: 8,43%

AÑOS	FNE	Factor de Actualización	Fne Actualizados	Fne Actualizados y acumulados
0	-\$ 65.995,08	1,000000	-\$ 65.995,08	-\$ 65.995,08
1	\$ 20.271,18	0,922254	\$ 18.695,17	-\$ 47.299,90
2	\$ 20.725,01	0,850552	\$ 17.627,71	-\$ 29.672,20
3	\$ 21.171,73	0,784425	\$ 16.607,64	-\$ 13.064,56
4	\$ 21.533,73	0,723439	\$ 15.578,35	\$ 2.513,79
5	\$ 37.886,43	0,667195	\$ 25.277,64	\$ 27.791,43

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

INTERPRETACIÓN:

El valor Actual Neto (VAN) obtenido en este proyecto es de: \$ 27.791,43 al obtener un saldo del VAN positivo se concluye que el proyecto es Viable

4.5.13. Tasa interna de recuperación (tir)

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es aquella que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”(Baca, 2011)

FORMULA:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{(VAN_1 - VAN_2)}$$

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)				
	i1=	38,60%	VAN 1=	5,4
	i2=	38,70%	VAN 2=	-10,32
	TIR=	0,386343511		38,63%
INTERPRETACIÓN:				
La Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida en este proyecto es de:38,63%				
Al obtener una TIR mayor que la Tasa de Descuento se concluye que el proyecto ES RENTABLE				

4.5.14 Relación beneficio costo

La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable, a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación.

Si el valor de la Relación Beneficio/Costo es mayor o igual que 1.0. Al obtener un valor igual a 1.0 significa que la inversión inicial se recuperó y que el proyecto es viable, si es menor a 1 no presenta rentabilidad, ya que la inversión del proyecto jamás se pudo recuperar en el periodo establecido.

Cuadro 58: Cálculo de la relación beneficio costo (rbc)

Años	Factor de Actualización	Ingresos	Egresos	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	1,000000	\$ 20.271,18	-\$ 65.995,08	\$ 20.271,18	-\$ 65.995,08
2	0,922254	\$ 20.725,01	\$ 20.271,18	\$ 19.113,72	\$ 18.695,17
3	0,850552	\$ 21.171,73	\$ 20.725,01	\$ 18.007,66	\$ 17.627,71
4	0,784425	\$ 21.533,73	\$ 21.171,73	\$ 16.891,61	\$ 16.607,64
5	0,723439	\$ 37.886,43	\$ 21.533,73	\$ 27.408,54	\$ 15.578,35

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

$$R B/C = \frac{\text{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS} + \text{INVERSION}}$$

$$RB/C = \frac{\$ 101.692,71}{2.513,79 + 65.995,08}$$

$$RB/C = 1,48$$

El Beneficio Costo de la empresa es de \$ 1,48, que significa que por cada dólar que invierto se recuperara el dólar más cuarenta y ocho (0,48 ctvs.), por la tanto el proyecto es económicamente rentable.

4.5.15 Periodo de recuperación

El periodo de recuperación de una inversión es el tiempo que tardará en recuperarse el capital que fuera invertido para iniciar las actividades de la empresa.

Cuadro 59: Cálculo del periodo de recuperación de la inversión (pri)

Años	Fne	Factor de Actualización	Fne Actualizados	Fne Actualizados y Acumulados
0	-\$ 65.995,08	1,000000	-\$ 65.995,08	-\$ 65.995,08
1	\$ 20.271,18	0,922254	\$ 18.695,17	-\$ 47.299,90
2	\$ 20.725,01	0,850552	\$ 17.627,71	-\$ 29.672,20
3	\$ 21.171,73	0,784425	\$ 16.607,64	-\$ 13.064,56
4	\$ 21.533,73	0,723439	\$ 15.578,35	\$ 2.513,79
5	\$ 37.886,43	0,667195	\$ 25.277,64	\$ 27.791,43

FUENTE: Estudio del Proyecto

ELABORACIÓN: Autor del Proyecto

FECHA: Diciembre 2014

$$PRI = \text{año Últ. Neg FNE Act. y Acum.} \Delta \left\{ \begin{array}{l} \text{Último Neg. FNE Act. y Acum} \\ \text{FNE Actualizado del Año Sig.} \end{array} \right\} * 12$$

$$PRI = 3 \Delta \{ |-13.064,56/15.578,35| * 12 \}$$

$$PRI = 3 \Delta 0,84$$

PRI= 3 años, 10 meses

INTERPRETACIÓN:

El Período de Recuperación de Inversión (PRI) del Proyecto es de: 3 años, 10 meses.

4.6.ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

4.6.1. Identificación del medio

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, en términos simples el impacto ambiental es la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza.”(Baca, 2011)

El proyecto de factibilidad para crear una empresa de producción y comercialización de licor, en la parroquia Cumbe no causara ningún daño ecológico por que la producción de caña ya se viene cultivando de años anteriores, por lo tanto no habrá alteraciones en el medio ambiente. También el proyecto pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes con el trabajo que generara la empresa.

4.6.2. Impacto ambiental positivo

Con este proyecto en operación en la parroquia Cumbe, los impactos positivos serán múltiples, que son los siguientes:

- La empresa de producción y comercialización de licor mejorara las plusvalía de terrenos del sector
- El proyecto pretende mejorar el turismo en la parroquia debido a su clima cálido y a los atractivos del sector.
- La población activara la capacidad de siembra y producción de la caña
- Se dará empleo a las personas del sector y así mejor su calidad de vida

CONCLUSIONES

El presente estudio resalta varios puntos importantes que nos permiten tomar la conclusión que el proyecto para la producción y comercialización de licor, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del mismo así como la conveniencia de llevar a cabo la inversión.

- De acuerdo con la Disponibilidad de la materia prima, la mano de obra y la demanda, se ha obtenido como lugar estratégico la parroquia de Chayazapa del cantón Saraguro, para la implementación de la Planta y su Comercialización.
- En base al estudio de mercado realizado y a los datos obtenidos, se comprueba que no existen empresas productoras de licor en el cantón, por lo cual nuestra empresa tiene una gran oportunidad de aceptación dentro del segmento hacia cual se dirige, al ser pionera en la producción de licor de la ciudad, siendo una ventaja para ser una empresa líder en el mercado.
- En base a la evaluación financiera como al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que este es viable y rentable ya que posee un VAN positivo, la TIR es superior a la TMAR, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 3 años, tiempo que se cumple dentro de los objetivos corporativos, la relación beneficio costo es de 1,48 es decir que por cada dólar invertido se gana 1,48 dólares, lo que justifica la inversión, para proceder a ejecutar los trámites legales, basados en las Normas de Calidad.

RECOMENDACIONES

- Realizar un diagnóstico periódico acerca de la localidad, para poder implantar un **centro de distribución** intermedio de la planta y las parroquias que están alejadas del Cantón.
- Hacer un plan de Investigación y desarrollo permanente para que la investigación de mercado sea una política estatuida, ya que de esta manera se podrá obtener información sobre los cambios de mercado, gustos y preferencias, como también el estado de la competencia (productos y precios)
- Ser minucioso en el control de calidad de la materia prima como en el proceso de producción realizando innovaciones continuas, con el fin tener una producción eficiente y un producto de buena calidad, para que de esta manera se cumpla con la normativa vigente de las Normas de calidad del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- Zirrelli A (2010), Fundamentos de Organización y Dirección General. Bilbao San Juan: Deusto.
- Aquilano J (2011), Administración de Producción: Operación, Manufactura y Servicios, 8° Ed. Bogotá. Mc Graw Hill.
- Baca G (2010), Evaluación de Proyectos. 6° Ed. México: Mc Graw Hill
- Sapag Chain N (2012), Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. Perason Educación.
- García Echeverría S (2011), Introducción a la Economía de la Empresa. Madrid: Uned.
- Fleiman J (2010), Negocios Exitosos. México: Mc Graw Hill.
- Carvajal L (2013), Metodología de la Investigación. Cali: Futuro.
- Alcaraz Rodriguez R (2011), El Emprendedor del Éxito. México: Mc Graw Hill.
- Subirós F (2012), El cultivo de la Caña de Azúcar. SanJose Costa Rica: Fausac.

LINKOGRAFÍA

- P. Iglesias (2010); Historia del aguardiente. Recuperado el 26 de Febrero del 2014: <http://www.historiacocina.com/historia/articulos/aguardiente.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos93/clasificacion-costos/clasificacion-costos.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos97/valor-actual-neto/valor-actual-neto.shtml#ixzz3UYy8vhNE>
- <http://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



OBJETIVO: Determinar el consumo de licor en el cantón Saraguro y sus alrededores.

Genero M F

Edad

EDAD	Marque con una "x"
18-25	
26-33	
34-41	
42-49	
56-63	
64 en adelante	

PREGUNTAS

1. ¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas?

No consume
Semanal
Quincenal
Mensual

2. ¿Qué tipo de bebida consume?

Cerveza

Vino

Ron

Licor (aguardiente)

Otros.....

3. ¿Qué cantidad de bebida consume?

1-3 litros

3-5 litros

7-9 litros

10 litros en adelante

4. ¿Ha degustado el licor del Sr. Jorge Armijos?

SI

NO

5. ¿Por qué Consume el licor del Sr. Jorge Armijos?

Precio

Sabor

Calidad

Tradicición

6. ¿Dónde adquiere su bebida alcohólica?

Tienda

Licorería

Otros.....

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su bebida alcohólica en la presentación de

350 ml?

3.00 – 5.00

6.00 – 8.00

9.00

8. ¿Qué estación de radio del cantón Saraguro escucha con mayor frecuencia?

.....
.....

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

SEÑOR NOTARIO.-

En el protocolo de escritura pública a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía, contenidas en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Invierten en el otorgamiento de esta escritura pública: JORGE ENRIQUE ARMIJOS SALINAS, casado, con cédula N° 1101265203; GLORIA ENIT GONZAGA JIMENEZ, casada, con cédula N° 1101767448; AYDE ANABEL ARMIJOS GONZAGA, soltera, con cédula N° 1105812117; MAYRA LILIANA ARMIJOS GONZAGA, casada, con cédula N° 1104750110; Los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Saraguro, legalmente capaces ante la Ley para contratar y contraer obligaciones y que comparecen por sus propios y personales derechos.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR EN LA CIUDAD DE SARAGURO”

TITULO I

DEL NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO Y PLAZO

Artículo 1°.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es “PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR EN LA CIUDAD DE SARAGURO”

Artículo 2°.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es en la Provincia de Loja, Cantón Saraguro, Parroquia Cumbe, Barrio el Ingenio- Chayazapa, podrá establecer agencias, sucursales o establecimiento en uno o más lugares dentro del

territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondiente.

Artículo 3°.- Objeto Social.- El objeto de la compañía es producir, comercializar el alcohol siendo un producto de calidad, cumpliendo con las expectativas de los cliente. La caña: Recepción de la materia prima, Pesado y selección, Preparación del guarapo, Destilación, Envasado, Etiquetado. El producto terminado se conservara 4 años, este producto es conservado en bodegas limpias y ventiladas, para luego ser vendidas a un canal de comercialización o distribuidor.

Para el cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley los mismos que son:

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 75 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TÍTULO II

DEL CAPITAL

Artículo 5°.- Capital y participaciones.- El capital social es de \$ **65,994.95**

TÍTULO III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma General.- El gobierno de la compañía correspondiente a la junta general de socios y su administración al gerente.

Artículo 7°.- Convocatoria.- La convocatoria la junta efectuara al presidente de la compañía, mediante aviso que se publicara en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquel en el que se celebra la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalara, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del 50% del

capital social. Con igual salvedad, una hora más tarde, se instalara con el número de socios presentes, siempre que se cumpla los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresara que la junta se instalara con los socios presente.

Artículo 9°.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

Artículo 10°.- Facultades de la junta.- Correspondiente a la junta general el ejercicio de las siguientes facultades:

- Designar y remover administradores y gerentes;
- Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios
- Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- Autorizar al gerente la suscripción de contratos superiores
- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.

Artículo 11°.- Junta General de Accionistas.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que se presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 12°.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un periodo cinco años, a cuyo término podrá ser reelegido. El Presidente continuara en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- Presidir las reuniones de la junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas.
- Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio
- Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículos 13°.- Gerente de la Compañía.- El Gerente será nombrado por la junta general para un periodo de cinco años, a cuyo término podrá ser reelegido, El gerente continuara en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al Gerente:

- Actuar de secretario de la reuniones de junta general a las que asista, y firma, con el presidente, las actas respectivas.
- Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio.
- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías.
- Suscribir contratos por un monto máximo de cincuenta mil dólares. Siendo necesaria la autorización de la junta general de socios en contratos superiores al monto autorizado.
- Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 14°.- Norma General.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidara con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CUARTA.- APORTE.-

NOMBRES SOCIOS	CAPITAL SUSCRITO	% DE PART.
JORGE ENRIQUE ARMIJOS SALINAS	\$ 16.498,734	25 %
GLORIA ENIT GONZAGA JIMENEZ	\$ 16.498,734	25 %
AYDE ANABEL ARMIJOS GONZAGA	\$ 16.498,734	25 %
MAYRA LILIANA ARMIJOS GONZAGA	\$ 16.498,734	25 %
TOTAL	\$ 65,994.95	100%

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.- Para los periodos señalados en los artículos 12° y 13° del estatuto, se designara como presidente

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Los contratantes acuerda autorizar a Dra. Genoveva Jaramillo para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el tramite respectivo has la inscripción de este instrumento.

Usted, señor notario, se dignara añadir las correspondientes cláusulas de estilo para su plena validez.

.....

Dra. Genoveva Jaramillo
NOTARIA DEL CANTON SARAGURO

REPÚBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS Y SEGUROS

**ABSTRACTO DE LA ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCION DE LA
COMPAÑÍA “PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR EN LA
CIUDAD DE SARAGURO CIA LTDA”**

CELEBRACIÓN Y APROBACIÓN.- La escritura pública referida se otorgó el Enero del 2014, ante el señor Notario Público, del Cantón Saraguro, Dra. Genoveva Jaramillo: ha sido comprobado por el señor Intendente de Compañías, mediante resolución N°. 00182.

OTORGANTES.- Comparecen al otorgamiento de la escritura pública relacionada, el Señor:

NOMINA	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DOMICILIO
Jorge Enrique Armijos Salinas	Casado	Ecuatoriano	Saraguro
Gloria Enit Gonzaga Jiménez	Casada	Ecuatoriano	Saraguro
Ayde Anabel Armijos Gonzaga	Soltera	Ecuatoriano	Saraguro
Mayra Liliana Armijos Gonzaga	Casada	Ecuatoriano	Saraguro

DENOMINADO Y PLAZO.- La compañía se denomina “PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR EN LA CIUDAD DE SARAGURO” y tiene un plazo de duración de CINCUENTA años contados a partir de la inspiración de la escritura en el Registro Mercantil.

DOMICILIO.- El domicilio de la compañía es en la Parroquia Cumbe, Cantón Saraguro, Provincia de Loja.

OBJETO SOCIAL.- La compañía tiene como objeto social principal producir, comercializar el licor siendo un producto de calidad, cumpliendo con las expectativas de los cliente.

CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de \$ 33.529,66 dólares, dividido en

INTEGRACION DEL CAPITAL SOCIAL.- El capital social se encuentra íntegramente suscrito y pagado en un cincuenta por ciento en acciones (numerario-especie), quedando el saldo insoluto a pagarse en el plazo de doce meses.

GOBIERNO Y REPRESENTACIÓN LEGAL.- La compañía se gobierna a través de la Junta General de Accionistas y es administrada por el Presidente y Gerente General. Ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial. Los socios han designado en este mismo contrato como Gerente General al Señor Jorge Armijos Salinas.

Saraguro, 13 de Noviembre del 2014

.....
SECRETARIO ABOGADO

**RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN
RESOLUCIÓN N° 00182
INTENDENTE DE COMPAÑÍAS
CONSIDERANDO**

QUE, con fecha 5 de Noviembre y ante el Notario Dra. Genoveva Jaramillo del Cantón Saraguro, se ha otorgado la escritura pública de constitución de la compañía “PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR EN LA CIUDAD DE SARAGURO”; y, el 5 de enero se presenta a este despacho, con la solicitud para su aprobación con firma de Abogado, tres testimonios de la referida escritura.

QUE, El Departamento Jurídico de Compañías y de Valores ha emitido informe favorable para la aprobación solicitada;

En uso de sus atribuciones

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO.- APROBAR la constitución de la compañía “PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR EN LA CIUDAD DE SARAGURO CIA LTDA” con domicilio en la Parroquia Cumbe, Cantón Saraguro, en los términos que constan en la referida escritura; y, disponer que un extracto de la misma se publique por una sola vez en uno de los periodos de mayor circulación en la ciudad de Saraguro. Un ejemplar de la edición en la que constan el extracto se entregara a este despacho.

ARTICULO SEGUNDO.- DISPONER.- a) Que el señor Notario Dra. Genoveva Jaramillo del cantón Saraguro tome nota al margen de la matriz de la escritura pública que se aprueba, del contenido de la presente Resolución; b) Que el señor Registrador Mercantil del Cantón Saraguro, inscriba la referida escritura y esta Resolución; y, c) Que los indicados funcionarios sienten en las copias de las copias de la escritura y Resolución que se acompañan, la pertinente razón del cumplimiento de lo mandado.

COMUNIQUESE.- Dada, firmada y sellada en la Superintendencia de Compañías, a los 6 días del mes de Noviembre del 2014.

INTENDENTE DE COMPAÑÍA

Anexo 3: Oficio de petición a la Superintendencia

Saraguro, 03 de Noviembre del 2014

Señor

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

Quito.-

En su despacho

1. Acompaño tres copias notariales de la Escritura Pública de Constitución de la Compañía **EMPRESA DE AGUARDIENTE TIO JORGE CIA LTDA**, con domicilio en la Parroquia San Antonio de Cumbe, Cantón Saraguro, Provincia de Loja.
2. Con este antecedente, solicito de usted señor Intendente de Compañía, por cumplir con los requisitos de Ley; para cuyo efecto se expedirá la resolución correspondiente ordenando la publicación de un extracto de la Escritura, la inscripción en el Registro Mercantil – Propiedad del Cantón Saraguro, así como de los demás actos que fueren de Ley.
3. Solicito se me notifique en el Estudio Jurídico del Dr. Gonzalo Armijos, ubicado en la calle Loja y Dr. Monfilio Muñoz de esta ciudad.

Por su gentil atención, expreso mis sinceros agradecimientos.

Firmo con el abogado que me patrocina.

Atentamente

Dr. Gonzalo Armijos

Realizada la escritura, se deberá adjuntar a la petición tres copias Notariales de la Escritura Pública y los certificados del Registro Mercantil o de la Propiedad, que sus bienes no están gravados.



SELECCIÓN DE EQUIPOS

-equitek

Para el proceso de ENVASADO de Licor, en presentación(es) de 300 mm, con una capacidad de producción estimada de 30 envases por minuto respectivamente, ofrecemos el siguiente equipo:

Cant.	Modelo	Descripción	Precio Unitario
1	DNL-6-16-C	Envasadora automática, serie DNL, llenado por bomba centrífuga, equipada con 6 boquillas de 16mm. de diámetro, portaboquillas actuado reforzado, transportador de 3m. de largo velocidad variable, PLC y Pantalla de control táctil.	\$16,300.00 (US Dolar)

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL EQUIPO:

- Para productos líquidos de baja viscosidad, sin sólidos mayores a 1mm.

CARACTERÍSTICAS DE ENVASES (mm.):

a) Diámetro: min:30, máx:110

b) Altura: min:170, máx:320

c) Diámetro int. de boca: min:20, máx:35

d) Distancia de boca a nivel producto: min:15, máx:35

e) Los envases deberán tener una resistencia a la compresión de cuando menos 5kg. en el eje vertical.

- CRITERIOS DE CONSTRUCCIÓN:

a) Gabinete fabricado en acero inoxidable T304 pulido.

b) Partes en contacto con el producto: Acero Inoxidable T304 acabado sanitario, conexiones clamp para facilitar limpieza, mangueras sanitarias aprobadas por FDA, empaques de Nitrilo/Buna. NOTA: Se pueden sustituir los elastómeros por materiales como Vitón, Silicón o Kalrez, es necesario que este cambio sea indicado en la cotización.

c) Control por medio de PLC con interface H-M táctil, con capacidad de manejo de recetas de parámetros de operación.

d) Transportador con cadena de tablilla de baja fricción, tiras de desgaste y barandales de UHMW.

e) Avance del transportador de izquierda a derecha, visualizando de frente el panel de control.

f) Niveladores en patas con protectores de UHMW.

g) Todos los componentes eléctricos aprobados por CE. ó UL.

h) Construcción y diseño en conformidad a CE.

- Requerimiento de energía eléctrica: 220Volts, Monofásica, 750Watts, 50/60Hz, con tierra física.

- Requerimiento de energía neumática: 6.5kg/cm², >100L/min, libre de humedad.

NOTAS Y COMENTARIOS:

- El sistema de dosificación es por NIVEL, es decir no es de volumen, el envase será dosificado hasta casi llegar a la boca del envase, por lo cual es importante considerar que entre mas espacio vacío dejemos en el envase mayor será la variación de producto dosificado.

- Es importante conocer el nivel final del producto en el envase, para definir el largo de la boquilla.

- Se está considerando que los envases son de Plástico o Vidrio de forma cilíndrica o base rectangular (estables).


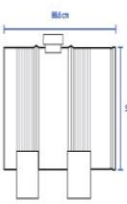

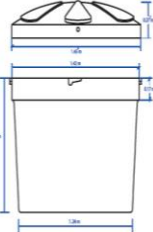
- A mayor generación de espuma o viscosidad del producto menor capacidad de producción.

- El producto debe de ser un líquido fluido, homogéneo en su densidad y sin sólidos en suspensión.



Anexo 5: Tanques de fermentación

TANQUES DE FERMENTACIÓN

<p>MINI RHINO</p> <p>Capacidad: 220 Lts. Descripción: Usos múltiples</p> <p>Precio 700,00</p>  	<p>TANQUE APILABLE</p> <p>Capacidad: 1300 Lts. Descripción: Usos múltiples</p>  
---	---

Anexo 6: Proforma de alambique

ALMBIQUE

 <p>Maquina sirve para extraer aceites esenciales de canela, hierba Luisa, eucalipto, menta, jengibre, palo santo, lavanda, limón y más especias. Además se extrae alcohol de muy buena calidad.</p> <p>La capacidad de la olla es de 300 litros.</p> <p>El material utilizado para la construcción es acero inoxidable.</p> <p>Más info: 0989216161 072700686 / 0969222101 Email: ricks2001@hotmail.com</p>	<p>U\$S 5.500⁰⁰</p> <ul style="list-style-type: none">  Pago a acordar con el vendedor. Más información  Envío a acordar con el vendedor. Ubicado en Macas (Morona Santiago) Más información
--	---

Anexo 7: Proforma de equipo de computo

COMPUTADORA

ESCRITORIO

 <p>U\$S 519⁹⁹</p> <ul style="list-style-type: none">  Pago a acordar con el vendi Acepta depósito bancario, efectivo Más información  Envío a acordar con el vend Ubicado en Quito (Pichincha (Qui Más información 	 <p>U\$S 190⁰⁰</p> <p>Finaliza en 6 d 20 h</p> <ul style="list-style-type: none">  Pago a acordar con el vendedor. Acepta efectivo. Más información  Envío a acordar con el vendedor. Ubicado en Pedro Moncayo (Pichincha (Quito)) Más información
---	--

ARCHIVADORES



U\$S 75⁰⁰

 Pago a acordar con el vendedor.
Acepta efectivo.
[Más información](#)

 Envío a acordar con el vendedor.
Ubicado en Quito (Pichincha (Quito))
[Más información](#)

U\$S 85⁰⁰

 Pago a acordar con el vendedor.
[Más información](#)

 Envío a acordar con el vendedor.
Ubicado en Santo Domingo (Santo Domingo De Los Tsáchilas)
[Más información](#)

Anexo 8: Proforma alcoholímetro

ALCOHOLIMETRO



U\$S 49⁹⁵

 Pago a acordar con el vendedor.
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Envío a acordar con el vendedor.
Ubicado en Quito (Pichincha (Quito))

Anexo 9: Proforma de la botella

BOTELLA



Wholesale Botellas Custom Licor Cristal

Precio por Unidad: US \$ 0.2 / Pieza

Cantidad Mínima: 50000 Piezas

Términos Comerciales: FOB, CFR, CIF, DAP

Condiciones de Pago: LC, T/T, D/P, Pay/Pal, Pago de Pequeña Cantidad, Western Union

Tiempo Válido del Precio: 8/5/2014 - 11/5/2014

Anexo 10: Tabla de amortización

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JARDÍN AZUAYO
PRECALIFICACIÓN DE CRÉDITO



FECHA: 26/03/2015 14:26:40

NOMBRE: (JORGE ENRIQUE ARMIJOS SALINAS

ID: 1101767448

TIPO DE CREDITO: INDIVIDUAL - CONSUMO

TEA POR COSTO DE FINANCIAMIENTO: 13.06%

MONTO: 20000

TASA EFECTIVA REFERENCIAL B.C.: 15.96%

PLAZO: 5 FRECUENCIA: ANUAL

TEA: 12.77%

TASA PRIMA: 0.2538% VALOR PRIMA SEGURO: 171.73

TASA: 12.77%

CUOTA POSIBLE: 6500

OFICINA: Saraguro

Los valores generados en la tabla de amortización son referenciales.

ORDEN	FECHA	MONTO	CAPITAL	INTERES	TOTAL
1	26/03/2016	20000.00	4000.00	2554.00	6611.24
2	26/03/2017	16000.00	4000.00	2043.20	6088.99
3	26/03/2018	12000.00	4000.00	1532.40	5566.75
4	26/03/2019	8000.00	4000.00	1021.60	5044.50
5	26/03/2020	4000.00	4000.00	510.80	4522.25
			20000.00	7662.00	27833.73

Firma de la proforma:

Adrian Rea

**COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JARDÍN AZUAYO
LISTA DE REQUISITOS**



SOCIO: JORGE ENRIQUE ARMIJOS SALINAS

NIVEL DE RIESGO: A2

MONTO: \$ 20.000,00

FECHA DE EMISION: 26/03/2015

VERIFICAR INSPECCIÓN DE DOMICILIO.

TIPO DE GARANTIA: 06 HIPOTECARIO

TIPO DE CREDITO: INDIVIDUAL - 12.77 CONSUMO

DOCUMENTOS

REQUISITO	DEUDOR/ CONYUGE	GARANTE1 CONYUGE	GARANTE2 CONYUGE
Autorización de consulta Buró de Crédito	✓		
1 Copia a color de la cédula y certificado de votación.	✓		
Planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono)	✓		

DOCUMENTOS DE SUSTENTO

REQUISITO	MESES	DEUDOR/ CONYUGE	GARANTE1 CONYUGE	GARANTE2 CONYUGE
Rol de pagos actualizado		✓		
Certificado de avalúos y catastros (Municipio)		✓		
OTROS: CERT. DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO		✓		
Copia de la escritura del bien inmueble que va a hipotecar.		✓		
Pago del predio		✓		
Cert. de registro de la propiedad que el bien está libre de Gravamen		✓		
Copias de la cédula y certificado de votación dueño del bien a hipotecar		✓		

OBSERVACIONES:

Adrian Rea

Anexo 11: Trípticos

Misión

AGUARDIENTE “TIO JORGE”, somos una empresa dedicada a la elaboración de aguardiente de diferentes sabores, para sus clientes Lojanos, aplicando procesos y tecnología adecuado con sólidos valores morales y éticos.

Visión

Ser una empresa líder en la producción de aguardiente en el sur del país, bajo normas de calidad con personal altamente capacitado en la producción y comercialización.

Ingredientes

100% esencia de jugo de caña.

Contenido:

400ml

Fabricado por:

Aguardiente “Tío Jorge” km 12 vía Saraguro Loja- Ecuador. Industria Ecuatoriana

Reg. Sanitario

6689-INH-AN-11

PEDIDOS:

Teléfono: 072200-043

Celular: 099396931



Procesos de producción

a) Recepción de la materia prima



Los productos son trasladados a la fábrica la misma que se realiza una inspección para ver cómo se encuentra el producto y luego se lo coloca en el apilamiento para ser procesado.

b) Pesado y selección



Aquí se procede a realizar el pesado de la materia prima lo cual es importante para conocer la cantidad que se procesara en un lote de producción, la selección se la realiza de forma visual y manual.

c) Preparación del guarapo



Consiste en triturar la caña proceso en cual pasa por un trapiche y el jugo pasa por un sistema de purificación para llegar a los tanques para el respectivo almacenamiento y fermentación.

d) Destilación



Este proceso consiste en transportar el guarapo desde los tanques de fermentación hacia el alambique, en el cual se realiza la ebullición el mismo que llega a una temperatura de 80° empieza la evaporización del licor para ser almacenado en los tanque de licor.

e) Envasado



Consiste en llenar los recipientes de 350ml, teniendo en cuenta que los mismo deben estar perfectamente limpios y esterilizados. Se debe dejar un espacio entre la tapa y el frasco de al menos 5ml, los frascos de van

acumulando hasta reunir una cantidad que forme un lote de producción.

f) Etiquetado



Con los envases llenos y tapados se coloca manualmente el etiquetado y luego se los introduce a las cajas de cartón con una capacidad de 12 frascos

g) Almacenamiento



Es aquel que se lo realiza al final de todo el proceso y no ayuda para poder llevar un mejor control

