



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS ARTESANALES
AUSPICIADA POR EL GAD PARROQUIAL RURAL DE
QUISAPINCHA EN EL PERÍODO 2021.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

CLEOTILDE MARISOL MUNTZA CHADAN

Riobamba-Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS ARTESANALES
AUSPICIADA POR EL GAD PARROQUIAL RURAL DE
QUISAPINCHA EN EL PERÍODO 2021.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: CLEOTILDE MARISOL MUNTZA CHADAN

DIRECTORA: ING. GARCÍA GUERRA JAZMÍN ISABEL

Riobamba-Ecuador

2022

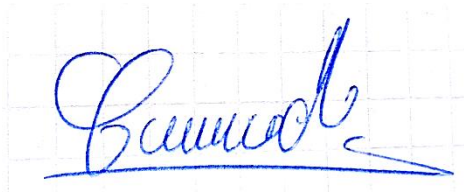
©2022, Cleotilde Marisol Muntza Chadan

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, CLEOTILDE MARISOL MUNTZA CHADAN, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 24 de enero de 2022



Cleotilde Marisol Muntza Chadan
C.C: 180532054-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación, Tipo Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS ARTESANALES AUSPICIADA POR EL GAD PARROQUIAL RURAL DE QUISAPINCHA EN EL PERÍODO 2021**, realizado por la **señorita CLEOTILDE MARISOL MUNTZA CHADAN**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Pilaguano Mendoza José Gabriel PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-01-24
Ing. García Guerra Jazmín Isabel DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-01-24
Ing. Rodríguez Solarte Ángel Eduardo MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-01-24

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación quiero dedicarle muy especialmente a:

A mi querido Dios, por darme la vida, fuerza y la sabiduría suficiente en cada etapa de mi vida, le agradezco por rodearme con personas que han sabido apoyarme y dirigirme para tomar las decisiones correctas y aprovechar cada oportunidad que se ha presentado en mi vida académica.

A mis apreciados padres Luis y María, quienes con su infinito amor y paciencia han sabido apoyarme incondicionalmente, y han permitido que mi vida académica sea mucho más llevadera, ya que, a través de sus palabras y apoyo moral, se han convertido en el pilar fundamental y la razón para para trabajar y cumplir cada una de mis metas y objetivos.

A mis hermanos Héctor y Danilo que con gran actitud y predisposición me han otorgado su confianza y su alegría para poder seguir adelante ya que, con sus pequeñas bromas, alegran mi vida y se convierten en mi inspiración.

A mis abuelitos, tíos y primos que han estado acompañándome en los buenos y los malos momentos, que me han dedicado tiempo ya que se han convertido en el motor para convertirme en una mejor persona, ya que han sabido guiarme con su sabiduría y experiencia.

Cleotilde

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis queridos padres y hermanos por su absoluta disposición en brindarme su tiempo y confianza para el cumplimiento de cada una de mis metas propuestas.

A los profesores de la carrera de Finanzas, que han sabido utilizar vocación, para impartir sus conocimientos y que han tenido las palabras correctas para direccionar nuestra mente hacia el cumplimiento de los objetivos.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por permitirnos prepararnos profesionalmente dentro de sus aulas y nos ha permitido conocer a diferentes personas, que han sido compañeros de experiencia académica.

Un agradecimiento inmenso a mi estimada Directora, Ingeniera Denise Pazmiño por su amable y afectuoso compartir de conocimientos, para la realización de la presente Investigación de la misma manera al Ingeniero Eduardo Rodríguez por su predisposición para el compartir de sus conocimientos.

Cleotilde

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICES DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
ANEXOS.....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Delimitación del problema	3
1.4. Delimitación espacial	3
1.5. Delimitación temporal	3
1.6. Justificación del problema.....	4
<i>1.6.1. Justificación teórica</i>	<i>4</i>
<i>1.6.2. Justificación metodológica</i>	<i>4</i>
<i>1.6.3. Justificación práctica</i>	<i>4</i>
1.7. Objetivos	5
<i>1.7.1. Objetivo General.....</i>	<i>5</i>
<i>1.7.2. Objetivos Específicos</i>	<i>5</i>
1.8. Antecedentes investigativos	5
1.9. Antecedentes históricos.....	6
1.10. Fundamentación Teórica.....	7
1.11. Proyectos	7
<i>1.11.1. Proyectos de Inversión</i>	<i>7</i>
<i>1.11.2. Ciclo de vida de un proyecto</i>	<i>7</i>
<i>1.11.3. Preinversión.....</i>	<i>7</i>
<i>1.11.3.1. Inversión.....</i>	<i>8</i>
<i>1.11.3.2. Operación.....</i>	<i>8</i>
<i>1.11.3.3. Evaluación</i>	<i>8</i>

1.11.4. Tipos de proyectos de Inversión	8
1.11.4.1. Agropecuarios.....	8
1.11.4.2. Industriales.....	8
1.11.4.3. De servicios.....	8
1.11.4.4. Dependientes.....	9
1.11.4.5. Independientes.....	9
1.11.4.6. Mutuamente excluyentes.....	9
1.11.5. Estudio de mercado	9
1.11.6. Oferta	10
1.11.7. Demanda	10
1.11.8. Estudio técnico	11
1.11.9. Estudio organizacional y Legal	11
1.11.10. Estudio económico y financiero	11
1.11.11. Evaluación Financiera	12
1.11.12. Valor presente Neto	12
1.11.13. Tasa Interna de retorno	12
1.11.14. Periodo de Recuperación de Inversión	12
1.11.15. Relación Beneficio- Costo	12
1.11.16. Producción	13
1.11.17. Proceso Productivo	13
1.11.18. Comercialización	13
1.11.19. Leche	14
1.11.20. Producto lácteo	14
1.11.21. Quesos	14
1.11.22. Quesos artesanales	14

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO	15
2.1. Modalidad de la Investigación	15
2.1.1. <i>Cuantitativo</i>	15
2.1.2. <i>Cualitativo</i>	15
2.1.3. <i>Descriptivo</i>	15
2.2. Nivel de Investigación	15
2.2.1. <i>Nivel exploratorio</i>	15
2.3. Diseño de la Investigación	16
2.3.1. <i>Diseño transversal</i>	16

2.4.	Tipo de estudio	16
2.4.1.	<i>Investigación documental</i>	16
2.4.2.	<i>Investigación de Campo</i>	16
2.5.	Población y Muestra	16
2.5.1.	<i>Población</i>	16
2.5.2.	<i>Muestra</i>	17
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	19
2.6.1.	<i>Método de investigación</i>	19
2.6.1.1.	<i>Inductivo- Deductivo</i>	19
2.6.1.2.	<i>Analítico- Sintético</i>	20
2.7.	Técnicas	20
2.7.1.	<i>Encuesta</i>	20
2.7.2.	<i>Entrevista</i>	20
2.7.3.	<i>Fuentes Bibliográficas</i>	20
2.8.	Instrumentos	21
2.8.1.	<i>Cuestionario</i>	21
2.8.2.	<i>Guía de entrevista</i>	21
2.8.3.	<i>Documentos electrónicos</i>	21
2.9.	Hipótesis	21
2.9.1.	<i>Idea Para defender</i>	21
2.10.	Variables	22
2.10.1.	<i>Variable Independiente</i>	22
2.10.2.	<i>Variable dependiente</i>	22

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	23
3.1.	Resultados	23
3.1.1.	<i>Resultados de la entrevista realizada a los principales puntos comerciales</i>	47
3.1.2.	<i>Resultados de la entrevista realizada al productor de derivados lácteos</i>	48
3.2.	Verificación de la idea a defender	49
3.3.	Propuesta	50
3.3.1.	<i>Tema..</i>	50
3.4.	Descripción de la propuesta	50
3.5.	Estudio de mercado	50
3.5.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	51
3.5.1.1.	<i>Demanda actual</i>	51

3.5.1.2.	<i>Demanda Potencial o total</i>	51
3.5.1.3.	<i>Demanda real</i>	52
3.5.1.4.	<i>Demanda efectiva</i>	53
3.5.2.	Análisis de la Oferta	53
3.5.2.1.	<i>Oferta Actual</i>	53
3.5.2.2.	<i>Proyección de la Oferta</i>	54
3.5.3.	Demanda Insatisfecha	55
3.5.3.1.	<i>Capacidad de producción</i>	55
3.5.3.2.	<i>Porcentaje para cubrir de la demanda Insatisfecha</i>	56
3.5.3.3.	<i>Demanda real</i>	56
3.5.4.	Análisis de precios	57
3.5.4.1.	<i>Proyección del precio</i>	57
3.6.	Identificación del Producto	57
3.7.	Marca	58
3.8.	Slogan	58
3.9.	Etiqueta	59
3.10.	Empaquetado	60
3.11.	Publicidad	60
3.12.	Distribución	61
3.13.	Plaza	61
3.14.	Estudio técnico	61
3.15.	Tamaño del proyecto	61
3.16.	Localización	62
3.16.1.	<i>Macro localización</i>	62
3.16.2.	<i>Micro localización</i>	63
3.17.	Principales factores que determinan el funcionamiento del proyecto	64
3.18.	Ingeniería del proyecto y obras complementarias	65
3.18.1.	<i>Flujograma del proceso de producción</i>	67
3.18.2.	<i>Descripción del proceso de producción</i>	67
3.18.3.	<i>Tecnología optima a utilizar</i>	68
3.18.4.	<i>Infraestructura de servicios</i>	72
3.19.	Estudio Administrativo	75
3.20.	Aspecto Legal	75
3.20.1.	<i>Tipo de empresa</i>	75
3.20.2.	<i>Nombre o Razón Social</i>	75
3.20.3.	<i>Ubicación del domicilio de la Cooperativa</i>	75
3.20.4.	<i>Objeto la Cooperativa</i>	75

3.20.5.	<i>Requisitos para la constitución de la Cooperativa de Producción</i>	75
3.20.6.	<i>Requerimientos legales para el funcionamiento</i>	76
3.21.	Aspecto Organizacional	77
3.21.1.	<i>Empresa</i>	77
3.21.2.	<i>Misión</i>	77
3.21.3.	<i>Visión</i>	77
3.21.4.	<i>Objetivos de la Cooperativa</i>	77
3.21.4.1.	<i>Objetivo general</i>	77
3.21.4.2.	<i>Objetivos específicos</i>	78
3.21.5.	<i>Políticas</i>	78
3.21.6.	<i>Valores corporativos</i>	79
3.21.7.	<i>Reglamento interno de la Cooperativa</i>	80
3.21.8.	<i>Organigrama estructural</i>	82
3.21.9.	<i>Organigrama Funcional</i>	82
3.22.	Estudio económico financiero	85
3.23.	Inversiones	85
3.23.1.	<i>Inversión Fija</i>	85
3.23.2.	<i>Inversión total de activos fijos</i>	88
3.24.	Inversiones diferidas	88
3.25.	Capital de trabajo	89
3.26.	Inversión total	90
3.26.1.	<i>Cuadro de Inversiones y financiamiento</i>	90
3.27.	Costos de producción	92
3.27.1.	<i>Costos Indirectos de Fabricación</i>	92
3.28.	Gastos	95
3.28.1.	<i>Gastos de administración</i>	95
3.28.2.	<i>Gastos de ventas</i>	96
3.28.3.	<i>Gastos depreciación</i>	97
3.28.4.	<i>Cálculo del valor económico de los activos</i>	100
3.28.5.	<i>Ingresos del proyecto</i>	101
3.28.6.	<i>Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias</i>	102
3.28.7.	<i>Balance General</i>	104
3.29.	Evaluación Financiera	106
3.30.	Cálculo Tasa Interna de Retorno-TIR	106
3.31.	Cálculo Valor Actual Neto-VAN	107
3.32.	Periodo de Recuperación de la Inversión-PRI	108
3.33.	Punto de Equilibrio	108

3.34. Relación Beneficio-Costo	109
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES.....	112
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Población Ocupada	17
Tabla 2-3:	Proyección	17
Tabla 3-3:	Cálculo de la muestra.....	18
Tabla 4-3:	Población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca	19
Tabla 5-3:	Proyección Población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca	19
Tabla 6-3:	Cálculo de la muestra.....	19
Tabla 7-3:	Género	23
Tabla 8-3:	Ocupación.....	24
Tabla 9-3:	Número de miembros en la familia	26
Tabla 10-3:	Miembros de la Familia que consumen queso.....	27
Tabla 11-3:	Consumo de queso.....	28
Tabla 12-3:	Cantidad de queso que el consumidor compra	29
Tabla 13-3:	Cantidad de queso.....	29
Tabla 14-3:	Consumo de quesos artesanales.....	30
Tabla 15-3:	Cantidad de quesos consumidos en libra.....	31
Tabla 16-3:	Cantidad de quesos consumidos	31
Tabla 17-3:	Gasto promedio en quesos.....	32
Tabla 18-3:	Factor considerado por los consumidores para la compra de quesos.	33
Tabla 19-3:	Marcas queso más consumidas.....	34
Tabla 20-3:	Lugares preferidos para adquirir quesos.....	35
Tabla 21-3:	Nivel de acuerdo establecido por los consumidores para adquirirlo.	36
Tabla 22-3:	Precio dispuesto a la pagar por el consumidor	37
Tabla 23-3:	Medios de comunicación concurrentes.....	38
Tabla 24-3:	Posible consumo de cantidad de quesos artesanales frescos	39
Tabla 25-3:	Respuestas del consumo de cantidad de quesos artesanales frescos	39
Tabla 26-3:	Nivel de aceptación para consumo de quesos producidos.....	40
Tabla 27-3:	Comunidad donde habitan los productores	41
Tabla 28-3:	Producción de leche.....	42
Tabla 29-3:	Respuestas de producción de leche	42
Tabla 30-3:	Destino de producción de leche.....	43
Tabla 31-3:	Beneficios que les gustaría a recibir a los agricultores.....	44
Tabla 32-3:	Disponibilidad de materia prima	45
Tabla 33-3:	Nivel de beneficio por constituir una Cooperativa de Producción	46

Tabla 34-3:	Demanda Potencial.....	51
Tabla 35-3:	Demanda real.....	52
Tabla 36-3:	Demanda Efectiva.....	53
Tabla 37-3:	Producción de quesos Ambayata.....	54
Tabla 38-3:	Proyección oferta actual	54
Tabla 39-3:	Demanda Insatisfecha.....	55
Tabla 40-3:	Producción anual	56
Tabla 41-3:	Demanda Real	56
Tabla 42-3:	Proyección de precios.....	57
Tabla 43-3:	Construcción.....	85
Tabla 44-3:	Terreno	86
Tabla 45-3:	Maquinaria y equipos	86
Tabla 46-3:	Herramientas	86
Tabla 47-3:	Herramientas de para recepción de leche	87
Tabla 48-3:	Muebles y Enseres.....	87
Tabla 49-3:	Equipo de cómputo.....	88
Tabla 50-3:	Equipo de transporte.....	88
Tabla 51-3:	Inversión total de activos fijos.....	88
Tabla 52-3:	Inversiones diferidas.....	89
Tabla 53-3:	Capital de Trabajo	89
Tabla 54-3:	Inversión total.....	90
Tabla 55-3:	Cuadro de Inversiones y Financiamiento	91
Tabla 56-3:	Materia Prima	92
Tabla 57-3:	Insumos Indirectos.....	92
Tabla 58-3:	Material Indirecto de Fabricación.....	92
Tabla 59-3:	Uniformes e implementos.....	93
Tabla 60-3:	Sueldo mano de obra	94
Tabla 61-3:	Imprevisto.....	95
Tabla 62-3:	Servicios básicos	95
Tabla 63-3:	Gastos suministros de oficina	96
Tabla 64-3:	Gastos suministros de limpieza	96
Tabla 65-3:	Gastos de publicidad.....	96
Tabla 66-3:	Combustible.....	97
Tabla 67-3:	Mantenimiento de maquinaria y equipo	97
Tabla 68-3:	Gastos depreciación.....	97
Tabla 69-3:	Gastos de depreciación y amortización	99
Tabla 70-3:	Valor económico de los activos.....	100

Tabla 71-3:	Ingresos por ventas	101
Tabla 72-3:	Estado de Resultados	102
Tabla 73-3:	Flujo de efectivo	104
Tabla 74-3:	Balance General.....	104
Tabla 75-3:	Período de Recuperación de la Inversión	108
Tabla 76-3:	Cálculo del punto de equilibrio	109
Tabla 77-3:	Cálculo Beneficio-Costo	109

ÍNDICES DE FIGURAS

Figura 1-1:	Proceso de mercado en un proyecto.....	10
Figura 2-3:	Características de los quesos frescos no maduros según su tipo.....	58
Figura 3-3:	Slogan	58
Figura 4-3:	Etiqueta	59
Figura 5-3:	Reverso etiqueta.....	59
Figura 6-3:	Empaquetado.....	60
Figura 7-3:	Formas de comercialización del proyecto.....	61
Figura 8-3:	Provincia de Tungurahua	62
Figura 9-3:	Quisapincha.....	63
Figura 10-3:	Foto localización del proyecto	64
Figura 11-3:	Requisitos para fabricación de quesos bajo la Norma INEN 1528.....	66
Figura 12-3:	Flujograma de procesos	67
Figura 13-3:	Tina de recepción.....	68
Figura 14-3:	Tina de pasteurización y cuajado	69
Figura 15-3:	Mesa de Moldeo y desuerado.....	70
Figura 16-3:	Prensa mecánica de tornillo	70
Figura 17-3:	Tina salmuera.....	71
Figura 18-3:	Empacadora al vacío	72
Figura 19-3:	Distribución de la planta procesadora de quesos	74
Figura 20-3:	Organigrama Estructural.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Género	23
Gráfico 2-3:	Ocupación.....	25
Gráfico 3-3:	Miembros de la familia.....	26
Gráfico 4-3:	Miembros de la familia que consumen queso	27
Gráfico 5-3:	Porcentaje de quesos consumido.....	28
Gráfico 6-3:	Cantidad de queso consumidor.....	29
Gráfico 7-3:	Consumo de queso fresco artesanal.....	30
Gráfico 8-3:	Cantidad de quesos artesanales frescos de manera semanal.....	31
Gráfico 9-3:	Gasto promedio realizado por la compra de quesos	32
Gráfico 10-3:	Porcentaje de los factores considerados para la compra de quesos	33
Gráfico 11-3:	Marcas concurrentes de queso en Quisapincha	34
Gráfico 12-3:	Porcentaje de lugares preferidos por los consumidores.....	35
Gráfico 13-3:	Nivel de acuerdo para consumir una nueva marca de queso	36
Gráfico 14-3:	Porcentaje de precio dispuesto a pagar por el consumidor.....	37
Gráfico 15-3:	Medios de comunicación recurrentes por los consumidores	38
Gráfico 16-3:	Posible consumo de quesos artesanales frescos	39
Gráfico 17-3:	Nivel de aceptación de consumo de queso	40
Gráfico 18-3:	Comunidades habitadas por internet	41
Gráfico 19-3:	Promedio de producción de leche.....	42
Gráfico 20-3:	Porcentaje destino de producción de leche	43
Gráfico 21-3:	Beneficios a recibir por agricultores.....	44
Gráfico 22-3:	Porcentaje de disponibilidad de materia prima.....	45
Gráfico 23-3:	Porcentaje de beneficio por constituir una Cooperativa de Producción	46

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: ENTREVISTA

RESUMEN

La finalidad del proyecto de investigación fue demostrar la factibilidad de producir quesos artesanales para posteriormente comercializarlos, de manera que se ha conseguido demostrar que el proyecto pudo brindar sostenibilidad en la actividad lechera de la Parroquia Quisapincha, Provincia de Tungurahua, además que generó empleo y colocó valor agregado a un producto tan importante para la alimentación como es la leche vacuna. Para determinar la factibilidad del presente proyecto de investigación se aplicó instrumentos como encuestas y entrevistas dirigidas a la población de la Parroquia Quisapincha, para determinar la demanda, oferta, precio y canales de comercialización, posterior a esto se aplicó un estudio técnico donde se verificó la posibilidad técnica de producir quesos artesanales, el tamaño, la localización, las instalaciones y, los principales equipos tecnológicos que se requería para la producción, en el estudio organizacional y legal se definió un modelo cooperativista de producción así como los principales pasos a seguir para su constitución legal. Finalmente se estableció un estudio económico donde se detalló la inversión fija, diferida, el capital de trabajo, los principales gastos y rubros en los que incurrirá el proyecto, este estudio permitió evaluar financieramente al proyecto, de manera que se determinó un Valor actual Neto de \$ 10.819 y una Tasa Interna de Retorno de 12,58%, un período de recuperación de 4 años, 4 meses y 3 días y una razón beneficio costo de \$1,45, por otro lado el punto de equilibrio en unidades arrojó que es de 116.735 unidades de quesos por lo que recomienda vender una cantidad mayor para obtener beneficios en el primer año. Dando resultado a la propuesta y a las variables establecidas, se recomienda invertir en el proyecto, ya que las herramientas de evaluación financiera indican que la idea de producir y comercializar quesos en la Parroquia Quisapincha será viable principalmente por la disposición de materia prima.

Palabras clave: <PRODUCCIÓN>, <COMERCIALIZACIÓN>, <PARROQUIA QUISAPINCHA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <QUESOS ARTESANALES>, <ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO>, <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>.



REVISADO

04 JUL 2022

Ing. Jhonatan Parreño Uquillas, B.A.
(ANALISTA DE BIBLIOTECA)

17-06-2022

1300-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The purpose of the present study was to demonstrate the feasibility of producing artisanal cheese in order to be traded and make it possible to demonstrate that the project was able to provide sustainability in the dairy activity of the Quisapincha parish, province of Tungurahua, in addition to generating employment and placing added value to a product as important for nutrition as cow's milk. To determine the feasibility of this research project, instruments such as surveys and interviews were applied to the population of Quisapincha to determine the demand, supply, price and marketing channels, after which a technical study was applied where the technical possibility of producing artisanal cheese, size, location, facilities, and the main technological equipment required for production. In the organizational and legal study, a cooperative production model was defined, as well as the main steps to follow for its production. statutory constitution. Finally, an economic study was established detailing the fixed, deferred investment, working capital, the main expenses and items in which the project will incur, this study allowed the project to be financially evaluated, so that a Net Present Value of \$10,819 and an Internal Rate of Return of 12.58%, a recovery period of 4 years, 4 months and 3 days and a cost-benefit ratio of \$1.45, on the other hand, the break-even point in units showed that it is 116,735 units of cheese, so he recommends selling a larger quantity to obtain a profit in the first year. This results in a proposal and the established variables so it is recommended to invest in the project, since the financial evaluation tools indicate that the idea of producing and marketing cheese in Quisapincha will be feasible mainly due to the provision of raw material.

Keywords: <PRODUCTION>, <MARKETING>, <QUISAPINCHA PARISH>, <FEASIBILITY STUDY>, <ARTISANAL CHEESE>, <ECONOMIC AND FINANCIAL STUDY>, <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>.



Luis Fernando Barriga Fray
0603010612

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de nuevas ideas y proyectos de inversión son las principales manifestaciones de progreso local, en especial si se enfocan en resaltar y brindar valor agregado a cada producto que se ofrece al cliente, incentivando el consumo local y promoviendo la producción, para este proceso es necesario identificar problemáticas o necesidades inmersas en el entorno, con la finalidad de establecer soluciones que brinden conformidad y satisfacción. En la actualidad se han identificado problemáticas en diferentes ámbitos de la sociedad que han hecho que diferentes sectores de la economía se vean gravemente afectados, tal es el caso de la agricultura, la cual ha recibido muy poco apoyo para el desarrollo y evolución en las actividades que se encuentra inmersas a esta. El sector lechero a sido una de las actividades que se encuentra afectada de manera que los productores dentro de la parroquia no tienen la seguridad de poseer un lugar en donde puedan entregar su producción de leche diaria, de manera que esta pueda ser procesada o utilizada para fabricar productos derivados de esta. Por esa razón se plantea una propuesta titulada “Proyecto de inversión para la producción y comercialización de quesos artesanales auspiciada por el GAD Parroquial Rural de Quisapincha en el período 2021”, con el propósito de poder brindar seguridad en la compra de leche cruda producida en la Parroquia de Quisapincha, ofrecer un producto propio y de calidad al cliente, establecer un lugar de procesamiento de leche para producir quesos artesanales y a la vez iniciar una relación de trabajo con el Gobierno Local, en caso de ser factible, para lo cual se realiza los adecuados estudios e investigaciones para la puesta en marcha del presente proyecto que se detalla a continuación:

En este capítulo I se formulará la problemática y se establecerá una breve descripción del problema, los objetivos de la investigación y la justificación de la investigación.

En este capítulo II se establecerá y recolectará información documental del tema planteado conocido como Marco Teórico Referencial, en esta primera etapa se buscará teorías relacionadas con el tema para generar nuevos conceptos y conocimientos, de manera que sirva como base teórica para profundizar el tema de investigación.

El marco metodológico, capítulo II es el que se encuentra descrito en este capítulo, aquí se planteará el proceso, herramientas, métodos que se deben utilizar para resolver de manera que se establezca una forma de estudiar los factores que intervienen en la problemática de la investigación.

Finalmente, en este capítulo III se detallará los resultados obtenidos a través de los diferentes estudios aplicados a la investigación como el estudio de mercado, técnico, organizacional y económico-financiero, que permitirán determinar la factibilidad del proyecto, a través de herramientas de evaluación financiero. Por último, con los datos obtenidos se plantearán conclusiones y recomendaciones que den respuesta a la propuesta y problemática realizada.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del Problema

Nuestro país se caracteriza por ser uno de los países que tiene como actividad principal la agricultura, la misma que forma parte de los pilares económicos más importantes que sostiene a varias familias del Ecuador, sin embargo, la falta de políticas direccionadas al desarrollo del agro ha hecho que esta actividad sea muy poco valorada. Cabe recalcar que la actividad agrícola está formada por varios segmentos de trabajo tales como la producción de leche, vegetales, legumbres, cereales, tubérculos y granos, además se puede mencionar que otro de los segmentos es la crianza de ganado vacuno, ovino, porcino etc. por esa razón es necesario enfocarse en desarrollar estrategias que permitan a los productores y agricultores obtener beneficios económicos rentables y a la vez proporcionar y vender un producto de calidad que satisfaga al consumidor.

Sin duda uno de los segmentos más importantes es la producción y comercialización de leche en todo el Ecuador, ya que es uno de los suplementos alimenticios más importantes de la población, además que sus derivados permiten al consumidor tener más variedad de productos al momento de consumir alimentos saludables. Por eso uno de los derivados más importantes y apetecibles de leche, es el queso que sin duda es uno de los productos más consumidos en todo el mundo, por esa razón el mundo empresarial y de negocio que se dedica a este sector productivo es una de las actividades más importantes del país, sin embargo, hay lugares del país donde no existe una empresa formal que oferte esta clase de productos de manera suficiente con las normas de seguridad alimenticia, haciendo que exista una necesidad insatisfecha, de un producto hecho a base de calidad.

Por esa razón en la Parroquia de Quisapincha se ha identificado que existe una sobreproducción de leche que debe ser tratada e industrializada, ya que por efectos de la situación económica y las condiciones desfavorables para el desarrollo técnico de estas actividades no existe ningún tipo de organización registrada que se dedique a esta actividad. Por otro lado, cuando no existe un conocimiento palpable de la realidad del sector lechero se denota un sin número de desventajas para el productor lechero, tales como la inexistencia de proyectos dirigidos hacia la capacitación técnica para la producción de leche y quesos, factores como el precio no cubren el total de la inversión de producción real y el entorno que rodea dicha producción. Según datos del Ministerio de la Agricultura y Ganadería el precio de leche oscilaba entre un valor de 0,39 a 0,40 ctvs., sin embargo, dentro de la parroquia el precio por litro de leche es de 0,32 ctvs. valor que queda muy

por debajo del precio promedio establecido, por otro lado se encuentra la complejidad para distribuir leche y las formas de organización para promover la colaboración y el trabajo en equipo entre productores con la finalidad de conseguir una rentabilidad acoplada al esfuerzo y la dedicación que esta actividad amerita, a través de la oferta de productos elaborados por una agrupación de productores de leche que tenga como objetivo brindar un producto elaborado con calidad y aporte nutricional para el consumidor.

1.2. Formulación el Problema

¿El proyecto de inversión y factibilidad para la producción y comercialización de quesos artesanales basado en una organización cooperativista servirá como modelo de inversión y toma de decisiones para el GAD Parroquial Rural de Quisapincha?

1.3. Delimitación del Problema

En el siguiente estudio de factibilidad se procurará desarrollar un análisis exhaustivo de los resultados arrojados en el estudio de mercado a través de la evaluación de ejecución y puesta en marcha de la producción y comercialización de quesos artesanales, procedimiento que permitirá encontrar la posibilidad de contribuir con un modelo de negocio cooperativista para la producción y comercialización de este producto mediante la aplicación de herramientas confiables y comprobables aplicadas a los consumidores de la Parroquia de Quisapincha de la Provincia de Tungurahua en el año 2021.

1.4. Delimitación Espacial

Región: Sierra

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Sector económico: Producción de Quesos

1.5. Delimitación Temporal

Esta investigación de factibilidad se realizará en el período 2021, ya que ese será el tiempo necesario para desarrollar el proceso de indagación y desarrollo de viabilidad del proyecto

1.6. Justificación del Problema

1.6.1. Justificación teórica

Con la presente investigación se pretende establecer un análisis al contenido conceptual del proceso que conlleva un estudio de factibilidad para la producción de quesos artesanales con la finalidad de tener una visión crítica general de los distintos factores que intervienen en el proceso de producción de derivados lácteos como el queso, así como los elementos necesarios para la puesta en marcha de un proyecto de inversión basado en una organización cooperativista que incremente los ingresos y la rentabilidad de segmentos dedicados a la producción de leche, ya que aporta conocimientos y antecedentes para la realización de futuras investigaciones y va a servir para mejorar el desarrollo de nuevos proyectos de inversión y factibilidad de tal manera que pueda estimular el desarrollo económico familiar en el caso de los productores y por ende el desarrollo local.

1.6.2. Justificación metodológica

En el presente proyecto se aplicará instrumentos de recolección de datos que serán sometidos al proceso de validez y confiabilidad la misma que consiste en el diseño de encuestas específicas dirigidas a los productores de leche y consumidores de productos derivados de leche de la Parroquia Quisapincha además de proponer un nuevo modelo de negocio cooperativista para producción de quesos artesanales entre los pequeños productores de leche campesina. Esto va a servir de guía para otras investigaciones relacionadas con el tema ya que brinda información y sugerencias de producción fomentando una innovadora forma de trabajar a través de la colaboración y el trabajo en equipo dando solución a la problemática detectada.

1.6.3. Justificación práctica

Este estudio de factibilidad servirá como guía de inversión para que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Quisapincha y la inversión que se pueda destinar a los proyectos productivos dentro de la parroquia mientras estos se manejen a través de distintas formas de organización, por otro lado, también servirá para futuros investigadores que quieran profundizar en el tema e incursionar en la producción de quesos con miras a desarrollar nuevas estrategias que se deriven de los resultados obtenidos al término de la investigación. Finalmente, este proyecto contribuirá a fomentar el emprendimiento y el desarrollo económico local a través de la concientización de consumir productos alimenticios propios de la Parroquia Quisapincha basados en normas técnicas de calidad, que a la vez les permita fortalecer y fomentar el empleo en la parroquia.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de un proyecto de inversión que consiste en la producción y comercialización de quesos artesanales auspiciada por el GAD Parroquial Rural de Quisapincha en el período 2021

1.7.2. Objetivos Específicos

- Analizar la oferta y demanda de quesos artesanales en la Parroquia de Quisapincha mediante un estudio de mercado para estimar la demanda insatisfecha del producto.
- Determinar el tamaño, localización, proceso de producción y la distribución en planta a través de un estudio técnico-productivo para identificar el equilibrio adecuado de la inversión.
- Definir una estructura organizacional cooperativista y organizar los costos e ingresos del proyecto a través de un estudio legal y económico para determinar la rentabilidad del proyecto.

1.8. Antecedentes investigativos

En años anteriores se ha consolidado una planta productora de quesos dentro de la Parroquia Quisapincha, organizada por la Comunidad de San José de Ambayata, proyecto que ha sido objeto de varias investigaciones y estudios a lo largo de su trayectoria, sin embargo por la falta de un manejo específico, eficiente de los recursos económicos, humano y tecnológico no ha logrado, la producción necesaria en conjunto con estrategias necesarias que impacten en los ingresos requeridos, por lo que el resultado decayó en la pérdida de la planta productora de quesos. Desde ese entonces muy tan solo una familia ha continuado con el legado de producir quesos, dentro de la Comunidad.

Para la presente investigación se ha tomado como base aquellas referencias bibliográficas referentes a proyectos de investigación, para detectar los posibles recursos que se pueden aplicar en el siguiente proyecto, así como la elaboración de distintas estrategias.

(Sensu, 2019) “Estudio de factibilidad para la Implementación de una planta procesadora de lácteos en la Parroquia Sevilla don Bosco” (Tesis) de la carrera de Ingeniería en gestión de gobiernos seccionales de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo donde se menciona que es necesario establecer un estudio de mercado , técnico, administrativo-legal y un estudio financiero, con la finalidad de determinar la factibilidad de implantar una planta procesadora de

lácteos, a través de instrumentos como encuestas y entrevistas aplicados a los consumidores y productores, mediante un modelo asociativo entre pequeños productores que busca incrementar en la comunidades una idea de negocio que permita aprovechar la producción lechera, pero sobre todo establecer mecanismos que aseguren un proceso rentable entre productor y plantas productoras industrializadas. Obteniendo en el estudio de mercado el resultado tanto del productor como del consumidor, en el estudio técnico el diseño de la infraestructura óptima para establecer un proceso higiénico del proceso de lácteos, en el estudio financiero donde se determina el valor económico del proyecto a través de herramientas de evaluación como el VAN y TIR, con la finalidad de establecer la a futuro del proyecto.

Un proyecto de inversión amerita de un estudio de factibilidad, el cual es totalmente necesario para determinar el desarrollo de cualquier investigación de inversión, con el único objetivo de encontrar la ganancia de un producto, después de haber establecido diferentes etapas de estudio ya sea en el ámbito tecnológico, económico, financiero, de mercado y legal, con esto se quiere decir que un proyecto en el cual se estudia la viabilidad de industrializar lácteos, tiene como objetivo implantar un alternativa de sostenibilidad y sustentabilidad para la parroquia.

Tomando como base esta investigación antecedente permite establecer una cierta relación con los instrumentos de recolección de información y evaluación, así como las posibles técnicas que se puede aplicar para el desarrollo de la presente investigación.

Se puede decir que un proyecto de inversión o estudio de factibilidad buscar dar solución y pretende establecer estrategias para ciertos sectores vulnerables, pero sobre todo busca responder a la incógnita de lanzar un producto al mercado, previo a un estudio de los principales factores internos y externos que pueden intervenir en los diferentes estudios, para la realización del proyecto.

1.9. Antecedentes históricos

Es una de la Parroquias pertenecientes al Cantón Ambato, que se creó en el año 1492, que se caracteriza por la realización de prendas de vestir, fabricadas a base de cuero. En cuanto a su división política, la parroquia se encuentra conformada por 18 comunidades como son Ambayata, Calhuasig Chico y Grande, Illagua Chico y Grande, Pucará Chico, Pucará Grande Illagua Chaupiloma, Chumalica, Santa Rosa Pamba, Cachilvana Grande y Chico, Condezán y finalmente nueva Tondolique. La parroquia también se encuentra conformada por 12 barrios los mismo que son los siguientes, el Centro, La plaza, Cashauco, El Mirador, El panecillo, Turuloma, San Pedro,

El Calvario, Pasañán, El Mirador, La Calera, La alborada
La parroquia se encuentra limitada de la siguiente manera:

Norte: Provincia de Cotopaxi

Sur: Pasa y Santa Rosa

Este: Ambatillo y San Bartolomé de Pinlo

Oeste: Parroquia San Fernando y Pasa

1.10. Fundamentación Teórica

1.11. Proyectos

“Es un conjunto de actividades sistemáticas y los recursos necesarios para alcanzar un objetivo o propuesta determinada con el fin de ejecutar dichas actividades ya sea a nivel político, económico, tecnológico, científico, cultural o educativo” (Cerde, 2021).

1.11.1. Proyectos de Inversión

Rodríguez (2018) menciona que un proyecto de inversión se refiere a:

“Formular y evaluación de proyectos de inversión tiene su origen en el plan de negocios que crea un ideólogo empresarial con el objetivo de aprovechar una oportunidad de producir bienes y servicios que satisfagan necesidades o solucionen problemas” (pág. 15).

1.11.2. Ciclo de vida de un proyecto

Un proyecto de inversión pretende dar solución y respuesta a la viabilidad que tiene producir un bien o servicio, para Juan Flórez en su libro “Proyectos de Inversión para las Pyme” (2017, pág. 11) un proyecto de inversión posee un ciclo que se conforma de preinversión, Inversión, Operación y Evaluación.

1.11.3. Preinversión

En fase se reconoce e identifica los principales problemas que se puede suscitar en el entorno, es el conjunto de estudios previos con la generación de ideas y alternativas. En esta fase el investigador propone un respectivo plan de negocio entorno a las ideas y necesidades encontradas entorno al consumidor, con el respectivo estudio preliminar de los factores de viabilidad. (Flores, 2017)

1.11.3.1. Inversión

“Es una de las etapas más importantes de un proyecto ya que en esta, los recursos económicos son puestos en marcha, para establecer y adecuar la propuesta aprobada y definida en la fase anterior” (Flores, 2017).

1.11.3.2. Operación

“El cumplimiento de la idea o propuesta se hace real en esta fase, es decir que todos los recursos y el plan de negocio empiezan el proceso de funcionamiento para dar cumplimiento al objetivo social de la empresa” (Flores, 2017).

1.11.3.3. Evaluación

“El principal componente de esta fase es el resultado obtenido después de poner el plan de negocio en marcha, en conjunto con los recursos operativos, en esta fase se evalúan los rendimientos económicos” (Flores, 2017).

1.11.4. Tipos de proyectos de Inversión

(Pacheco & Pérez, Proyecto de Inversión como estrategia gerencial, 2018) menciona que existen los siguientes tipos de proyectos de inversión:

1.11.4.1. Agropecuarios

Son aquellos proyectos de que estan en la primera escala de producción, sin embargo, hay que aclarar que al aplicar y desarrollar estos proyectos los productos no se exponen a ningún tipo de transformación, tal es el caso de las frutas y crianza de animales.

1.11.4.2. Industriales

Este sector se caracteriza porque se enfoca en transformar materia prima, en productos elaborados, para lo cual debe incluir equipos y maquinarias.

1.11.4.3. De servicios

Se caracteriza por enfocarse en brindar un servicio a la población, por lo que este tipo de proyectos

busca enfocarse en sectores como la educación, transporte, medicina, etc.

1.11.4.4. Dependientes

Este tipo de proyectos se denominan así porque cuando un proyecto es aceptado, el proyecto relacionado es aceptado inmediatamente, por lo que es necesario que el primero debe ser aceptado.

1.11.4.5. Independientes

Estos proyectos se caracterizan por extender una aprobación individual, sin que otro proyecto se vea afectado, sea cual sea al ámbito al que se dirigen.

1.11.4.6. Mutuamente excluyentes

Este tipo de proyectos ingresan en un proceso de selección, haciendo que un solo proyecto sea el elegido y los demás proyectos sean descartados.

1.11.5. Estudio de mercado

El estudio de mercado tiene como objetivo principal buscar la información necesaria para ayudar al inversionista o investigador a tomar la decisión definitiva entorno a la investigación, por lo tanto, este estudio pretende disminuir e impedir gastos altos, y establecer un estudio del entorno real en el que se va a desenvolver sus actividades económicas. **(Rodríguez, 2018)**

El estudio de mercado es importante e indispensable porque evita que el plan de negocio incurra en gastos innecesarios, ya que a través de este estudio el plan de negocios se direccionará a un mercado objetivo.

El estudio de mercado es un proceso donde se puede obtener información primaria, acerca los principales actores del mercado, este estudio permite establecer proyecciones tanto de demanda como de oferta, para posteriormente definir un precio y proyectar los costos **(Sapag, 2020)**.

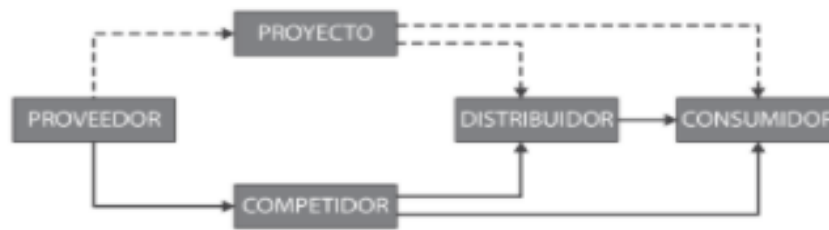


Figura 1-1: Proceso de mercado en un proyecto

Fuente: (Sapag, 2020)

Elaborado por: Sapag (2020)

Cuando el proyecto se ponga en marcha deberá en primer lugar poseer actores que suministren materia prima, esta puede ser recolectada de forma directa o indirecta, por otro lado, será necesario establecer una búsqueda de las características del mercado y sus variables, como el precio del producto que deberá ser totalmente equilibrado con el precio de los competidores. Para mantener un equilibrio en la distribución del proyecto, se deberá elegir un área geográfica que posea características influyentes para generar ventas e ingresos para el proyecto.

1.11.6. Oferta

Según (Eggers, 2018, pág. 32) menciona que “la oferta está constituida por los bienes o servicios que se pretenden vender”

Es totalmente indispensable que la oferta debe ser estimada, para lo cual se deben considerar factores como los competidores, proveedores, el comportamiento de la materia prima, los precios.

1.11.7. Demanda

Según Eggers (2018, pág. 32), menciona que “la demanda es la intención de comprar el producto”.

La demanda permite establecer y reconocer las condiciones en las que se debe encontrar el producto para que estos sean consumidos y puedan llegar al cliente, por lo que se deben tener datos históricos que permitan evaluar la tendencia de consumo y el posible comportamiento de la demanda.

1.11.8. Estudio técnico

Es la investigación que se enfoca directamente con los recursos y factores fijos y variables del proyecto, así como los planos de construcción, aspectos como las patentes, el establecimiento de diagramas de flujo basado en el producto que se va a desarrollar, la adecuada maquinaria y las instalaciones complementarias para la adaptación técnica de dicho producto a consumir (**Pacheco & Pérez, 2018**).

A través de este estudio se encuentra la viabilidad en ámbito de evidenciar que se realizó la elección correcta de los recursos tecnológicos, ubicación y demás recursos, para la fabricación de dicho producto. A través de estudio se puede encontrar la verdadera posibilidad ingresar un producto al mercado, estableciendo ventajas entorno a las posibles ventas y los distintos riesgos que se pueden presentar, después de haber presentado la posible cuantificación de aquellas personas que esta dispuestas a comprar el producto.

1.11.9. Estudio organizacional y Legal

Este estudio se encuentra relacionado con la misión de la organización y el orden sistemático que existe al establecer las diferentes unidades de administración dentro del sistema organizacional de la futura unidad de producción, sin embargo, las diferentes organizaciones suelen dividirse de acuerdo con la forma en que se realiza el aporte de recursos económicos para la iniciación del funcionamiento. (**Méndez, 2016, pág. 228**)

En esta etapa se identifica la secuencia en la que se deben realizar las actividades de administración y de los recursos humanos aplicados en el funcionamiento del proyecto a investigar.

1.11.10. Estudio económico y financiero

“Es un estudio financiero que tiene como finalidad principal, cuantificar la magnitud de los recursos económicos que se requieren para la puesta en marcha e identificar alternativas de financiamiento” (**Méndez, 2016**).

En este estudio se presentan variables que participan en el flujo de caja, en esta etapa se cuantifican los supuestos estudiados en los estudios anteriores.

1.11.11. Evaluación Financiera

La Evaluación financiera se caracteriza por presentar información relevante para el investigador del proyecto o a su vez es importante para el inversionista, ya que les permite tomar decisiones entorno a la inversión y pueden procurar estrategias para controlar dicha inversión con la ayuda de herramienta financieras aplicadas se durante la iniciación del proyecto. **(Ramirez, 2019)**

1.11.12. Valor presente Neto

Según **(Pacheco & Pérez, 2018)** el valor presente neto es el cálculo que se presenta como una herramienta para evaluar proyectos, a través de la búsqueda del monto máximo que se puede invertir en un proyecto, es decir el resultado que existe después de comparar el flujo de efectivo presente con la cantidad a invertir.

Para establecer un criterio de aceptación o rechazo de un proyecto el enfoque se direcciona hacia los valores de los flujos arrojados dentro del proyecto, así como el valor de la inversión, si respectivamente el primero supera al segundo valor el proyecto es aceptado, mientras que, si el valor presente es negativo, el proyecto no debe ser aceptado.

1.11.13. Tasa Interna de retorno

“La tasa interna de retorno es la rentabilidad de una empresa o de un proyecto de inversión, matemáticamente, es la tasa de interés que iguala a cero el valor presente neto” **(Ramirez, 2019)**. Es aquel porcentaje que se podrá obtener después de haber relacionado la inversión con la posible ganancia que puede retornar después de realizar un respectivo análisis.

1.11.14. Periodo de Recuperación de Inversión

Es un indicador que hace referencia al tiempo en el que se va a recuperar la totalidad de la inversión, es decir este indicador puede arrojar un valor exacto ya sea en días, meses y años, ya que para **(Boero, 2020)** este se “calcula mediante dos métodos: considerando sólo la recuperación de la inversión y el costo del capital.”

1.11.15. Relación Beneficio- Costo

Para **(Boero, 2020)** la relación entre beneficio y costo determina “rentabilidad dividiendo los beneficios actualizados por los egresos actualizados.”

Implica la comparación entre el costo de un producto y el beneficio que un proyecto da como resultado, para una posterior toma de decisiones efectiva, que va de la mano con las compras a realizarse.

1.11.16. Producción

“Fase donde el plan de negocio y los diferentes estudios trabajan en conjunto, para convertir los recursos naturales o en bruto en bienes y servicios para que el consumidor pueda utilizarlos. Etapa donde los factores de producción interactúan para satisfacer las necesidades a través de un producto” (Eggers, 2018, pág. 28).

1.11.17. Proceso Productivo

El proceso productivo consta de las siguientes fases según (Business School, 2021):

- ✓ **Acopio:** Este aspecto hace referencia a la recolección de materia prima, la misma que se utilizará para posterior elaboración de productos, la misma que puede ser entregada y proveída por diferentes agentes de producción, de un lugar determinado.
- ✓ **Producción:** Etapa que busca transformar la materia prima recolectada en conjunto, se obtiene el producto real que la empresa produce desde la iniciación del proceso productivo.
- ✓ **Procesamiento:** Actividad que permite al producto final tener todas las condiciones y adecuación necesarias y aptas para el consumidor, esta esta está totalmente encaminada comercialización.

1.11.18. Comercialización

Es el proceso a través del cual se introduce productos y servicios en el mercado, por cual es necesario establecer un sistema de distribución, tal como lo menciona (Pacheco & Pérez, 2018), donde la comercialización “se refiere a la manera en que se llevará a cabo el proceso de venta” Para (Flores, 2017) la comercialización implica:

“Considerar las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica de los usuarios, así como los mecanismos de promoción y publicidad.”

1.11.19. Leche

Principal alimento consumido por las personas en el mundo, alimento que brinda nutrientes esenciales que contribuyen al cuerpo humano ya que contiene calcio, magnesio, selenio, entre otras vitaminas, es un producto que posee origen animal, y ayuda al desarrollo de los seres vivos, en sus primeras etapas de la vida. **(FAO, 2021)**

1.11.20. Producto lácteo

Se conoce como producto lácteo a cualquier transformación que se utiliza como material principal la leche, materia prima que permite elaborar una diversidad de este tipo de productos, ya que a la vez son elaboraciones que contienen ingredientes aditivos para la alimentación humana. **(FAO, 2021)**

1.11.21. Quesos

Según la Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Ganadería **(FAO, 2021)** menciona que los quesos:

“Se obtienen mediante la coagulación de la proteína de la leche que se separa del suero, pueden ser duros, semiduros, blandos madurados o no madurados”

1.11.22. Quesos artesanales

“Se refiere a aquellos derivados lácteos que se los transforma a base del conocimiento y la experiencia del personaje elaborar de queso, en este proceso de involucra la sensibilidad de dicho personaje en cada etapa de elaboración” **(Insitituto del queso, 2020)**.

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Modalidad de la Investigación

2.1.1. *Cuantitativo*

En este estudio de factibilidad se utilizará el enfoque cuantitativo, ya que se analizarán cantidades y dimensiones, que permitirán establecer mediciones numéricas en la hipótesis planteada para establecer un análisis estadístico y establecer un estudio con referencia a la elaboración del presupuesto en base al proyecto de inversión a través del valor actual neto, tasa interna de retorno y período de recuperación de la inversión, que son datos numéricos, son sujetos de interpretación para determinar la viabilidad financiera de un proyecto

En la investigación se utilizará este enfoque debido a que se basará en datos numéricos para el cálculo de la demanda insatisfecha, por otro lado, se utilizarán variables como datos estadísticos del INEC acerca del total de población, datos como la inflación entre otros factores que permitan medir los resultados al final del estudio.

2.1.2. *Cualitativo*

Tiene este enfoque porque en esta investigación se aplicarán instrumentos como la encuesta, que tiene como objetivo identificar la factibilidad que tiene el proyecto de inversión para la producción y comercialización de quesos artesanales respecto al proceso de evaluación financiera de los presupuestos de proyectos de inversión

2.1.3. *Descriptivo*

El estudio es de tipo descriptivo porque después de haber aplicado las encuestas se pretende interpretar los resultados y establecer información de carácter cuantitativo.

2.2. Nivel de Investigación

2.2.1. *Nivel exploratorio*

Este nivel implica el acondicionamiento necesario para dar a conocer dentro de la investigación las actividades que se van a realizar en el lugar mismo de la investigación, además que implica el

poder analizar y mirar la situación en todos los aspectos posibles. (Perez, 2020, pág. 213)

2.3. Diseño de la Investigación

2.3.1. Diseño transversal

La investigación utilizará un diseño de investigación transversal ya que con las herramientas que se utilizará, se buscará establecer datos que provoquen un resultado después de utilizar dichos datos, que serán utilizados y validados en el momento de la exposición de los resultados. **(Perez, 2020, pág. 216)**

2.4. Tipo de estudio

2.4.1. Investigación documental

En el siguiente estudio de inversión se pretende evaluar y recolectar información acerca de diferentes fuentes bibliográficas, para determinar la conceptualización. Según **(Monroy María, 2018, pág. 26)** indica que “se le denomina investigación documental al proceso sistemático y estratégico que busca, a través de la consulta y observación de fuentes documentales, recopilar y analizar datos que deben ser leídos, analizados, sistematizados y ordenados.”

2.4.2. Investigación de Campo

Para **(Monroy María, 2018)** una investigación de campo “se realiza en el lugar de los hechos, implica tomar la información de fuentes directas, sin manipular, ni controlar las variables ya que los datos recopilados provienen directamente del individuo o grupo de estudio.”

La presente investigación se encuentra dentro de este tipo de investigación debido a que se recolectará datos precisos de los consumidores de la Parroquia Quisapincha. así como de los principales puntos de comercialización, además se establecerá lo principales proveedores de materia prima dentro de la parroquia.

2.5. Población y Muestra

2.5.1. Población

“La población es el conjunto de elementos que tienen una característica común que es observable y acerca del cual queremos realizar determinados estudios.” **(García, 2016, pág. 130).**

Para más información y exactitud del estudio de mercado, se realizará el cálculo encaminado tanto a la población ocupada, así como a la población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca, pertenecientes a la Parroquia.

La investigación de enfocará en la personas de la Parroquia Quisapincha que consumen quesos, mercado que nos permitirá determinar la posible demanda que puede tener el producto, para eso se tomará en consideración la población económicamente activa de la Parroquia Quisapincha, por lo que según el último censo de población y vivienda INEC 2010 es de 6443 personas, mediante este dato se podrá efectuar la proyección de la PEA al año 2021, utilizando como principal dato la tasa de crecimiento referente al 2010 que es de 1.29%. Por lo que se utilizará la fórmula de proyecciones al 2021, dando como resultado una Población Económicamente Activa de 7419 personas, a partir del cual se calculará la muestra. A continuación, se presenta proyección realizada a través de la fórmula propuesta de proyección.

Tabla 1-3: Población Ocupada

Co=	6443
i=	1.29%

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Tabla 2-3: Proyección

Cn	Co	(1+i) ^n	Proyección
2010	6443		
2021	6443	1.15	7419

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Establecido la proyección de la población ocupada de la parroquia se pretende trabajar con el dato directo, ya que no existen ninguna distinción en el consumo de alimentos derivados de leche, como el queso, por esa razón se procede a establecer la muestra respectiva.

2.5.2. Muestra

“Una muestra es un subconjunto de la población sobre la cual se realizará alguna medición que permitirá conclusiones generalizables a toda la población.” (García, 2016, pág. 130)

Para realizar el cálculo de la muestra correspondiente se toma en consideración las 7419 correspondientes a la población ocupada perteneciente a la población económicamente activa de la Parroquia Quisapincha para lo cual se considera la siguiente fórmula de cálculo.

Fórmula para seguir:

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

Simbología de la fórmula

N=Tamaño de la población universo.

P=Prevalencia esperada del estudio a evaluar, en este caso se utilizará un valor de 0.5, ya que es el establecido para un estudio de factibilidad en caso de desconocerse.

Q=Probabilidad en contra

n= Tamaño de la muestra a encontrar.

E= Nivel de significancia o error

Z= Este valor corresponde la distribución de Gauss, lo establece el investigador de acuerdo con el nivel de confianza que se establezca para la investigación, en este caso el nivel de confianza será del 95% equivalente a 1,96.

Tabla 3-3: Cálculo de la muestra

Datos	
N	7419
Muestra	365
E	5%
P	0.5
Q	0.5
Z	1.96

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Muestra: 365 personas a encuestar.

Este resultado representa el número de encuestas a realizarse en la parroquia de Quisapincha, para efectuar la presente investigación se aplicará encuestas objetivas con relación a conseguir información del mercado potencial de las personas económicamente activas de la parroquia Quisapincha.

Población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca

Personas dedicadas a la producción de leche en la parroquia Quisapincha, para efecto del cálculo se tomará como base a la población de Quisapincha, dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca, que según el último censo INEC 2010, es de 3189 personas. Con el fin de utilizar datos actuales se proyectará el valor al año 2021.

Tabla 4-3: Población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca

Población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca =	3189
i=	1.29%

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Tabla 5-3: Población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca Proyección año 2021

Año	Población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca	(1+i) ^n	Proyección año 2021
2010	3189		
2021	3189	1.15	3672

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Para el cálculo de la muestra en la población dedicada a la agricultura, silvicultura y pesca, se utilizará un nivel de confianza de 1.28, ya que los productores se encuentran distribuidos en las 18 comunidades de la Parroquia, por lo tanto, también se utilizará un error del 10% debido a que en la población se encuentra inmersas personas que se dedican a la silvicultura y pesca.

Tabla 6-3: Cálculo de la muestra

Datos	
N	3672
Muestra	41
E	10%
P	0.5
Q	0.5
Z	1.28

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Muestra: 41 personas a encuestar.

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1. Método de investigación

2.6.1.1. Inductivo- Deductivo

Según (Bernal, Cesar. 2010:59; citados en Monroy y Nava, 2018, pg. 66) un método inductivo “utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones sea de carácter general”

Al estar compuesto por dos procedimientos como la inducción y la deducción, permitirá que la investigación inicie desde un conocimiento particular al general, es decir que se buscará rasgos comunes de un grupo definido, en este caso los productores y los consumidores, sus preferencias, gustos y demás características similares con la finalidad de llegar a conclusiones de los aspectos que caracterizan a la muestra definida y determinar la factibilidad de trabajar en un ámbito cooperativista.

2.6.1.2. Analítico- Sintético

El siguiente estudio procurará basarse en la investigación y análisis de variables y cualidades objetivas que permitan estudiar el comportamiento de la muestra para llegar a la unión de los aspectos más importantes que permitan cumplir los objetivos planteados y establecer una síntesis entre los elementos de la realidad. Por otro lado, también permitirá sintetizar la búsqueda bibliográfica, a partir de la selección y clasificación de las ideas esenciales relacionadas con el objeto de estudio.

2.7. Técnicas

2.7.1. Encuesta

Técnica que permitirá recopilar información acerca de la disponibilidad de materia prima, así como la posición de los productores ante la producción de quesos artesanales y la actitud de los consumidores de la Parroquia Quisapincha con la finalidad de establecer bases elementales para la continuación y factibilidad de la investigación.

2.7.2. Entrevista

Mediante esta técnica se podrá recolectar información acerca del proceso de producción, así como de los principales recursos para la elaboración de quesos artesanales, de la misma se establecerá una entrevista a los principales puntos de comercialización dentro de la Parroquia.

2.7.3. Fuentes Bibliográficas

Esta técnica permitirá indagar y buscar fuentes de información basados en documentos escritos por diferentes autores con el objetivo, de brindar credibilidad y seguridad al trabajo de investigación con información actualizada.

2.8. Instrumentos

2.8.1. Cuestionario

Este instrumento se aplicará a las muestras calculadas es decir a los productores de leche y la Población Ocupado, que tienen la finalidad de recolectar información acerca de la aceptación que tiene la producción de quesos fabricados en la Parroquia de Quisapincha, cabe recalcar que estas se harán vía telefónica con respecto a la demanda, mientras que el cuestionario a los productores de leche la realizará de forma presencial.

2.8.2. Guía de entrevista

Con este instrumento se pretende encontrar la información necesaria para la recolección de datos referentes a la oferta del producto, ya que se trabajará con los principales puntos de venta de la Parroquia y una entrevista realizada al artesano productor de quesos existente en la parroquia.

2.8.3. Documentos electrónicos

Este instrumento permitirá recolectar información de manera más segura y oportuna ya que facilitará que el proceso sea más ágil y se establecerá conceptos referentes al proyecto de investigación.

2.9. Hipótesis

2.9.1. Idea Para defender

El estudio de factibilidad de producción y comercialización de quesos artesanales en la Parroquia de Quisapincha a través de un modelo de negocio cooperativista podrá ayudar al GAD Parroquial Rural de Quisapincha a tomar decisiones acertadas referentes al auspicio de proyectos que generen desarrollo económico y productivo.

2.10. Variables

2.10.1. Variable Independiente

Proyecto de factibilidad e inversión

2.10.2. Variable dependiente

Producir y comercializar quesos artesanales a través de un modelo cooperativista de producción en la Parroquia de Quisapincha.

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Resultados

Una vez realizada las dos encuestas dirigidas tanto al productor de leche y a la población ocupada de la parroquia, es decir a las 365 y 41 personas respectivamente se procede a tabular los datos y establecer el respectivo análisis. En cuanto a la aplicación de la guía de entrevista también se establece las conclusiones cuantificables que servirá como base de cálculo para establecer la oferta y la demanda de quesos artesanales. así como los posibles demandas de queso artesanal Después de haber aplicado los instrumentos como encuestas y entrevistas, a continuación, se presenta los resultados obtenidos entorno a las preferencias y cualidades similares de los consumidores y su actitud frente a la posibilidad de comprar quesos artesanales producidos en la Parroquia Quisapincha.

Resultados de la encuesta aplicada a Población Ocupada de la Parroquia Quisapincha.

Género

Tabla 7-3: Género

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Hombre	183	50%
Mujer	183	50%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

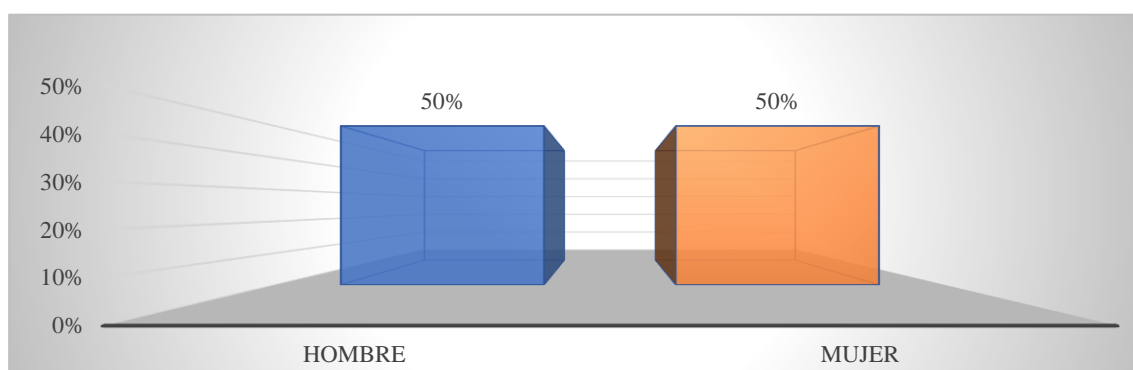


Gráfico 1-3: Género

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación:

De las 365 personas encuestadas en la investigación realizada se ha establecido que el 50% corresponde al sector masculino al igual que el sector femenino, estableciendo una igualdad porcentual.

Ocupación

Tabla 8-3: Ocupación

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Agricultor	22	6%
Albañil	6	2%
Ama de casa	11	3%
Artesana	11	3%
Asistente contable	6	2%
Docente	22	6%
Empleado	6	2%
Estudiantes	221	61%
Ing. Sistemas	11	3%
Médico veterinario-zootecnista	6	2%
Obrero de construcción	6	2%
Peluquería	6	2%
Panadería	6	2%
Servidor público	11	3%
Técnico en telecomunicaciones	11	3%
Venta de productos naturales	6	2%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

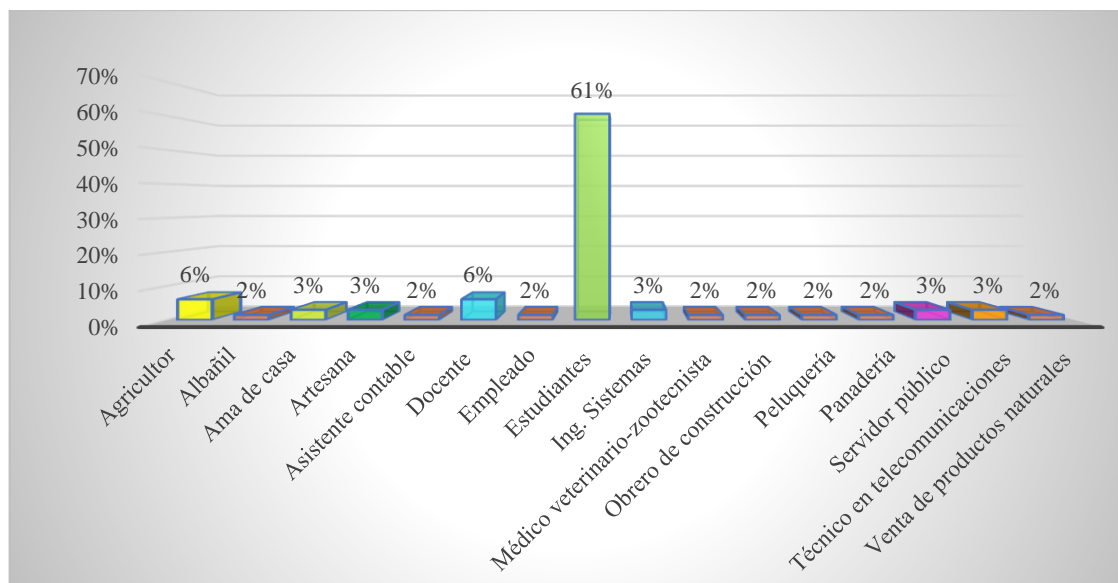


Gráfico 2-3: Ocupación

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis

Mediante la encuesta aplicada, se ha establecido que el 60.6% corresponde a personas que se dedican a estudiar, otro de los porcentajes más representativos es el que corresponde a aquellas personas que se dedican a la docencia con un porcentaje de 6.1%, porcentaje que además representa también aquellas personas que se dedican a la agricultura, un porcentaje equitativo de 3%, corresponde tanto para personas que se dedican a ser amas de casa, personas dedicadas a la confección de artículos de cuero y levas, personas dedicadas al servicio público, algunos se desempeñan como Ing. en Sistemas y finalmente técnicos en telecomunicaciones, finalmente se encuentra aquel porcentaje de 1.5% que señala ocupaciones como albañil, asistente contable, empleado, médico veterinario, obrero de construcción, peluquería, panadería y venta de productos naturales.

Dentro de la parroquia existen diferentes ocupaciones que pretenden ser la fuente más importante de ingresos, determinando a la Parroquia como un mercado potencial de consumo y alimentación, a través de la adquisición de productos y servicios.

Número de miembros de la familia

Tabla 9-3: Número de miembros en la familia

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
1 a 3	149	41%
4 a 6	160	44%
Más de 6	55	15%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

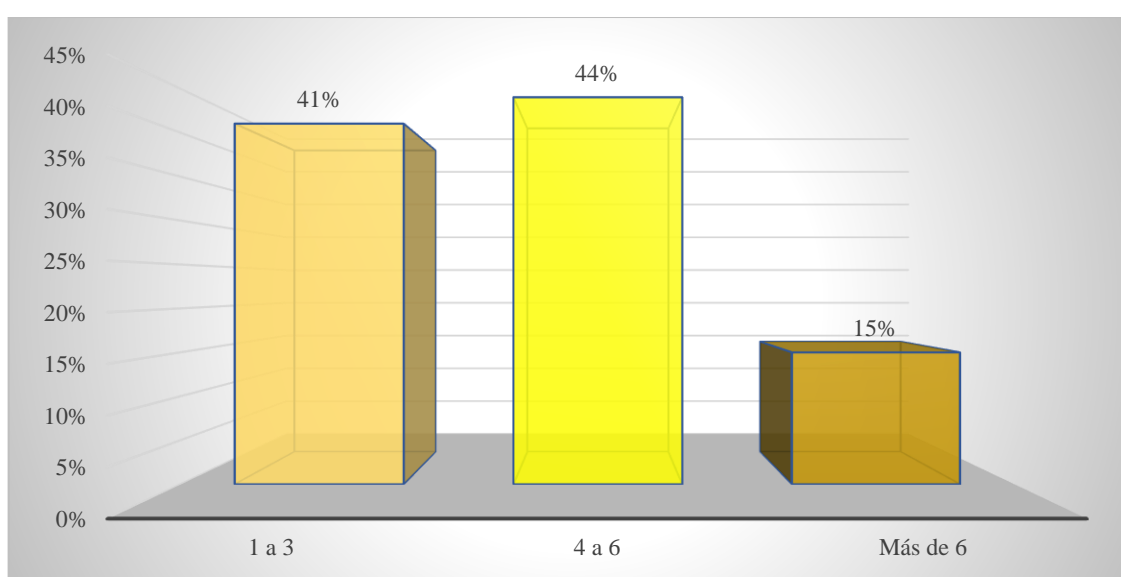


Gráfico 3-3: Miembros de la familia

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis

El 44% de los encuestados indica que los miembros de la familia están confirmados de 4 a 6 integrantes dentro de la familia, seguidos por un 41% que corresponde a hogares que están integradas de 1 a 3 personas, finalmente se establece un porcentaje importante de 15% que indica que hay integrantes de la familia que sobrepasan los 6 integrantes en la familia.

1. Señale los miembros de la familia que consume queso.

Tabla 10-3: Miembros de la Familia que consumen queso

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Mamá	11	3%
Papá	17	5%
Hijos	17	5%
Abuelos	6	2%
Todos	315	86%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

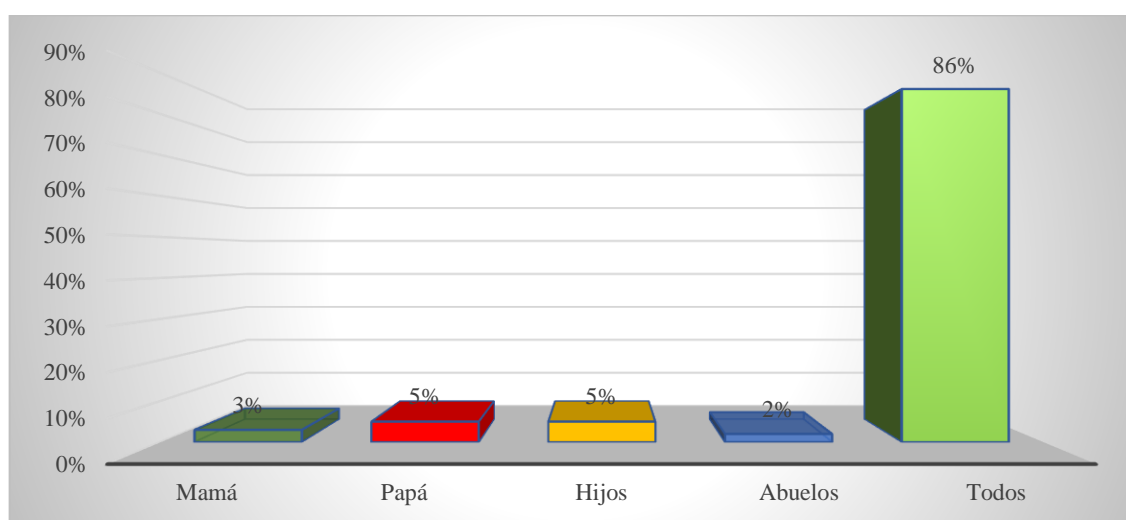


Gráfico 4-3: Miembros de la familia que consumen queso

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Estableciendo el porcentaje de los miembros de la familia que consumen queso, se encuentra un porcentaje relevante que corresponde al 86%, el cual indica que en una familia casi todos los miembros que integran la familia consumen queso, demostrando que existe una posible demanda de queso alta, sin embargo, se establecen porcentajes de 2%, 3% y 5% indicando que, en cada porcentaje, únicamente el consumo de queso es realizado por abuelos, mamá y papá correspondientemente.

2. ¿Usted consume quesos?

Tabla 11-3: Consumo de queso

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Si	361	99%
No	4	1%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

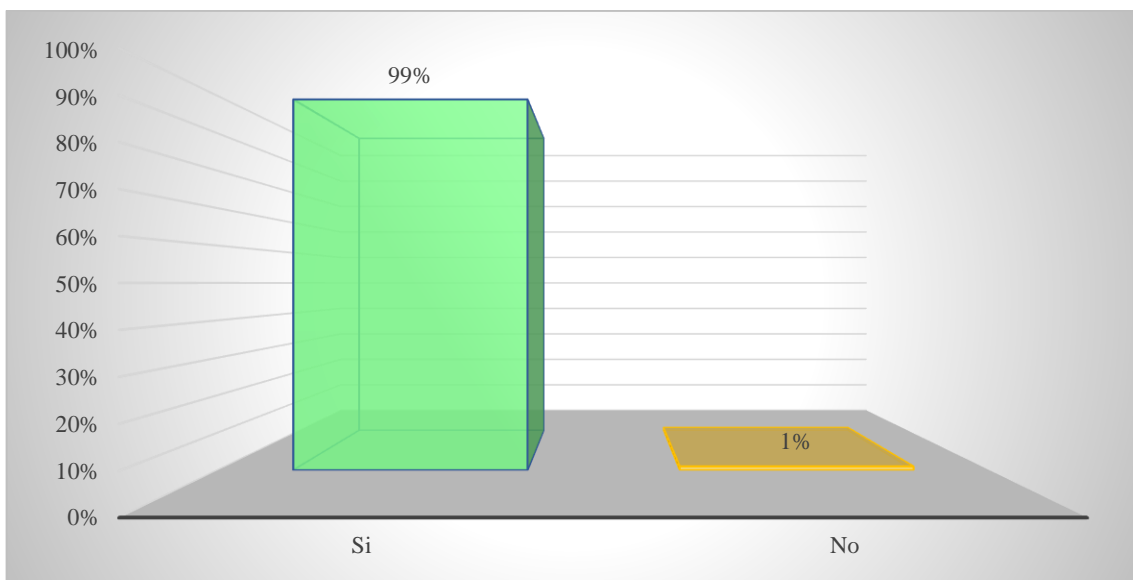


Gráfico 5-3: Porcentaje de quesos consumido

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza Cleotilde, 2021

Análisis e interpretación

Se determina que un 99% de las personas encuestadas, tienen inmerso en su alimentación al queso, razón por la que se puede decir que existe un porcentaje aceptable en el que se puede trabajar para la oferta de quesos artesanales frescos.

3. ¿Cuántas quesos de 1 libra consume mensualmente?

Tabla 12-3: Cantidad de queso que el consumidor compra

RESULTADOS				
DETALLE	SUMATORIA (F)	X	X*F	PORCENTAJES
1 a 2 quesos	289	2	578	79%
3 a 4 quesos	58	4	232	16%
5 a 6 quesos	18	6	108	5%
TOTAL	365	12	918	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Tabla 13-3: Cantidad de queso

3	Quesos de una libra al mes
36	Quesos de una libra al año

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

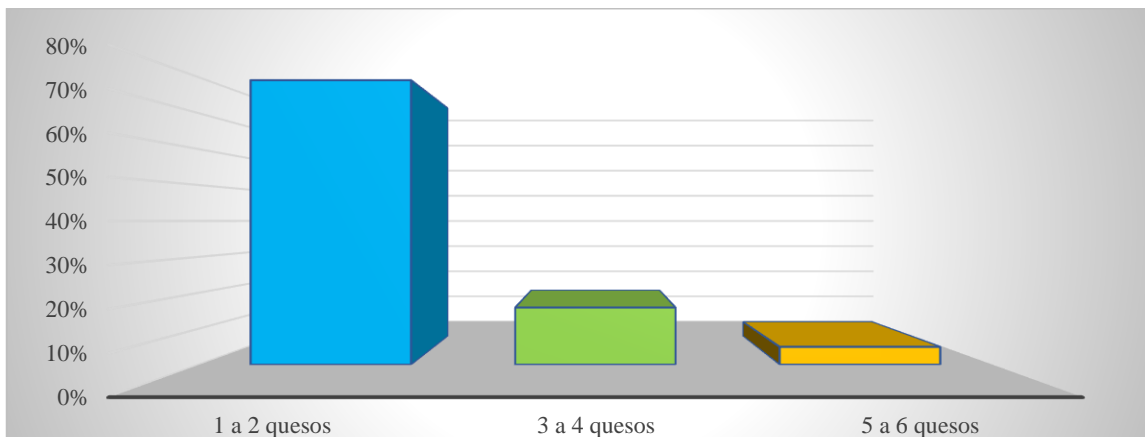


Gráfico 6-3: Cantidad de queso consumidor

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Demostrando la frecuencia de consumo de la anterior pregunta, se pretende encontrar la cantidad de quesos consumidos en dicha frecuencia, encontrando así que el consumo promedio es de 1 a 2 queso, correspondiente al 79%, seguido por un 16%, indicando que la cantidad que se consume es de 3 a 4 quesos. Por otro lado, se encuentra también que los consumidores consumen de 5 a 6 con un porcentaje del 5%. Datos que más adelante permitirá determinar la demanda actual de quesos.

4. ¿Usted ha consumido queso artesanal fresco?

Tabla 14-3: Consumo de quesos artesanales

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Si	201	55%
No	164	45%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

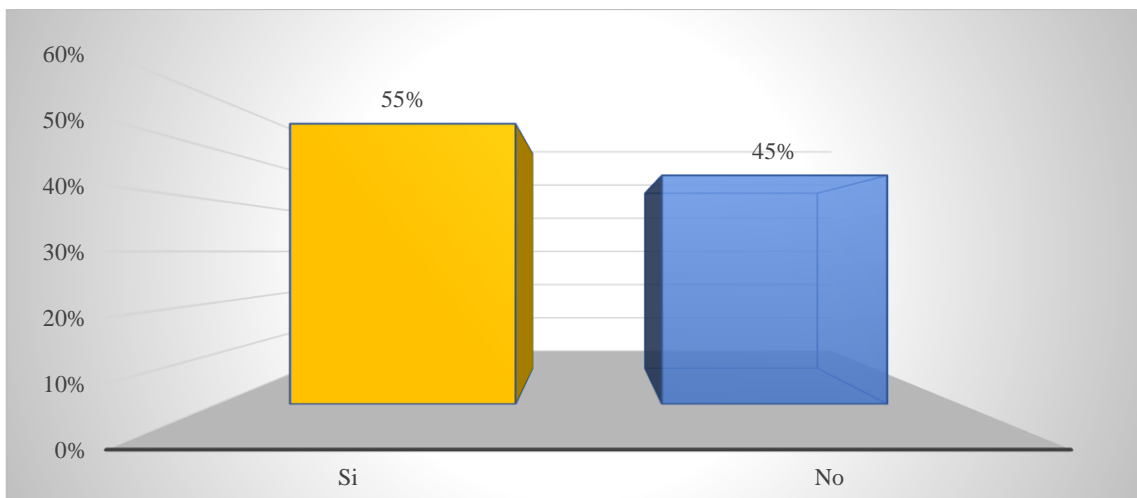


Gráfico 7-3: Consumo de queso fresco artesanal

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Un 55% de las personas encuestados tienen una respuesta afirmativa con respecto al consumo de quesos artesanales frescos, sin embargo, es necesario implementar ciertas estrategias para hacer que el porcentaje restante de 45% empiece a saber los valores nutricionales y los beneficios de consumir un producto hecho de manera artesanal.

5. ¿Cuántas quesos artesanales de 1 libra mensualmente?

Tabla 15-3: Cantidad de quesos consumidos en libra

RESULTADOS				
DETALLE	SUMATORIA (F)	X	X*F	PORCENTAJES
1 a 2 quesos	345	2	690	95%
3 a 4 quesos	18	4	72	5%
5 a 6 quesos	2	6	12	1%
TOTAL	365	12	774	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Tabla 16-3: Cantidad de quesos consumidos

2	Quesos de una libra al mes
24	Quesos de una libra al año

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

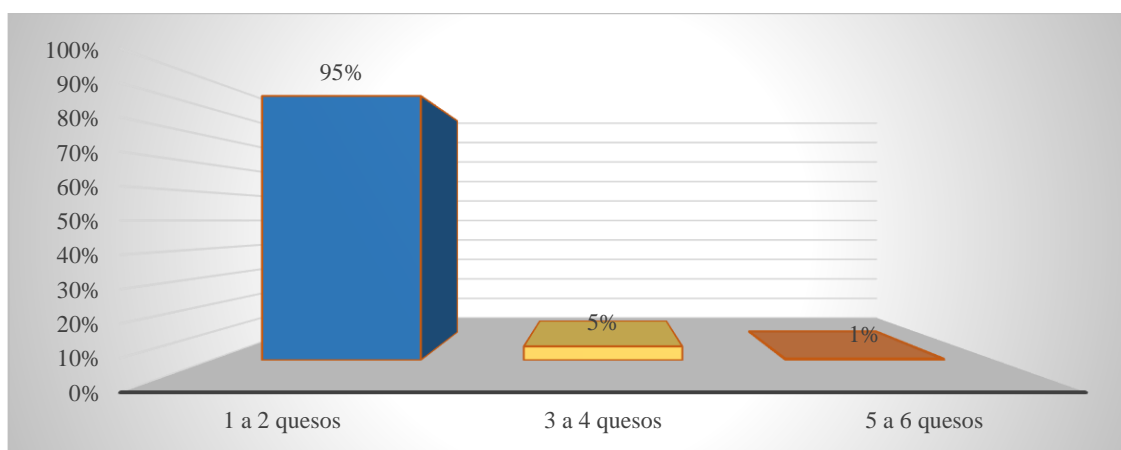


Gráfico 8-3: Cantidad de quesos artesanales frescos de manera semanal

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Dentro del análisis de la cantidad de quesos artesanales se encuentra que los encuestados prefieren consumir en su mayoría un promedio de 1 a 2 quesos por semana, representando un 95%, sin embargo, es necesario encontrar estrategias que permitan llegar a los consumidores, para incentivar el consumo de quesos artesanales e incrementar la cantidad consumida.

6. ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza en la compra de quesos?

Tabla 17-3: Gasto promedio en quesos

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
\$0.50 a \$1.50	61	17%
\$1.51 a \$2.50	133	36%
\$2.51 a \$3.50	160	44%
\$3.51 a \$4.50	5	2%
Más de \$5	5	2%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

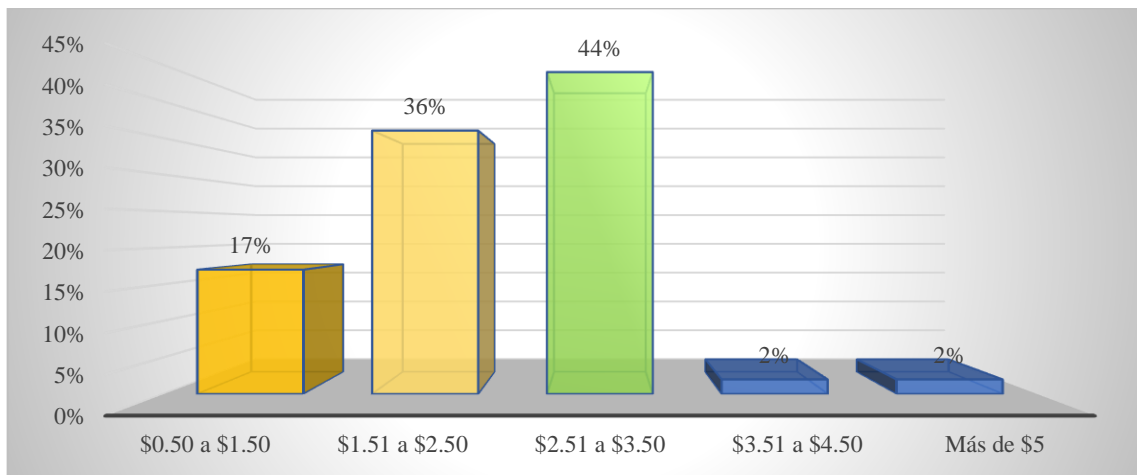


Gráfico 9-3: Gasto promedio realizado por la compra de quesos

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

El resultado obtenido del gasto promedio realizado por los consumidores señala que en gran parte corresponde a un 44%, que denota un gasto promedio de \$2.51 a \$3.50 en la compra de quesos, sin embargo, el 36% demuestra un porcentaje significativo, señalando que el gasto promedio en un intervalo de \$1.51 y \$2.50 está muy presente en los egresos y desembolsos para la compra de quesos.

7. ¿Cuál es el factor que toma en consideración al momento de comprar quesos?

Tabla 18-3: Factor considerado por los consumidores para la compra de quesos.

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Aporte nutricional	122	33%
Precio	100	27%
Presentación	6	2%
Tamaño	16	5%
Sabor	116	32%
Marca	0	0%
Otro	5	2%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza Cleotilde, 2021

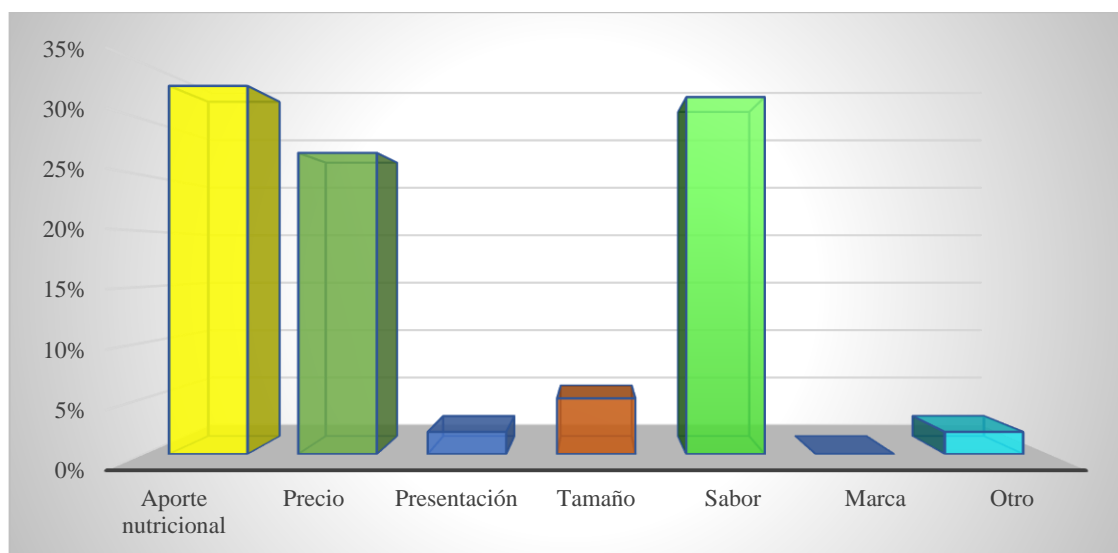


Gráfico 10-3: Porcentaje de los factores considerados para la compra de quesos

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Sin duda entre uno de los factores más importantes se encuentra el aporte nutricional que un producto puede brindar, el sabor y el precio, factores que sin duda establecen que el consumidor pretende encontrar calidad en un solo producto, por ese motivo se presentan en un porcentaje de 33%, 32% y 27% respectivamente, sin embargo, es curioso que los consumidores no establezcan mucho interés por la marca.

8. Escriba las marcas de quesos que usted compra

Tabla 19-3: Marcas queso más consumidas

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Ambayata	162	44%
Felicita	29	8%
Conquistador	12	3%
La Holandesa	6	2%
Rancherito	6	2%
Pura crema	17	5%
Paraíso	17	5%
Quesos el artesanita	6	2%
Desconoce marca	110	30%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PEA de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

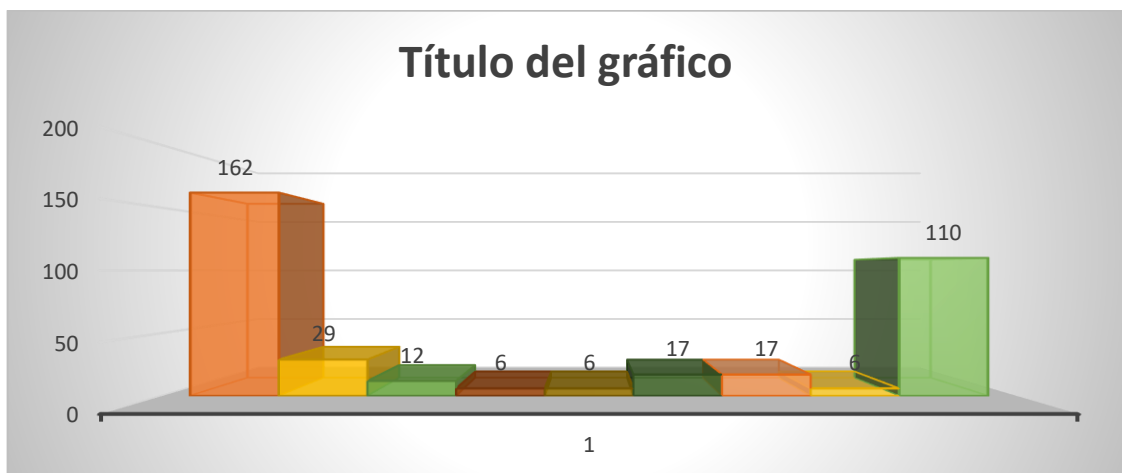


Gráfico 11-3: Marcas concurrentes de queso en Quisapincha

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Estableciendo una importante relación con la anterior pregunta, se evidencia que un 30% de los encuestados desconoce la marca de queso que consume, sin embargo, se establece en esta pregunta se establece las principales marcas como son Ambayata, Felicita, Conquistador, Pura crema, paraíso, el artesanita, la holandesa, Rancherito cada uno con un porcentaje de 44%, 8%, 3%, 5%, 5%, 2%, 2%, 2% respectivamente.

9.- ¿Cuál de los siguientes lugares usted prefiere para adquirir quesos?

Tabla 20-3: Lugares preferidos para adquirir quesos

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Tiendas	155	42%
Supermercados	22	6%
Mercados	149	41%
Despensas	11	3%
Otros	28	8%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

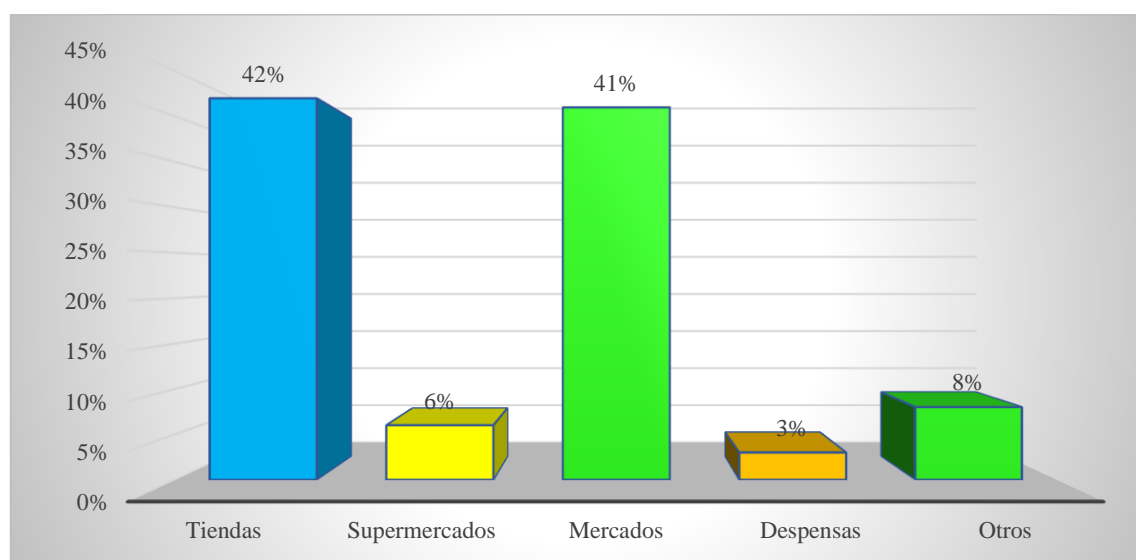


Gráfico 12-3: Porcentaje de lugares preferidos por los consumidores para adquirir quesos

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

El lugar preferido para a la adquisición de quesos son las tiendas con un porcentaje de 42%, seguido por un 41% de lugares de comercialización como mercados. Ambos lugares populares e importantes y accesibles para adquirir el producto, aunque los supermercados, despensas, y otros lugares de comercialización participan con un 6%, 3% y 8%.

10.- ¿Estaría usted dispuesto a cambiar su queso de siempre por uno que además de su buen sabor represente un alto y mayor nivel nutricional?

Tabla 21-3: Nivel de acuerdo establecido por los consumidores para adquirir una nueva marca de quesos.

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Totalmente de acuerdo	210	58%
De acuerdo	100	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	8%
En desacuerdo	11	3%
Totalmente en desacuerdo	16	5%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

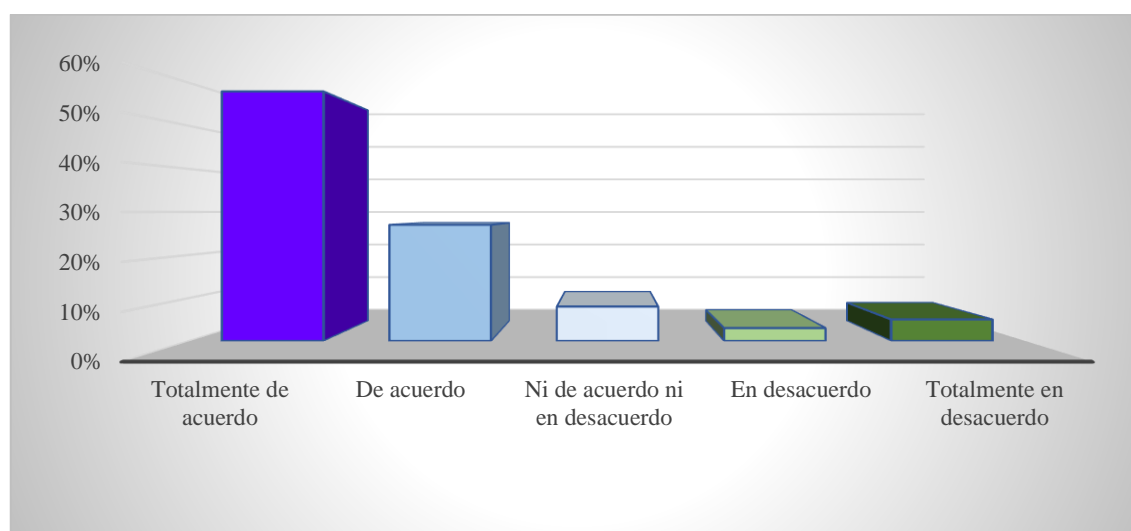


Gráfico 13-3: Nivel de acuerdo para consumir una nueva marca de queso en Quisapincha

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Bajo el parámetro de un aporte nutricional mucho más alto, los encuestados están totalmente de acuerdo de 58%, mientras que existe un 27% de personas que posiblemente estarían dispuestas a ser la demanda potencial, aunque existe un cierto porcentaje de personas que buscan establecer una inclinación hacia establecer una decisión, lo que permite establecer y buscar estrategias que permitan ganar el mercado.

11- ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por 1 libra de queso elaborado en una planta ubicada en Quisapincha?

Tabla 22-3: Precio dispuesto a la pagar por el consumidor

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
1.75 ctvs.	250	69%
1.85 ctvs.	72	20%
2.00 ctvs.	43	11%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

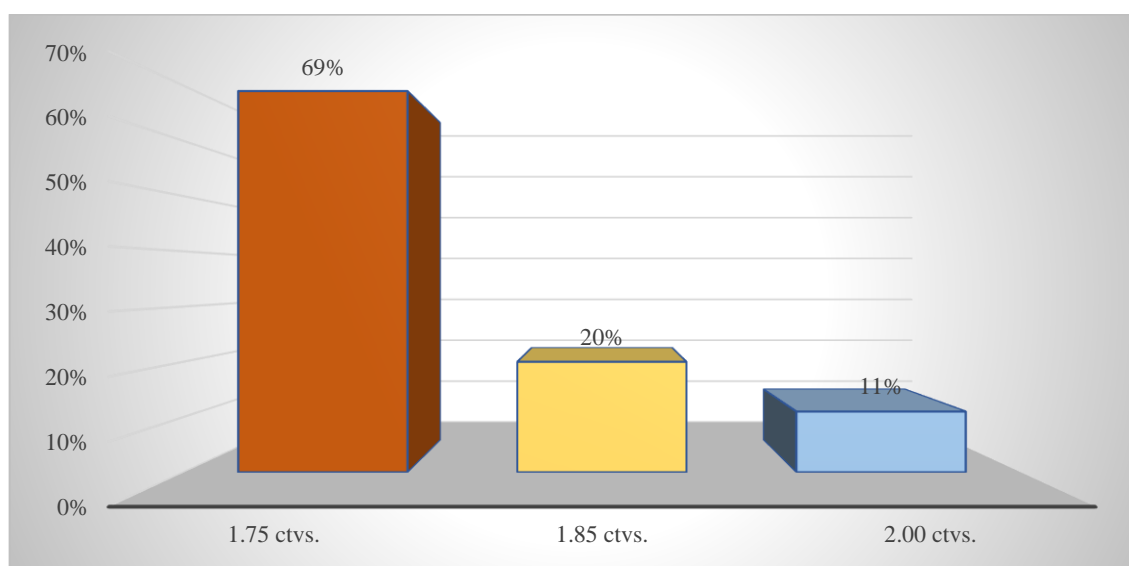


Gráfico 14-3: Porcentaje de precio dispuesto a pagar por el consumidor.

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Gran porcentaje de los encuestados optan por pagar \$1.75 ctvs. por adquirir 2,2 libras de queso es de 69%, aunque es importante indicar un 20% y 12% prefieren pagar un valor mayor a \$ 1,85 ctvs.

12.- ¿Cuáles son los medios de comunicación a través de los cuales usted se informa?

Tabla 23-3: Medios de comunicación concurrentes

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Publicidad en buscadores	22	6%
Marketing de redes sociales	271	74%
Publicidad escrita	22	6%
Radio	50	14%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

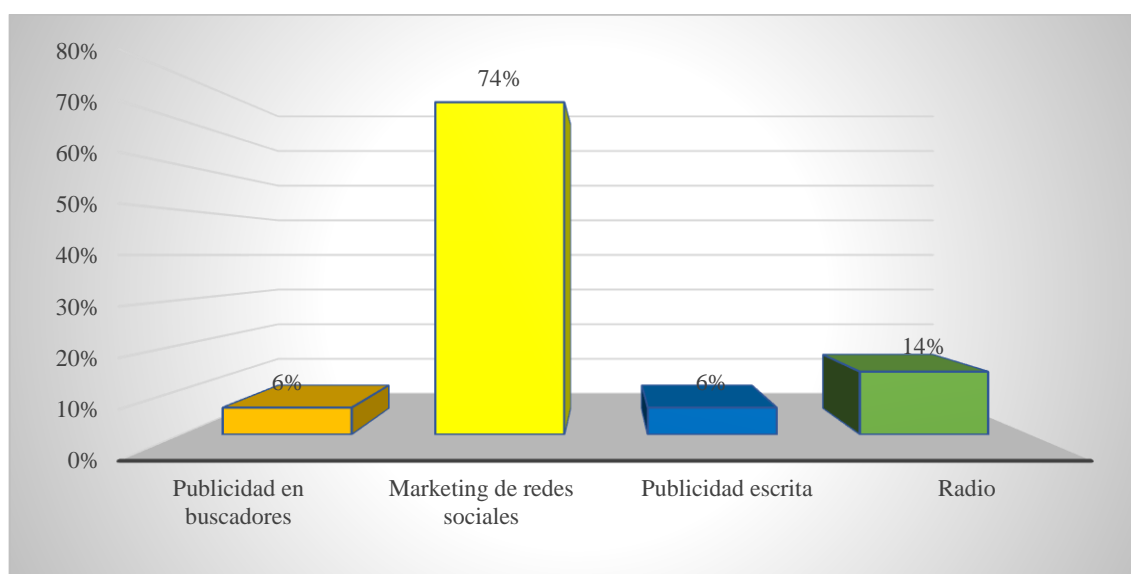


Gráfico 15-3: Medios de comunicación recurrentes por los consumidores

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

El 74% de las personas prefieren recibir información por redes sociales, un 14% recibe información por radio, sin embargo, se puede evidenciar que es necesario incorporar la tecnología en todo proyecto que pretenda llegar al público.

13.- Cuantas libras de quesos artesanal fresco estaría usted dispuesto a consumir mensualmente?

Tabla 24-3: Posible consumo de cantidad de quesos artesanales frescos

RESULTADOS				
DETALLE	SUMATORIA (F)	X	X*F	PORCENTAJES
1 a 2 quesos	357	2	714	98%
3 a 4 quesos	5	4	20	1%
5 a 6 quesos	3	6	18	1%
TOTAL	365	12	752	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Tabla 25-3: Respuestas del consumo de cantidad de quesos artesanales frescos

2	Quesos de una libra al mes
25	Quesos de una libra al año

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

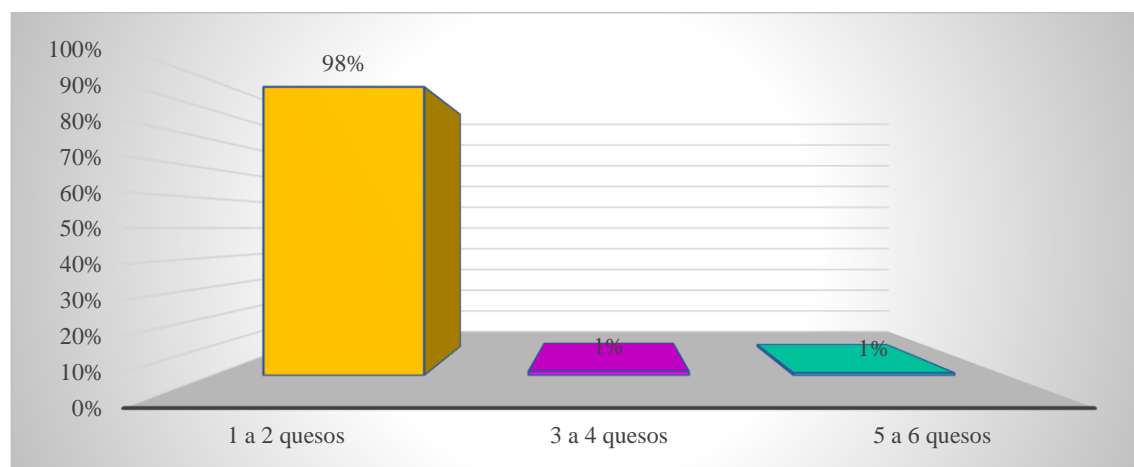


Gráfico 16-3: Posible consumo de quesos artesanales frescos

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 97.81% están dispuestas a consumir quesos artesanales frescos, en una cantidad de 1 a 2 quesos, siendo el porcentaje máximo de consumo, sin embargo, se obtiene un consumo anual en libras de 81 quesos, incluyendo los porcentajes menores, datos que nos servirán para los próximos cálculos.

14.- ¿Le gustaría consumir quesos artesanales producidos y elaborados por una cooperativa de producción ubicada en la parroquia de Quisapincha

Tabla 26-3: Nivel de aceptación para consumo de quesos producidos

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Si	360	98%
No	5	2%
TOTAL	365	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

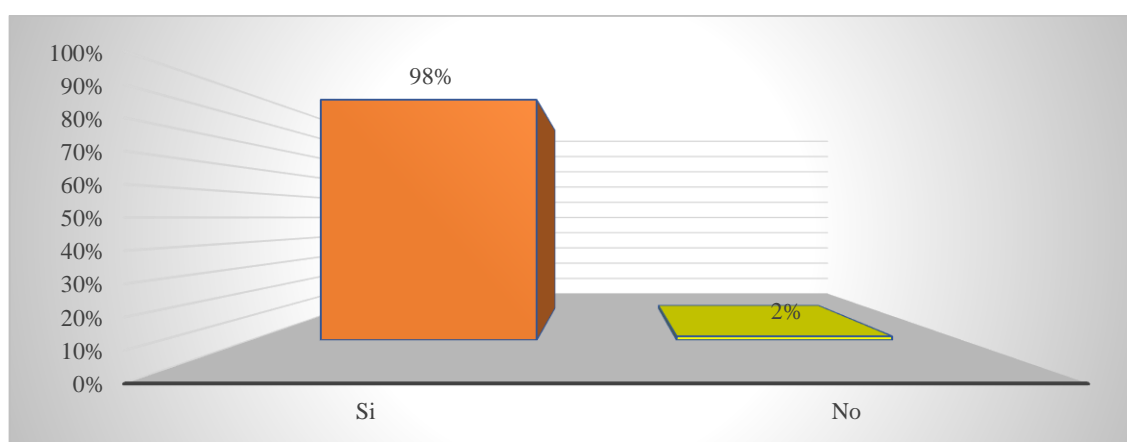


Gráfico 17-3: Nivel de aceptación de consumo de queso

Fuente: Encuestas aplicadas a PO de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Al 98% de los encuestados les gustaría consumir quesos de una planta de quesos dentro de la Parroquia Quisapincha, razón por la cual el dato es realmente relevante para proyecciones de demanda y oferta.

Resultados de las encuestas aplicadas a la Población dedicada a la Agricultura, Silvicultura y Pesca.

1.-Comunidad a la que pertenece

Tabla 27-3: Comunidad donde habitan los productores

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Condezán	8	20%
Putugleo	8	20%
Ambayata	7	17%
Pucará Grande	5	12%
Santa Elena	5	12%
Cachilvana Chico	4	10%
San Pedro	4	10%
TOTAL	41	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

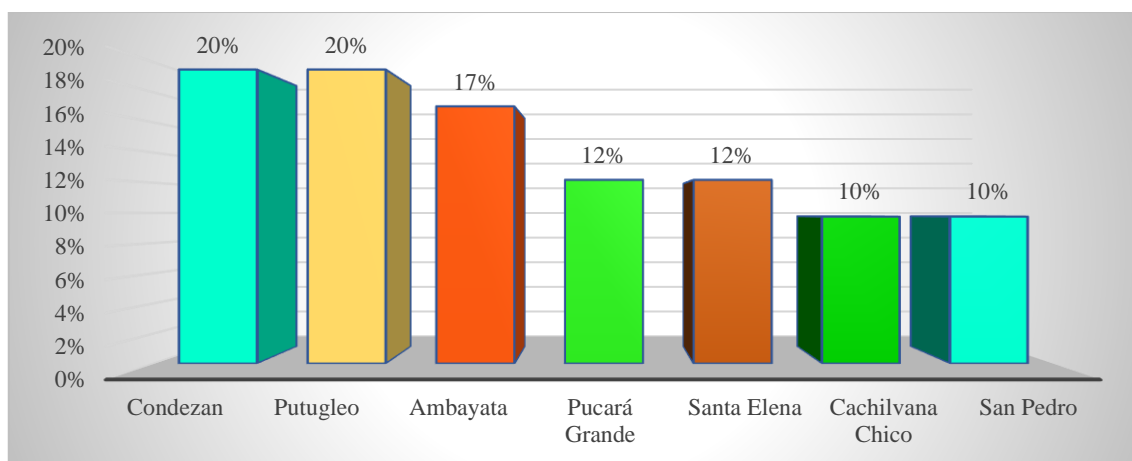


Gráfico 18-3: Comunidades habitadas por internet

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

El 20% de los posibles proveedores de leche pertenecen a la comunidad de Condezán y de Putugleo con el mismo porcentaje, por otro lado, la comunidad de Ambayata posee uno un 17%, seguido por Pucará Grande y Santa Elena ambos con un 12% de personas que se dedican a la producción de leche, finalmente Cachilvana chico y San Pedro que participan con un 10% de personas dedicadas al cuidado de ganado vacuno, que está produciendo leche.

Estas comunidades de convierten en la principal fuente de materia prima, para la realización o fabricación de quesos.

2.- ¿Cuál es su producción diaria de leche?

Tabla 28-3: Producción de leche

RESULTADOS				
DETALLE	SUMATORIA (F)	X	X*F	PORCENTAJES
5 a 10	10	8	75	24%
11 a 16	14	14	189	34%
17 a 22	16	20	312	39%
23 a 28	1	26	26	2%
TOTAL	41	41	602	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Tabla 29-3: Respuestas de producción de leche

15	Diarios
105	Semanales
420	Mensuales
5040	Anuales

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

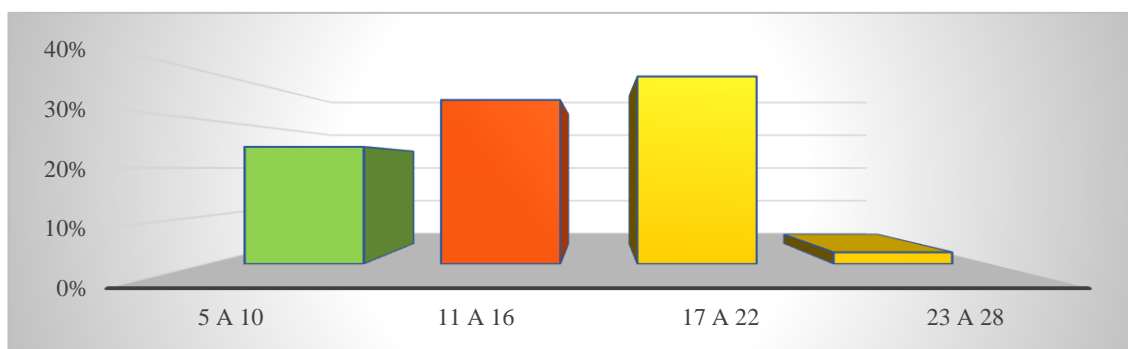


Gráfico 19-3: Promedio de producción de leche

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

En conjunto con la participación de las diferentes comunidades se encuentra que el promedio diario de producción de leche vacuna se encuentra en 15 litros diarios, los mismos que se encuentran gracias a la producción de un promedio que oscila entre 17 a 22 litros, correspondiente al 39%, mientras que 34% del total produce entre 11 a 16 litros diarios, un 24% posee ganado vacuno que produce entre 5 a 10 litros y tan solo un 2% trabaja con una producción de leche de

hasta 23 litros diarios. La producción diaria de materia prima para la empresa no es menor a 5 litros diarios de leche.

3.- Actualmente, ¿A quién entrega su producción de leche?

Tabla 30-3: Destino de producción de leche

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Intermediarios	34	83%
Fábrica de lácteos	0	0%
Centro de Acopio	0	0%
Venta al consumidor	7	17%
TOTAL	41	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

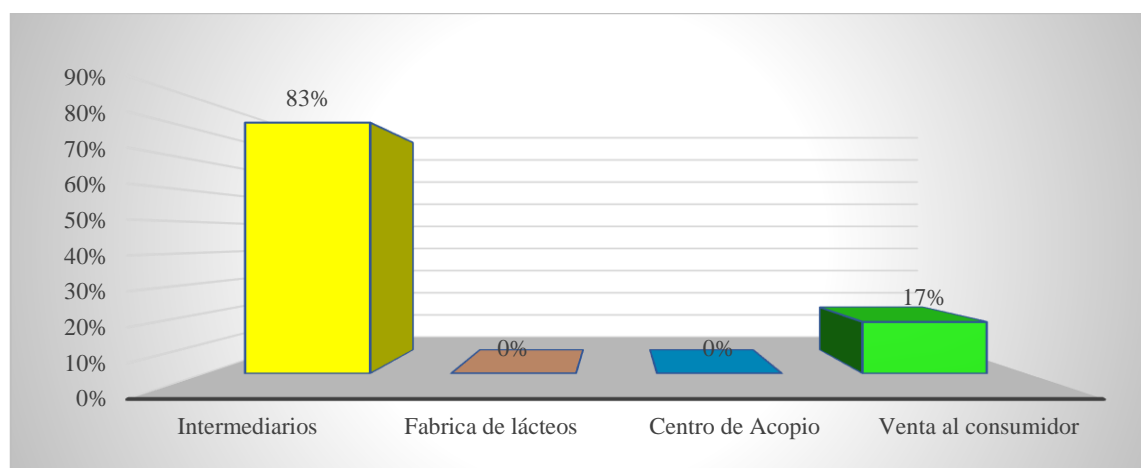


Gráfico 20-3: Porcentaje destino de producción de leche

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

El 83% de las personas trabajan con la venta directa de leche al consumidor, actividad que realizan los días feriados de la parroquia, sin embargo el 83% de las personas optan por vender leche a los intermediarios, debido a que se sienten seguros y saben que ese valor será retribuido, por mientras que el 17% de las personas prefiere venderla directamente al productor, porque el valor pagado es un poco más alto, sin embargo hay que mencionar que realizan esta actividad solo los días feriados de la parroquia.

4.- ¿Cuáles serían los beneficios que le gustaría recibir como socio-proveedor de la Cooperativa?

Tabla 31-3: Beneficios que les gustaría a recibir a los agricultores

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Precio justo	18	44%
Capacitación Técnica	12	29%
Financiamiento	6	15%
Recepción segura de leche	5	12%
TOTAL	41	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

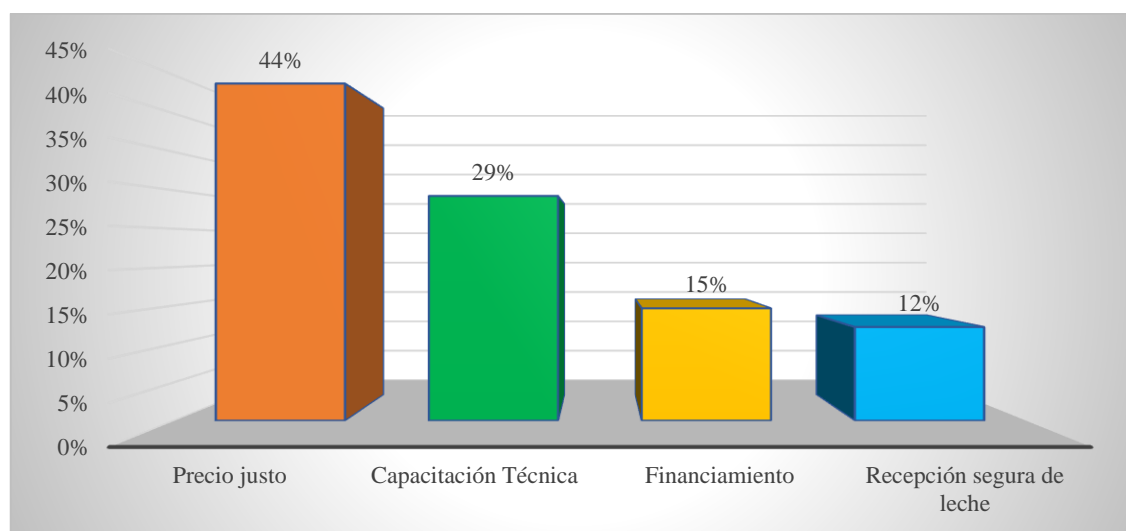


Gráfico 21-3: Beneficios a recibir por agricultores

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Como se planteaba en la problemática de la investigación, el 44% de los productores mencionan que, de crearse una cooperativa, les gustaría recibir un precio justo para su producción, por lo que viene acompañado también de un acompañamiento con una capacitación técnica, financiamiento, pero sobre todo les gustaría que la entrega se asegure, para cada caso se establecen porcentajes de 29% 15% y 12% correspondientemente.

5.- ¿Estaría usted dispuesto a entregar leche a una cooperativa de producción que le garantice un precio justo y elimine factores de intermediación?

Tabla 32-3: Disponibilidad de materia prima

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Si	40	98%
No	1	2%
TOTAL	41	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

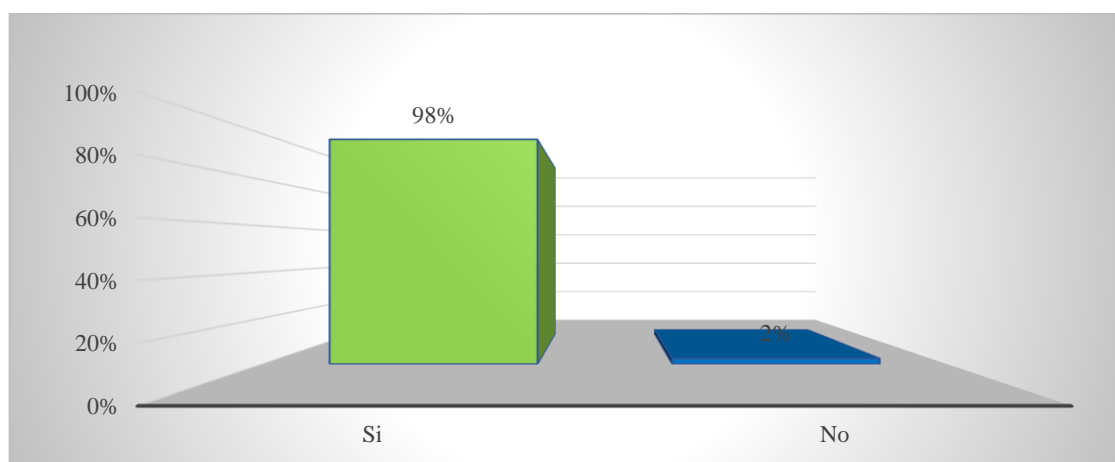


Gráfico 22-3: Porcentaje de disponibilidad de materia prima

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Con la presente interrogante se evidencia que en un 98% están totalmente de acuerdo en trabajar con la cooperativa, ya que tan solo el 2%, no les gustaría trabajar como proveedor.

6.- ¿Considera usted que es beneficioso una cooperativa de producción, para producir y comercializar productos lácteos?

Tabla 33-3: Nivel de beneficio por constituir una Cooperativa de Producción

RESULTADOS		
DETALLE	SUMATORIA	PORCENTAJES
Si	40	98%
No	1	2%
TOTAL	41	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

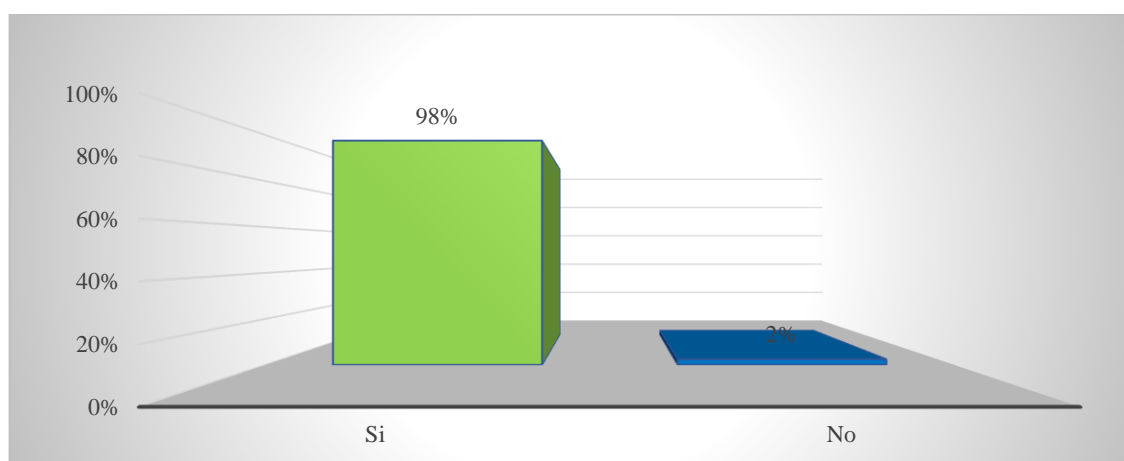


Gráfico 23-3: Porcentaje de beneficio por constituir una Cooperativa de Producción

Fuente: Encuestas aplicadas a población dedicada a la Agricultura, silvicultura, silvicultura y Pesca de la Parroquia de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis e interpretación

Considerando las posibilidades existentes al formar cualquier tipo de empresa dentro de la parroquia, el 98%, considera que sería de gran ayuda para la parroquia y para los propios productores establecer una cooperativa de producción, y a través de ello fabrica todo producto lácteo.

3.1.1. Resultados de la entrevista realizada a los principales puntos comerciales de la parroquia.

La entrevista se realizó a 10 puntos comerciales del centro de la Parroquia., sin embargo, hay que aclarar que la primera pregunta es abierta por lo que se ha procedido al respectivo conteo de marcas mencionadas por estos puntos de venta.

Pregunta	Opciones	Análisis e interpretación
1.- Cuáles principales marcas de quesos que ofrece a sus clientes?	Pregunta abierta	Entre las marcas más vendidas se encuentra la marca Ambayata, que se encuentran distribuido en 7 puntos de ventas de las parroquia, siendo uno de las marcas favoritas elegidas por el mercado Quisapínchense, seguido por las marcas de Felicita, Serranito y Paraíso, cada marca repartida en 3 puntos comerciales, siendo las marcas más importantes que prefieren los consumidores finalmente se encuentran las marcas de Cortijo, Artesanito, Pura Crema, Conquistador que son distribuidas para ofrecer en tan solo 1 punto comercial.
2.- ¿Cuál es el precio de venta promedio del queso?	<ol style="list-style-type: none"> 1. \$1 a \$2 2. \$2.1 a\$ 3. \$3.1 a 4 	El 75% de los dueños de cada punto comercial eligió que el precio al que venden quesos frescos oscila entre \$1 a \$2 promedio de venta es de 1, 70 ctvs. Y tan solo un 25% mencionan que el precio de venta al público es de \$2.1 a \$3, y aunque no es un porcentaje mayor, hay personas que estan dispuestos a pagar es precio. Sin embargo, se ha establecido entre los puntos de venta un precio promedio de venta al público de \$1,76 ctvs.
3.-Cantidad de queso que vende semanalmente?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 5-10 2. 11-16 3. 17-22 	El 70% de los puntos comerciales se identifican por vender una cantidad semanal de 17 a 22 quesos semanales, mientras que el 20% y 10% vende de 5 a 10 quesos y de 11 a 16 quesos respectivamente. El promedio de venda se encuentra en 17 quesos semanales y 68 quesos mensuales vendidos por punto de venta.
4.- Establezca la ganancia por unidad que usted recibe por la venta de quesos?	<ol style="list-style-type: none"> 1. 0.05 a 0.10 2. 0.11 a 0.15 3. 0.16 a 0.20 4. Más de 0.20 	La mayoría de los puntos de venta entrevistados, es decir en un 70% tiene ganancia de más de 20 ctvs. Por queso, y una ganancia de entre \$0.11 ctvs. Y \$0,15 ctvs. obtenido por el 30% de los dueños de dichos lugares. Lo que significa que no para oferta el producto establecido se debe plantear un precio de venta, al mayoreo y un precio directo para quienes desee comprarlos directamente en la procesadora.

Fuente: Entrevista realizada a los principales puntos comerciales de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.1.2. Resultados de la entrevista realizada al productor de derivados lácteos

Pregunta	Opción	Análisis y resultados
1.- ¿Cuántos litros de leche usted recibe diariamente?	Respuesta abierta	Se recolecta 600 litros diarios de leche.
2.- ¿Cuál es el precio que usted paga por litro de leche?	Respuesta abierta	El precio pagado es de \$0.32 ctvs. por litro de leche.
4.- ¿Cuáles son los mercados a los que usted ofrece sus productos	Respuesta abierta	La producción semanal de quesos es de 403 litros de quesos con un peso de 500 gramos.
5.- ¿Cuál es el precio establecido para la venta del queso?	Respuesta abierta	Al por mayor a un precio de \$ 1,50 ctvs. y directamente al consumidor el precio se encuentra en \$1. 80 ctvs.
6.- ¿Cuáles son las principales dificultades que se presentan en la recepción y recolección de materia prima para posterior producción de quesos?	Respuesta abierta	Las principales dificultades se encuentran en la recepción de leche ya que muchas de las veces la leche llega con un cierto nivel alto de acidez, Los proveedores no consideran la higiene al momento de ordeñar las vacas. Muchas de las veces la leche entregada posee mastitis.

Fuente: Entrevista realizada al producto de la Marca Ambayata

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.2. Verificación de la idea a defender

Para continuar con la realización del proyecto a través de las diferentes investigaciones posteriores se considera la aplicación completa de las encuestas tanto a 365 personas correspondiente a la Población Ocupada y a las 41 personas que se dedican a actividades de silvicultura, ganadería y pesca, a la misma vez que se completa la entrevista aplicada a 10 puntos comerciales y al principal productor de la marca Ambayata, dentro de la parroquia Quisapincha, estableciendo el análisis y la tabulación respectiva de los instrumentos, donde se han establecido preguntas que permiten verificar la idea a defender. Tal es el caso de la pregunta 14 de la encuesta dirigida a los posibles demandantes, y la pregunta 5 y 6 de la encuesta dirigida a las personas poseedoras de ganado vacuno que está produciendo leche, preguntas que tienen la finalidad de confirmar si es beneficio crear una cooperativa de producción dirigida al ámbito de producción y tratamiento de leche.

En consecuencia, la propuesta de invertir en un proyecto de producción y comercialización de quesos artesanales con un modelo de negocio cooperativista tiene una aceptación del **98%** entre las personas que consumirían de una empresa radicada en la parroquia y los principales agentes de producción de materia prima.

El proyecto como tal busca asociar a los diferentes agentes que de alguna manera se ve afectada por los acontecimientos sociales, políticos y económicos, por lo que también busca desarrollar un sistema de generación de empleo e impactar indirectamente en la economía de la parroquia, abriendo oportunidades de trabajo colaborativo con Gobiernos locales.

Además, que con la constitución de la una organización se busca establecer y asegurar el precio de la leche, y por su puesto ofrecer una producción basada en la Normas Técnicas Ecuatorianas en conjunto con las buenas prácticas para la producción de alimentos

3.3. Propuesta

3.3.1. Tema

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS ARTESANALES AUSPICIADA POR EL GAD PARROQUIAL RURAL DE QUISAPINCHA EN EL PERÍODO 2021.

3.4. Descripción de la propuesta

Este proyecto de inversión busca utilizar la leche producida en las comunidades de la Parroquia Quisapincha, perteneciente al Cantón Ambato de la provincia de Tungurahua con el fin de producir derivados lácteos como el queso artesanal y así darle un valor agregado a la producción lechera al mismo tiempo que pretende establecer seguridad en la retribución del pago a través de un precio justo y dignificar el esfuerzo de cada agente de producción relacionado con el proyecto. Además, pretende fortalecer la organización y la colaboración entre los diferentes miembros de las 18 comunidades de la parroquia.

Esta propuesta busca dar una base de inversión para el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Quisapincha y a la vez buscar el consumo propio de productos realizados en la parroquia, por su puesto a través de la elaboración de productos que gusten al consumidor, y tenga miras al crecimiento y la rentabilidad que además generen empleo.

3.5. Estudio de mercado

Con la realización de este estudio se busca llegar en primera lugar a la demanda real de quesos artesanales, así como la oferta que existe dentro de la parroquia, para encontrar la demanda insatisfecha, por lo tanto el estudio de mercado se realizará en torno a la preguntas planteadas en la encuesta, que pretenden responder a interrogantes como la cantidad de quesos que se puede vender, los principales compradores del producto, la principal competencias, y por supuesto establecer un factor muy importante como es el precio, la forma y medios por los que se pretende comercializar quesos artesanales.

3.5.1. Análisis de la demanda

3.5.1.1. Demanda actual

Se conoce como demanda actual al proceso de identificación de los productos o servicios que pueden ser consumidos, de manera que puedan satisfacer las necesidades del cliente. Por lo tanto, se identifica el mercado meta, de la presente investigación la cual señala la participación de 14.970 personas que corresponden al total de la población al año 2021, sin embargo, el proyecto está enfocado directamente a la población Ocupada de la parroquia Quisapincha, es decir a 7.419 personas.

Entonces se establece el siguiente procedimiento, para encontrar la demanda potencial, la demanda real, y la demanda efectiva, por lo tanto, se toma información de la pregunta 2, 3, 4, 5 10 y 13 que representan el porcentaje de preferencia hacia el consumo de quesos artesanales. La proyección de la demanda para los cinco años se estableció a través de la utilización de la tasa de crecimiento correspondiente a 1,29%, los resultados serán utilizados para encontrar la demanda actual, demanda potencia, demanda real y demanda efectiva.

3.5.1.2. Demanda Potencial o total

Dentro del estudio se pretende encontrar el mercado potencial del producto a ofrecer, por lo tanto, se determinará la demanda potencial del producto, tomando como referencia preguntas realizadas en las encuestas, que pretendían buscar la información precisa, como la frecuencia de consumo y la cantidad de queso, que los encuestados seleccionaron. Una vez establecido los parámetros señalados se utilizará el siguiente procedimiento, para establecer la proyección de la demanda.

Tabla 34-3: Demanda Potencial

Demanda potencial				
Años	Proyección PO	Porcentaje que consume queso (99%)	Consumo anual de quesos (promedio)	Demanda potencial
0	7419	7345	36	264413
1	7514	7439	36	267799
2	7611	7535	36	271256
3	7709	7632	36	274749
4	7711	7634	36	274820
5	7810	7732	36	278348

Fuente: Entrevista realizada al PO de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Para encontrar la demanda potencial se ha considerado a 7419 de la Población Ocupada, , por lo tanto, se ha tomado información de las preguntas 2 y 4, quedando el procedimiento de la siguiente manera:

$$7514 * 99\% = 7345$$

$$7432 * 36 = 267.799$$

Se ha determinado que existe una demanda potencial para el primer año de 267.799 quesos con un peso de 1 libra para el año 2022, por lo tanto, se aplica el mismo procedimiento para los siguientes años.

3.5.1.3. Demanda real

Para determinar la demanda real se ha considerado la pregunta N° 4 y 5, quedando de la siguiente manera:

Tabla 35-3: Demanda real

Demanda real				
Años	Proyección PO	Porcentaje que consume queso (55%)	Consumo anual de quesos (promedio)	Demanda potencial
0	7345	4045	24	97075
1	7439	4097	24	98318
2	7535	4149	24	99587
3	7632	4203	24	100869
4	7634	4204	24	100896
5	7732	4258	24	102191

Fuente: Pregunta 4 y 5 de la entrevista a la PO de Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Planteando el mismo procedimiento, se obtiene como resultado 98.318 quesos en el primer tal como se lo describe a continuación el siguiente procedimiento:

$$7514 * 55\% = 4097$$

$$4097 * 24 = 98.318$$

3.5.1.4. Demanda efectiva

La demanda efectiva se obtiene de utilizar datos como el total de la cantidad de personas que conforman la demanda real, por lo que se aplica el siguiente proceso:

$$4045 * 85 \% = 3438$$
$$3482 * 25 = \mathbf{86.089 \text{ para el año 1}}$$

Por lo tanto, la demanda real de quesos artesanales frescos, para el año 2022 es de una cantidad de 330.697 libras anuales.

Tabla 36-3: Demanda Efectiva

Demanda efectiva				
Años	Proyección PO	Porcentaje que consume queso (85%)	Consumo anual de quesos (promedio)	Demanda potencial
0	4045	3438	25	85000
1	4097	3482	25	86089
2	4149	3527	25	87200
3	4203	3572	25	88323
4	4204	3573	25	88346
5	4258	3619	25	89480

Fuente: Entrevista realizada a la PO de la Parroquia Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.5.2. Análisis de la Oferta

3.5.2.1. Oferta Actual

Dentro de la información recolectada de la entrevista realizada a los puntos comerciales de la Parroquia se detectó la presencia de diferentes marcas, tales como Serranito, Cortijo, Felicita, Artesanito, Paraíso, Conquistador entre otras marcas que son provenientes de lugares como Latacunga, Píllaro, etc. información adicional que se recolectó entorno a la entrevista aplicada. Sin embargo, en la presente investigación se tomará datos de la principal marca que es producida dentro de la parroquia por la facilidad de datos que han sido obtenidos de la entrevista realizada al productor de quesos, ya que a la vez la marca ofrecida por este es una de la preferidas dentro de la parroquia. Para el efecto del cálculo la pregunta N° 3 es la indicada, por lo que se procede a calcular la oferta actual, detallado en el siguiente recuadro:

Tabla 37-3: Producción de quesos Ambayata

PREGUNTA # 5 REALIZADA AL PRODUCTOR DE QUESOS EN LA PARROQUIA DE QUISAPINCHA					
Días de trabajo	Litros utilizados	Cantidad producida	Semanal	Mensual	Anual
Lunes a Viernes	100	31	155	620	7440
Sábados	200	62	62	248	2976
Domingos	600	186	186	744	8928
TOTAL	900	279	403	1612	19344

Fuente: Entrevista realizada al productor de la Marca Ambayata

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

De la realizada se menciona que durante 5 días de la semana se produce queso con 100 litros de leche, es decir una producción diaria de 31 quesos y una producción semanal y mensual de 403 y 1612 respectivamente, por otro lado, durante los sábados y domingos se produce 100 y 600 litros de leche, es decir 2976 y 8928 quesos anuales, es decir sé que se produce una cantidad anual total de 19344 quesos con un peso equivalente de una libra.

3.5.2.2. *Proyección de la Oferta*

Para el desarrollo del proceso se ha utilizado el índice de variación anual existente entre enero y agosto del 2020 y 2021 correspondiente a la elaboración de productos lácteos en plantas lecheras, es decir que se utilizará 4.5% para la proyección de la oferta ya que no existe ningún índice dentro de la parroquia que permita proyectar dicha actividad. Por lo tanto, es necesario establecer lo siguiente:

Oferta actual=	19344.00
Índice de producción láctea=	4.25%

Tabla 38-3: Proyección oferta actual

Año	Oferta actual	(1+i) ^n	Proyección Oferta
2021	19344		
2022	19344	1.04	20166
2023	19344	1.09	21023
2024	19344	1.13	21917
2025	19344	1.18	22848
2026	19344	1.23	23819

Fuente: Entrevista realizada al productor de la Marca Ambayata

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Utilizando la fórmula de proyección se establece que para el para el siguiente año la producción incrementará en a 20.166 libras de queso, y a 23.819 quesos.

Con los siguientes datos se procede a determinar la demanda insatisfecha.

3.5.3. *Demanda Insatisfecha*

Para establecer la demanda insatisfecha se toma los valores proyectados en la demanda efectiva y los valores proyectados de la oferta, colocándolos de manera que ambos valores se resten.

Tabla 39-3: Demanda Insatisfecha

Años	Proyección demanda	Proyección oferta	Demanda insatisfecha (1 libra)
2022	85000	20166	64834
2023	86089	21023	65066
2024	87200	21917	65283
2025	88323	22848	65475
2026	88346	23819	64527

Fuente: Entrevista realizada al productor de la Marca Ambayata

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Una vez realizado el respectivo procedimiento se obtiene una demanda insatisfecha de 64.834 libras de quesos, mientras que para el año 5 la demanda es de 64.527 libras.

3.5.3.1. *Capacidad de producción*

Para determinar la capacidad de producción de la organización se considera la pregunta 1 y 5 de la encuesta realizada a los productores de leche, que se convertirán en los principales proveedores de materia prima(leche), preguntas en donde se ha obtenido un promedio de 15 litros producidos todos los días, mientras que en la siguiente pregunta se obtiene una respuesta positiva de 40 personas, que le gustaría trabajar esta una organización. Para lo cual se establece en el siguiente cuadro la cantidad de leche recolectada de manera anual, mensual, semanal y diaria

De acuerdo con las investigaciones realizadas se plantea que se utilizada 100 litros para producir 31 quesos, de 500 gramos o una libra, por lo tanto, se procede a calcular la cantidad de quesos que se pueden producir con la cantidad de leche recolectada, a través de una regla de tres, dando como resultado la siguiente producción.

Tabla 40-3: Producción anual

Número de Productores	Frecuencia	Producción promedio de leche	Total Producción
40	Diaria	15	587
	Semanal		4111
	Mensual		16445
	Anual		197339

Fuente: Entrevista realizada al productor de la Marca Ambayata

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Se encuentra que la organización puede producir una cantidad 182 quesos diarios de una libra, y la producción de 61.175 quesos anuales, estas cantidades han sido consideradas con respecto a las especificaciones de producción de la maquinaria.

3.5.3.2. Porcentaje para cubrir de la demanda Insatisfecha

Siendo que la demanda insatisfecha en el primer año es de 64.834 libras de quesos y se plantea la capacidad de producción en 61.175 libras de queso, se establece a través de una regla de tres que se puede cubrir el 94% de la demanda, convirtiéndose en el porcentaje total a cubrir de la demanda insatisfecha efectiva, obtenido la demanda real que se va a cubrir.

Regla de tres

64834	100%
61175	94%

3.5.3.3. Demanda real

Tabla 41-3: Demanda Real

Años	Demanda Insatisfecha	Demanda real (94%)
2022	64834	60944
2023	65066	61162
2024	65283	61366
2025	65475	61546
2026	64527	60655

Fuente: Entrevista realizada al productor de la Marca Ambayata

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.5.4. Análisis de precios

Para determinar el precio del producto se considera la pregunta 11 de la encuesta realizada a la población ocupada de la parroquia, precio que se establece en un valor de \$1.75 ctvs. ya que fue la opción más elegida, de entre \$1.85 y \$ 2.00.

3.5.4.1. Proyección del precio

Para la proyección del precio del queso con un peso de 1 libra, se utiliza la inflación anual del país especificado en el INEC, el mismo que es de 1.07%. La proyección se la realizó para los primeros 5 años.

Tabla 42-3: Proyección de precios

PRECIO	TASA DE INFLACIÓN
Años	Proyección
2021	1.75
2022	1.75
2023	1.75
2024	1.76
2025	1.76
2026	1.76

Fuente: Entrevista realizada al productor de la Marca Ambayata

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.6. Identificación del Producto

Es una cooperativa de producción de quesos artesanales, que pretende buscar el consumo de los habitantes de la parroquia.

Dentro de la identificación del proyecto, se establece que el queso artesanal será del tipo de queso fresco que se encuentra inmerso en la subclasificación de queso denominado como no madurado, que se entiende de aquel producto lácteo que está listo para el consumo poco después de su fabricación.

➤ Componente nutricional

“Las proteínas del queso fresco tienen un alto valor biológico y conforman el 15 % de su composición, es una buena fuente de calcio, vitamina A, D y vitaminas del grupo B. También destaca su contenido en magnesio, fósforo y potasio” (Palancares, 2021)

➤ **Características físicas**

Peso: 1 libra o 500 gramos.

Forma: Redonda

➤ **Características químicas**

Según la (Norma técnica Ecuatoriana:1528, 2012) los quesos frescos no madurados deben cumplir con lo siguiente de acuerdo con el tipo de queso fresco:

Tipo o clase	Humedad % max NTE INEN 63	Contenido de grasa en extracto seco , % m/m Mínimo NTE INEN 64
Semiduro	55	-
Duro	40	-
Semiblando	65	-
Blando	80	-
Rico en grasa	-	60
Entero ó graso	-	45
Semidescremado o bajo en grasa	-	20
Descremado ó magro	-	0,1

Figura 2-3: Características de los quesos frescos no maduros según su tipo

Fuente: Características de los quesos frescos

Elaborado por: (Norma técnica Ecuatoriana:1528, 2012)

3.7. Marca

Para establecer la marca se ha elegido el nombre de “Queso artesanal Quisapincha” haciendo moción al lugar en los que serán fabricados y por entablar una relación directa con el consumidor oriundo de la Parroquia.

3.8. Slogan

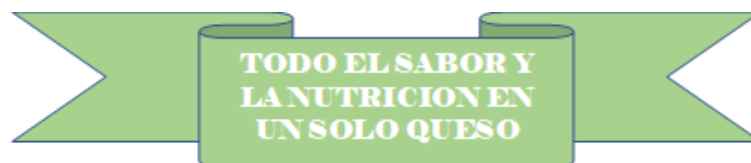


Figura 3-3: Slogan

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.9. Etiqueta

Para el rotulado de la etiqueta se aplicarán las normas y requisitos obligatorios en Norma INEN1334-1, en el cual debe constar tanto el nombre del alimento, lista de ingredientes, la identificación del fabricante, país, debe llevar la palabra lote, fecha de vencimiento.



Figura 4-3: Etiqueta

Fuente: Etiqueta

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)



Figura 5-3: Reverso etiqueta

Fuente: Reverso etiqueta

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.10. Empaquetado

El empaquetado será hecho al vacío, en una funda de 500 gramos.



Figura 6-3: Empaquetado

Fuente: Empaquetado

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.11. Publicidad

La pregunta N° 12 de la encuesta aplicada hace referencia a los medios de promoción a través de los cuales, les gustaría recibir la promoción de venta de “Quesos artesanales Quisapincha. Por lo que como parte de una estrategia se promocionará el producto, a través de Facebook, Instagram, WhatsApp, sin embargo, la principal fuente de información será Facebook. Cabe recalcar que se aplicará el medio promocional presencial, brindando una pequeña muestra del producto, para incentivar la compra y buscar que el producto llegue a todos los clientes.

A muy pocas personas les gusta recibir información por buscadores y publicidad escrita, por lo se descartará esas opciones, y reemplazarlas por la antes mencionada.

Estrategias

- Publicidad a base de promociones, los días de feriado.
- Descuentos de hasta el 5 % cuando la compra sea al por mayor.
- Establecer programas de incentivos, para aquellos clientes fieles

3.12. Distribución

Para establecer un canal de distribución del proyecto es necesario saber el concepto de esta, por lo tanto, un canal de distribución es “la estructura de unidades organizativas dentro de la empresa y los agentes y firmas comerciales externas, mayoristas y minoristas, a través de la cual una mercancía, un producto o servicio se comercializa” (Sarmiento, 2017, pág. 27)

En este caso se plantea una distribución de productos de la siguiente manera:



Figura 7-3: Formas de comercialización del proyecto

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Por supuesto hay que respetar la información recolectada, por lo que al realizar la distribución será realizada en tiendas y mercados de la parroquia, además hay recalcar que el 8% de las personas encuestas desean adquirir el producto a domicilio.

3.13. Plaza

El mercado o plaza de distribución de los quesos artesanales Quisapincha, de 1 libra o 500 gramos, se distribuirá al por mayor y menor, la venta de quesos se lo realizará directamente de la planta procesadora y se repartirá a los principales puntos comerciales de Quisapincha, y si el producto tiene acogida se buscará abrir nuevos nichos de mercado.

3.14. Estudio técnico

Con el siguiente estudio se pretende encontrar el proceso técnico-productivo del proyecto, se va a buscar establecer un equilibrio entre los equipos, mano de obra y finalmente definir el tamaño del proyecto y definir lo factores que se encuentran inmersos en el proceso productivo.

3.15. Tamaño del proyecto

Teniendo en consideración la proyección tanto de la oferta como de la demanda, el proyecto tendrá una duración de 5 años, para lo cual se ha considerado una recolección anual de 196.560 litros de leche.

Añadido a esto se el tamaño del proyecto también se determina por la capacidad de producción sea esta de forma diaria, semanal, mensual y anual. Es decir que se producirán 19.344 libras de queso de forma anual.

3.16. Localización

Para la realización del proyecto es necesario establecer un lugar apropiado para optimizar la unidad de producción y por supuesto minimizar los costos y obtener una máxima rentabilidad, para este procedimiento se ha tomado en consideración factores importantes como: la cercanía con la materia prima y materiales mínimos para la fabricación del producto, y la cercanía que el productor tiene con los consumidores y el mercado a distribuir.

3.16.1. Macro localización

El proyecto se ubicará en Ecuador, en la provincia de Tungurahua correspondiente a la zona 3 que tiene una superficie de 3.386,26 Km cuadrados y aunque sea una de la provincia más pequeñas, posee una densidad poblacional de 205,93 habitantes por Kilómetro cuadrado, además que se caracteriza por poseer una PEA población económicamente activa de 86424 personas que viven de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, según El Gobierno Provincial de Tungurahua en su agenda de Tungurahua 2019-2021 (2019).

En la misma agenda se menciona que se pretende promover grupo de interés para realzar el trabajo y el emprendimiento de los distintos sectores, con la finalidad de promover el desarrollo económico y productivo a partir de la participación y la inclusión social, por lo que el territorio y el Gobierno de Tungurahua responde a promover el desarrollo de la provincia, a través de proyectos como se está desarrollando en el presente estudio.



Figura 8-3: Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.16.2. Micro localización

El proyecto tiene la finalidad de impulsar un desarrollo económico de los productores e introducir un nuevo producto al mercado, por lo tanto, se ubicará en el cantón Ambato específicamente en la parroquia de Quisapincha, el cual tiene como objetivo principal:

“Promover el desarrollo local de la jurisdicción parroquial, alineada al Plan Nacional del Buen vivir”.

Expuesto el objetivo general de la parroquia, responde a apoyar a proyectos que busquen incentivar proyectos de índole productivo a través del fomento y fortalecimiento de la participación de las comunidades a fin de propiciar una mejor calidad de vida.

La ubicación específica del proyecto específicamente a 4 cuadras del mercado Municipal de Quisapincha.

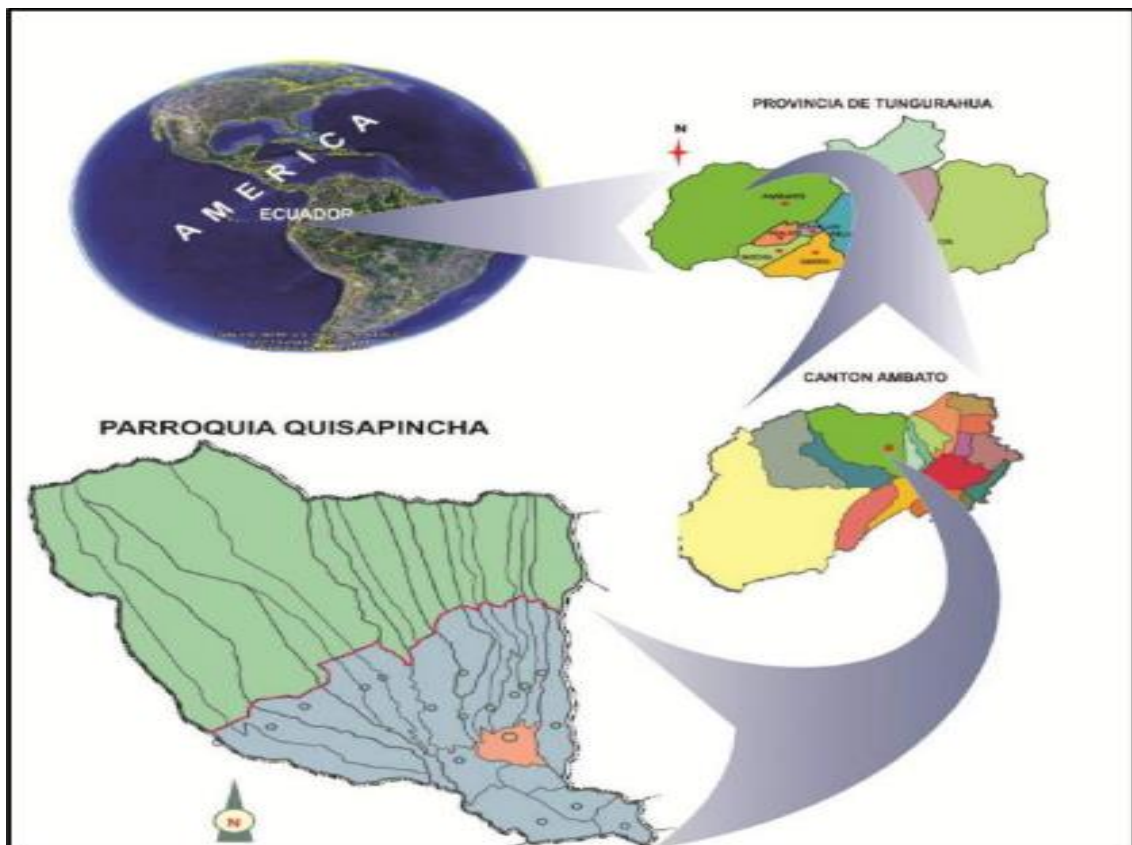


Figura 9-3: Quisapincha

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)



Figura 10-3: Foto localización del proyecto

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Para el buen funcionamiento del proyecto es indispensable establecer los principales factores que permitirán facilitar el funcionamiento equilibrado de la cooperativa de producción láctea.

3.17. Principales factores que determinan el funcionamiento del proyecto

➤ Medios de transporte

Quisapincha es una parroquia que se encuentra en vías de desarrollo y el gobierno local se encuentra muy activo en proyectos de mejoramiento vial, se puede decir que las principales vías de llegada al destino de la cooperativa se encuentran en perfectas condiciones, ya que la adquisición de los principales insumos será realizada por vía terrestre.

➤ Mano de obra

Establecer una relación directa con el mercado, amerita fabricar productos a base de los principales factores como se había definido en el capítulo II de la presente investigación, para el efecto se procurará elegir a los mejores candidatos para la elaboración del queso, a través de un mecanismo de selección de personal, con la finalidad de descubrir las habilidades y capacidades del candidato. Sin embargo, ya se tiene previsto la contratación de dos maestros artesanos de la Parroquia.

➤ **Condiciones climatológicas**

La fabricación de quesos artesanales Quisapincha debe seguir ciertas condiciones establecidas en los requerimientos para la fabricación de quesos frescos, por lo que las condiciones que climatologías no afectan a la producción del queso.

➤ **Grado de concentración industrial**

Dentro de la parroquia no existe gran concentración de industrias, a más de la industria textil grande que se encarga de fabricar artículos de cuero, como zapatos, chompas, etc. y un pequeño lugar para producción de quesos sin embargo se encuentran lejos de la propuesta de ubicación del proyecto.

➤ **Ambiente laboral**

principios de colaboración, respeto, cordialidad, proactividad.

➤ **Ambiente social**

Siendo que el proyecto trabajará con una modalidad cooperativista, el proyecto tendrá un compromiso social y ambiental con la Parroquia para lo cual, se propondrá trabajar en conjunto con el Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Quisapincha.

3.18. Ingeniería del proyecto y obras complementarias

➤ **Proceso de producción**

Todo proyecto de producción se relación directamente con la transformación de materia prima o insumos, que requiere de un flujo de actividades, donde se diferencian etapas que buscan fijar el resultado a través de un producto elaborado.

➤ **Norma técnica de quesos**

De acuerdo con la Norma INEN 1528, los quesos artesanales siendo que se van a distribuir de manera inmediata y por tanto serán se convierte en quesos frescos no madurados, deber cumplir con los siguientes requisitos microbiológicos.

Requisito	n	m	M	c	Método de ensayo
Enterobacteriaceas, UFC/g	5	2×10^2	10^3	1	NTE INEN 1529-13
Escherichia coli, UFC/g	5	<10	10	1	AOAC 991.14
Staphylococcus aureus UFC/g	5	10	10^2	1	NTE INEN 1529-14
<i>Listeria monocytogenes</i> /25 g	5	ausencia	-		ISO 11290-1
Salmonella en 25g	5	AUSENCIA	-	0	NTE INEN 1529-15

Figura 11-3: Requisitos para fabricación de quesos bajo la Norma INEN 1528

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

En cuanto al envasado y embalado de quesos frescos, estos irán herméticamente cerrados y serán despachados en recipientes desinfectados y totalmente limpios, con la finalidad asegurar la adecuada conservación y calidad del queso a esto se suma el correcto embalaje, tratando de que este sea realizado en perfectas condiciones de manera que el envase este hecho de un material que permita asegurar el producto y que al estar en contacto no irrumpa en las características químicas del producto.

El adecuado mantenimiento de los quesos es establecido por la misma norma, por esa razón el producto después de terminar todo su proceso se mantendrá en una temperatura de entre 2° y 4° C, procurando mantener esta temperatura hasta su llegada al consumidor.

Para la fabricación del producto se elaborará bajo el Reglamento de Buenas Prácticas para alimentos procesados, es decir que a través de la elaboración de este queso no solo se busca brindar un producto de calidad, sino que además busca cumplir con los reglamentos de Registro y Control Sanitario, ya que estos reglamentos mencionados estarán inmersos en la etapa de producción, distribución y comercialización del producto.

3.18.1. Flujograma del proceso de producción



Figura 12-3: Flujograma de procesos

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.18.2. Descripción del proceso de producción

- Calentado de la leche hasta los 75^a C.
- Enfriar la leche hasta los 45^a C, después de haber traspasado la leche a la tina.
- Añadir el cloruro de calcio y cuajo, para posteriormente dejar reposar un tiempo de 30 minutos.
- Realizar cortes de forma moderada, procurando que el corte tome forma de haba, luego se deja reposar durante 10 minutos, para que la proteína y el suero se separen.
- Retirar el 25% del suero y luego colocar agua con sal, para endurar a la cuajada y para

eliminar la lactosa.

- Realizar batido de cuajada, o la finalidad de que no exista ninguna pérdida de cuajo. Debe tener una temperatura de entre 38 y 39 ° C.
- Proceso de moldeado y mallado, una vez pasado a la mesa y dos vueltas.
- Prensado de dos horas, con dos volteos, para disminuir el suero
- Proceso de conservación en la colocación de aguasal
- Proceso de destilación
- Empacado
- Almacenamiento de 2 a 4 ° C, para posterior despacho.

3.18.3. Tecnología óptima a utilizar

En esta fase de la investigación busca seleccionar a la mejor alternativa de producción, con la finalidad de combinar, los diferentes componentes que forman parte de proyecto, es importante también establecer criterios de la relación entre la inversión de maquinaria y la utilización del recurso humano.

Selección de maquinaria

Tina de recepción de leche



Figura 13-3: Tina de recepción

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Especificaciones técnicas

Elaborada en acero inoxidable AISI-304, de sección rectangular, válvula salida producto en 1.5 pulgadas sanitaria, incluye dos tapas abatibles.

Tina de pasteurización y cuajado.



Figura 14-3: Tina de pasteurización y cuajado

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Especificaciones técnicas

Doble camisa para vapor autogenerado, elaborada íntegramente en acero inox. AISI 304-430 alimenticio, fondo inclinado 3% hacia la llave de salida, fondo exterior en acero negro y falda para alojamiento quemador a gas, todas las sueldas son en tig y los acabados son totalmente sanitarios, contiene: válvula salida de producto inoxidable sanitaria de media vuelta de 1.5 pulg, termómetro de pared, válvula de seguridad calibrada a 15 Psi, llave de drenaje cromada de media vuelta con bola inox, de $\frac{3}{4}$ " pulg.

Mesa de moldeo y desuerado

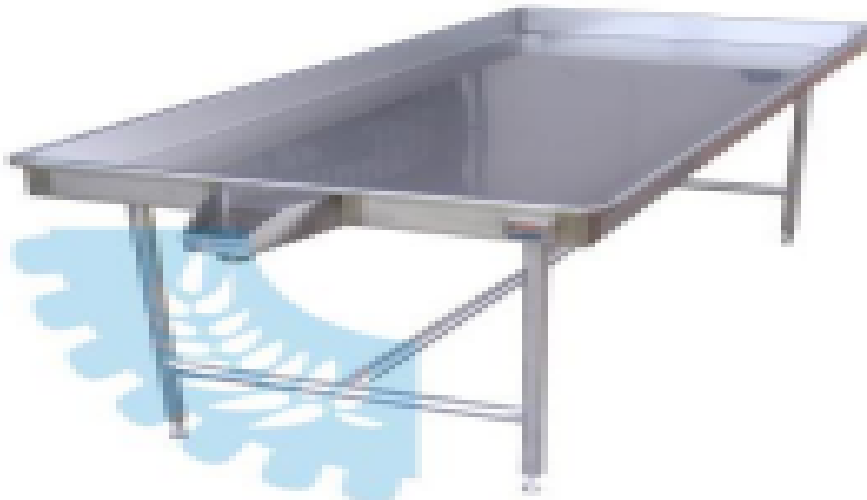


Figura 15-3: Mesa de Moldeo y desuerado

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Especificaciones técnicas

Capacidad de 300 quesos de 500 gramos, elaborada en acero inoxidable AISI-304, montada en una estructura de acero inoxidable AISI 430, la mesa incluye pico para desalojo del suero, regatones de teflón para nivelar al piso, todas las sueldas son en tig y los acabados son totalmente sanitarios. Dimensiones aproximadas 3.00 * 1.50 * 0.90 h.

Prensa mecánica de tornillo y presión de gravedad



Figura 16-3: Prensa mecánica de tornillo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Especificaciones técnicas

Definido para 400 quesos de 500 gramos, brazos horizontales regulables por medio de un tornillo sin fin para diferentes alturas dependiendo de la cantidad de quesos a prensar, elaborada en acero inoxidable AISI 304, contiene una bandeja recolectora de suero, incluye ducto de desalojo de suero, regatones regulables al piso en teflón. Todas las sueldas son en tig y los acabados son totalmente sanitarios.

Tina salmuera



Figura 17-3: Tina salmuera

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Especificaciones técnicas

Capacidad para un volumen de 250 litros, elaborada en acero inoxidable AISI 304-430, de sección rectangular, válvula salida producto sanitaria en 1.5 pulg. incluye tapa abatible, patas de soporte con niveladores al piso. Dimensiones aproximadas 1.00 * 0.80 * 0.40 h

Empacadora al vacío



Figura 18-3: Empacadora al vacío

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Especificaciones técnicas

Posee una potencia de 100 W, con una sola barra de sellado, tiene una longitud de sellado de 420 mm y un ancho de sellado de 80 mm, posee un peso neto de 60 kg y es ideal para producir en volúmenes bajos.

3.18.4. Infraestructura de servicios

Características del terreno

El lugar donde se implantará el proyecto posee un metraje de 582. 13 metros cuadrados, avaluado en \$ 3.852,13 dólares.

Localización del terreno

A continuación, se presenta una matriz, de los principales servicios que requerirá la planta productora, de acuerdo con los principales establecimientos que se encuentran alrededor de la parroquia.

Diseño de la infraestructura

Los principales servicios para la puesta en marcha son la energía, agua, vivienda y finalmente verificar el acceso de materia prima por la accesibilidad y facilidad que existe en para el ingreso y distribución del producto final. El área de micro localización establecida posee un acceso directo para la instalación de energía eléctrica, agua, luz, alcantarillado, teléfono, combustible y se encuentra en la vía principal para llegar al centro de la Parroquia.

Enfoque cuantitativo

Basado en el estudio técnico cuantitativo y avaluó de construcciones similares del presente proyecto se establece un costo estimado de \$ 40.358,55 en un área de 582.13 metros cuadrados.

Diseño de infraestructura

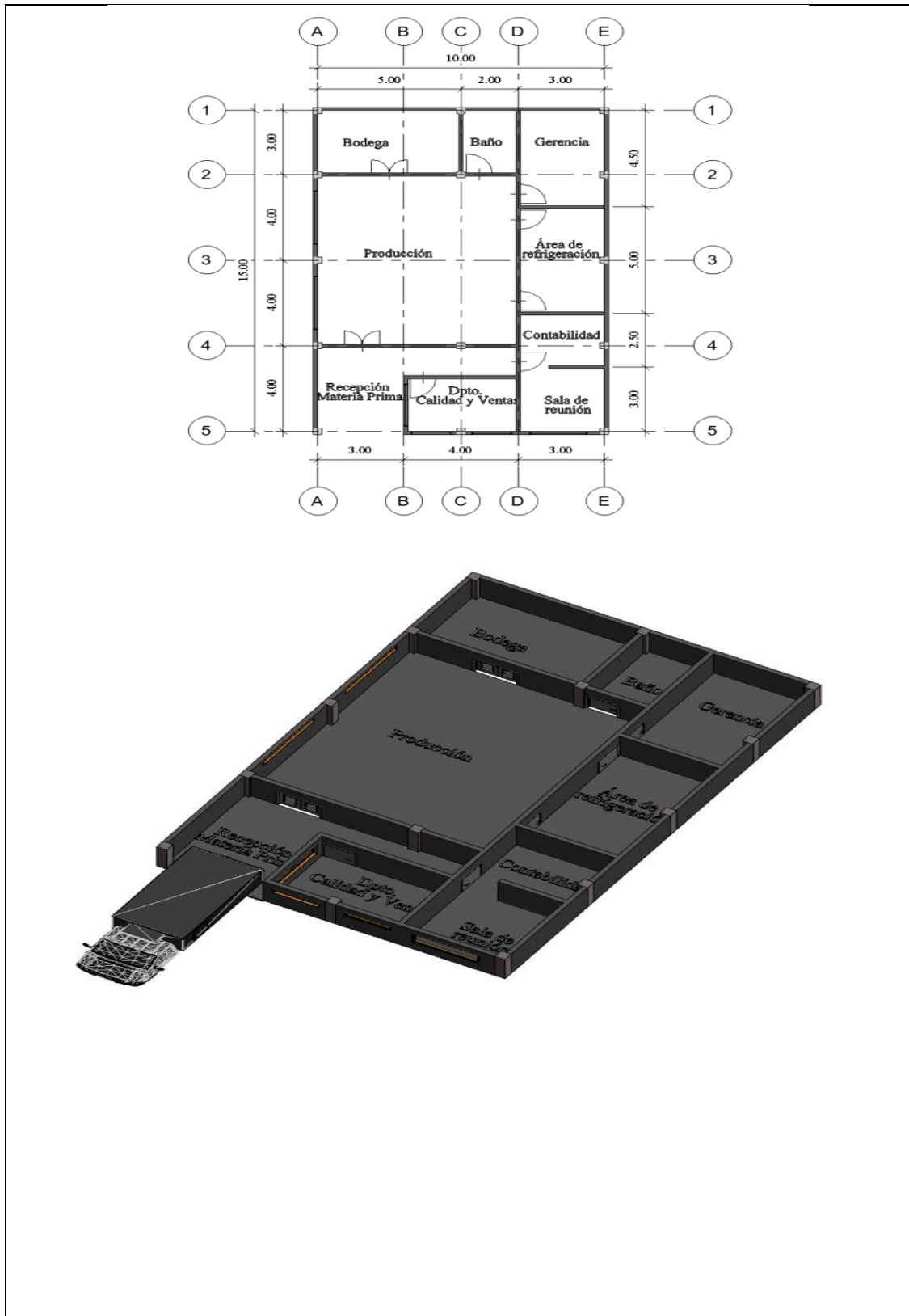


Figura 19-3: Distribución de la planta procesadora de quesos

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.19. Estudio Administrativo

3.20. Aspecto Legal

3.20.1. Tipo de empresa

La empresa por constituir está inmersa en la Ley de Economía Popular y Solidaria donde se menciona que una cooperativa de producción es “aquella en la que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales, textiles.

3.20.2. Nombre o Razón Social

La Cooperativa de producción “Quesos artesanales Quisapincha” será la denominación que tomará la institución, con la finalidad de establecer alianzas colectivas que permitan establecer un manejo en común a través de la producción de quesos frescos hechos de manera artesanal.

3.20.3. Ubicación del domicilio de la Cooperativa

Región: Sierra

Cantón: Ambato

Parroquia: Tungurahua

Barrio: La Florida

3.20.4. Objeto la Cooperativa

La cooperativa de producción se creará con el fin de satisfacer y servir a todos los clientes y consumidores a través de la oferta de alimentos derivados de la leche, con un alto poder nutricional y elaborados de manera artesanal, que se preocupa de contribuir al desarrollo económico local mediante la inclusión del sector lechero, procurando desarrollar un crecimiento económico y empresarial.

3.20.5. Requisitos para la constitución de la Cooperativa de Producción

Según el Reglamento de la ley orgánica de economía popular solidaria menciona que los requisitos para constituir una cooperativa se establecen de la siguiente manera:

Art. 6.- Requisitos asociaciones EPS. -

1. Solicitud de constitución;
2. Reserva de denominación;
- 3.-Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Economía Popular y Solidaria.

3.20.6. Requerimientos legales para el funcionamiento

RUC

Este requisito será realizado en el Servicio de Rentas Internas, por el representante legal de la Cooperativa de producción, adjuntando la cedula de identidad, certificado de votación, calificación artesanal y documento para que el SRI registre el domicilio del contribuyente. Este documento servirá como requisito y habilitante para los demás requisitos para el funcionamiento de la Cooperativa ya que identifica y sirve como requisito para que la persona natural o jurídica pueda ejercer una actividad económica con la capacidad de tributar.

Permiso de Bomberos

Este documento es un requisito que todo local debe poseer como parte de su autorización para funcionar, razón por la cual el presidente provisional se encargará de presentar la respectiva documentación tales como el pago de predio actualizado, copia de RUC, informe de Inspección

Patente municipal

Para la realización del presente proyecto de inversión, se toma en consideración la ubicación en la que se va a establecer la Cooperativa, por lo que el presente documento debe realizarse en el GAD Municipalidad de la Ambato, presentando el formulario y copia de declaración de realización de actividad económica, copia de cédula, papeleta de votación, copia de nombramiento del representante legal, escritura de constitución y estatutos correspondientes.

Registro Sanitario

Este documento permitirá a la Cooperativa establecerse como entidad regulada y sujeta a un procedimiento riguroso de control y vigilancia sanitaria, este documento será emitida por el ARCSA, previo a la presentación de la cédula del representante legal de la Cooperativa.

3.21. Aspecto Organizacional

3.21.1. Empresa

Cooperativa de producción “Quesos artesanales de Quisapincha” es una institución comprometida con los productores de leche de la Parroquia, por lo que se especializará en la producción y comercialización de quesos hechos de manera artesanal, es decir que se procurará vincular a los sectores primarios de la cadena lechera, por lo tanto, se buscará fomentar el crecimiento de la rentabilidad y el desarrollo económico, social y local, a través de los principios de cooperativismo. Según la constitución de la Cooperativa permite que las Cooperativas se formen con un mínimo de 20 socios, para lo cual se considera la respuesta dada por los agricultores en la entrevista realizada a los mismos.

3.21.2. Misión

Brindar productos alimenticios lácteos con un alto poder nutritivo que satisfaga a nuestros clientes a través de la producción de quesos hechos de manera artesanal, involucrando al sector lechero y buscando fomentar el crecimiento y desarrollo económico de los principales proveedores de materia prima.

3.21.3. Visión

Ser una Cooperativa de Producción líder en el mercado que fomente el empleo y promueva la innovación en productos lácteos a través de la capacitación de los socios de la Cooperativa desarrollando un manejo adecuado de los recursos que busquen una retribución equitativa y justa para todos los colaboradores.

3.21.4. Objetivos de la Cooperativa

3.21.4.1. Objetivo general

Comercializar productos lácteos de calidad que aporten a buena alimentación y al desarrollo económico rural a través de un modelo de negocio solidario y sostenible que permita desarrollar una cadena de valor entre productor y consumidor.

3.21.4.2. Objetivos específicos

Generar valor a los socios, proveedores de la Parroquia Quisapincha mediante un trabajo colaborativo y comprometido para establecer un comercio justo.

Capacitar a cada socio y proveedor a través de programas de preparación productiva y manejo empresarial para establecer procesos organizativos y productivos con valor agregado.

Trabajar en conjunto con el GAD Parroquial Rural de Quisapincha, generando ideas innovadoras aplicables al proceso productivo y talento humano con la finalidad de generar empleo.

3.21.5. Políticas

La Cooperativa de producción “Quesos artesanales de Quisapincha” basándose en el principio de comercio justo, se comprará materia prima de calidad, que beneficie tanto al proveedor como al acreedor, sin perjudicar el precio justo de mercado.

Respetando el principio de los intereses colectivos sobre los individuales, se brindará un servicio de entrega y comercialización eficaz y efectiva a todos nuestros clientes, mediante la oferta de productos fabricados bajo normas de calidad INEN.

La Cooperativa de producción “Quesos artesanales de Quisapincha” trabajará bajo normativa ética para fomentar confianza y seguridad a los socios proveedores de la Institución.

Basándose en el principio de responsabilidad social, la Cooperativa de producción “Quesos artesanales de Quisapincha”, establecerá programas de participación y capacitación que permitan encontrar nuevas ideas para el sector agrícola, industrial y medioambiental, destinando un cierto porcentaje del excedente.

La distribución equitativa y solidaria de los excedentes es un principio fundamental para la participación de los miembros que conforman la institución, por lo tanto, se informará de forma clara, oportuna y transparente, de todos los movimientos económicos de la cooperativa.

La Cooperativa de producción “Quesos artesanales de Quisapincha” buscará en todo momento ser transparente, bajo la presentación de estados financieros y la rendición de cuentas a la fecha establecida en la Normativa.

3.21.6. Valores corporativos

La Cooperativa de producción “Quesos artesanales de Quisapincha”, se basará en los siguientes valores cooperativos, a fin de establecer una cultura organizacional de valores que conduzca y beneficie a los miembros de la Cooperativa.

✓ Transparencia

Este valor se reflejará en la rapidez y claridad con la que se entrega la información financiera y económica de todos los socios-proveedores de la Cooperativa, así como de los posibles cambios que se pueden generar en beneficio de la organización.

✓ Responsabilidad

Fomentar este valor será sumamente importante tanto para los proveedores, productores y representantes legales de la Cooperativa, ya que permitirá que la Cooperativa se desenvuelva conforme al cumplimiento de las ventas y comercialización del producto mediante la responsabilidad de un equipo de trabajo.

✓ Diligencia

De acuerdo con la poca sonoridad de las Cooperativas de Producción dentro de la parroquia y a nivel nacional, se necesitará de este valor para generar un impacto positivo y establecer un ámbito viable para generar confianza de organizaciones e instituciones de esta índole.

✓ Puntualidad

Este valor permitirá que los involucrados en el manejo de la organización pueda desarrollar actitudes de diligencia para procurar proactividad en cada actividad de la empresa.

✓ Constancia

A partir de este valor se podrá mejorar las estrategias que posiblemente se puedan aplicar para la permanencia de la Cooperativa a través de la producción y comercialización.

✓ **Lealtad**

En concordancia con este valor se puede probar la capacidad de entablar una relación de entre compañeros y hacia con la misma organización.

3.21.7. Reglamento interno de la Cooperativa

Cooperativa de producción “Quesos artesanales de Quisapincha” establece reglamentos internos de regulación, se establecerá normas claras a los colaboradores, conjunto de delimitaciones que permita a la Cooperativa ser específica e imparcial en cada actividad que se realice.

Disposiciones generales

Para el cumplimiento de las actividades involucradas con la cooperativa, tanto el empleador como el empleado se encargarán de dar cumplimiento a todas las disposiciones del reglamento interno tal como lo indica en el numeral 12, artículo 42, 44 y 45 del Código de Trabajo.

De las Obligaciones del empleador

Para la contratación del personal se establecerán un contrato individual de acuerdo como se presenta en el artículo 8 del Código de Trabajo, este documento será presentado de forma escrita indicando un sueldo fijo mensual y un tiempo indefinido.

El empleador dará cumplimiento al artículo 44 del Código de Trabajo, donde se describe las obligaciones y prohibiciones del empleador.

Obligaciones de los trabajadores

La jornada completa de trabajo será cumplida en una totalidad de 8 horas diarias tal como se indica en el Código de trabajo, comprendidos desde el lunes hasta el viernes, para lo cual se establece un horario de ingreso de 8:00 horas a 12:00 horas, mientras que la jornada vespertina comprenderá un horario establecido desde la 14:00 horas hasta las 17:00 horas.

- El cuidado y protección de los instrumentos y equipos tecnológicos serán de exclusiva responsabilidad de los trabajadores a cargo, ya que, en caso de existir algún daño irreparable, estará en obligación de restituir dichos útiles y equipos de trabajo, independientemente del deterioro que puede estar expuesto dichos aparatos e instrumentos.

- Todos los trabajadores estarán en la obligación de cumplir con todas las normas de higiene y presentación mismas que serán aplicadas en todas las actividades del flujo productivo.
- Todo trabajador estará en la obligación de justificar de forma clara o anticipada su ausencia en casos de situaciones justas o mayores.
- Todos los colaboradores estarán en la obligación de llevar una conducta adecuada que se base en los valores y principios corporativos de la Institución.
- Los procesos de producción, tratamientos e información relevante, así como los documentos que rigen la Cooperativa será de total confidencialidad y será de conocimiento único de los trabajadores de la organización.
- Todo trabajador tendrá la responsabilidad y compromiso de velar por la seguridad de la cooperativa y está en la obligación de dar aviso oportuno, de algún posible daño que pueda suscitarse o irrumpa el proceso productivo de los productos.

Del Cumplimiento con la producción

- Cada recolector de materia prima estará en la obligación de realizar el respectivo procedimiento de revisión higiénica.
- Los responsables de ventas estarán en la obligación de cumplir con las metas dadas de ventas, conforme a la cantidad demandada y deberán llevar un registro de las unidades vendidas, de la misma manera ofrecerán un servicio satisfactorio al cliente, con la finalidad de fidelizarlos.
- Todos los colaboradores responsables de producción estarán en el compromiso cumplir con la producción establecida, tratando de ser cada vez más eficaces y eficientes en el proceso productivo.

3.21.8. Organigrama estructural

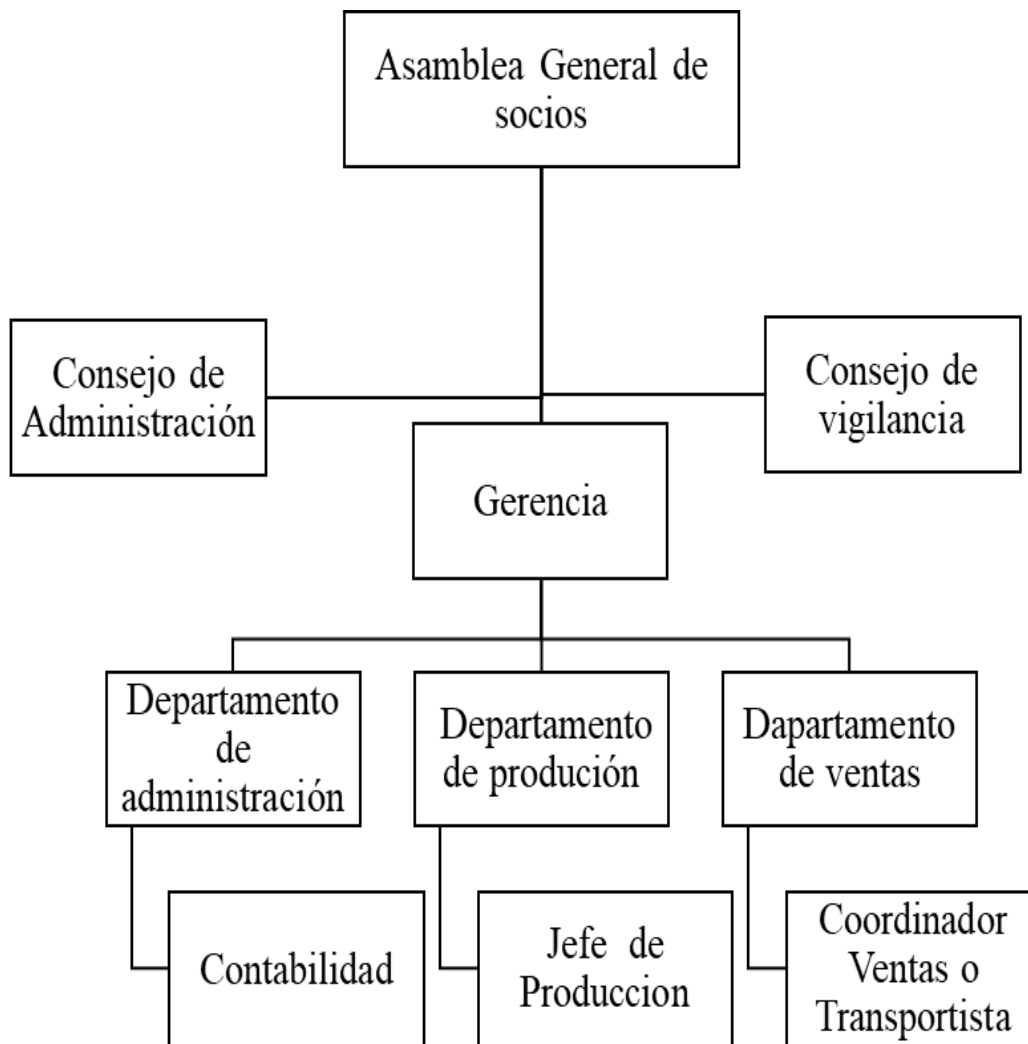


Figura 20-3: Organigrama Estructural

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.21.9. Organigrama Funcional

Asamblea General de socios

Funciones

- ✓ Es la encargada de direccionar y orientar a la Cooperativa a través de la toma de decisiones para el beneficio y crecimiento de esta ya que busca establecer políticas que permitan alcanzar los objetivos de la Cooperativa.
- ✓ A partir de la información oportuna y clara de la situación de la organización la asamblea

puede reformar o aprobar estatutos que rigen la misma.

- ✓ Como asamblea general de socios, tienen la potestad de poder elegir a los miembros del consejo administrativo y el consejo de vigilancia. Este órgano estará en la potestad e de convocar una asamblea general si así lo ameritan.

Consejo de Administración

Funciones

- ✓ Este órgano se encargará de fijar la políticas y planes de acción. tambien estará en la capacidad con libre voluntad de nombrar al gerente de la Cooperativa, se encargará de aprobar los estados financieros y convocar a reuniones, si es que es el caso.

Consejo de vigilancia

Funciones

- ✓ Verificar el cumplimiento de legal de las decisiones y actos de la asamblea general ya que, en caso de encontrar alguna anomalía, se encargará de pedir la aplicación de las respectivas sanciones.

Gerencia

Funciones

- ✓ Se encargará de ejercer liderazgo y dirigir al personal y colaboradores de la Cooperativa, representando legalmente a la empresa, con la finalidad de presentar una información transparente, además que se encargará de presentar los estados financieros y procurará trabajar en equipo para elaborar planes y programas que permitan el desarrollo de la organización.

Contador

Funciones

- ✓ Es la persona encargada de elaborar los estados financieros de la Cooperativa, cumplir con la normativa tributaria y legal que le compete a la organización. registrar cada movimiento económico que se realiza en torno al desenvolvimiento de la cooperativa, presentar un informe sobre los resultados y las posibles soluciones y estrategias que se pueden adoptar, en caso de ser necesario finalmente se encarga de llevar un registro y almacenamiento de la documentación tributaria.

Jefe de producción

Funciones

- ✓ Encargado de verificar la calidad del proceso de producción y procurará establecer técnicas y estrategias de manejo de recursos y optimización del proceso de producción.

Operario 1

Funciones

- ✓ Se encargará de facilitar el proceso de pasteurización y se encargará de verificar que cada proceso sea realizado con el mayor cuidado posible, hasta que el producto sea entregado al consumidor final.

Transportista

Funciones

- ✓ Encargado de realizar las entregas en cada punto comercial de la parroquia cumplirá la función de recolectar materia prima, y desembarcar bidones a la vez que se encargará de hacer llegar el producto al consumidor final.

3.22. Estudio económico financiero

En esta parte se busca encontrar los recursos económicos totales que el proyecto requiere para iniciar sus actividades productivas, por lo tanto, se plantea como objetivo principal buscar los ingresos y costos, para finalmente determinar el flujo de inversión que el empresario o interesado en la aplicación del proyecto necesita, ya que al finalizar el estudio se tendrá claro el monto real que se debe destinar a la adquisición de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Una vez establecida la diferencia entre costos, gastos, activos fijos, diferidos y capital de trabajo, se procederá a conformar un estado de resultados y los flujos de caja del negocio, datos que finalmente servirán para realizar una evaluación financiera a través de razones financieras y métodos de análisis como punto de equilibrio, relación costo beneficio, VAN y TIR.

3.23. Inversiones

3.23.1. Inversión Fija

Siendo que la inversión corresponde a todo el monto necesario para la construcción de la cooperativa y en sí la planta de procesadora de quesos, en este cálculo también se tomará en consideración aquellos servicios auxiliares y el monto total del terreno.

Construcción

Tabla 43-3: Construcción

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Obra civil	1	\$ 40,358.55	\$ 40,358.55
Total	1	\$ 40,358.55	\$ 40,358.55

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Terreno

El terreno posee un área de terreno de 585.33 metros cuadrados, lo mismo que poseen un valor de \$3980.18 que consta en el avalúo catastral rústico del Cantón Ambato. La adquisición del terreno se lo realizará inversión de capital propio.

Tabla 44-3: Terreno

Detalle	Cantidad	Valor Unitario/ metros cuadrados	Valor total
Terreno	585 .33 metros cuadrados	\$ 6.58	\$ 3,852.18
Total	585 .33 metros cuadrados	\$ 6.58	\$ 3,852.18

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Inversión de maquinarias y equipos

Son todos los equipos que se destinan para la producción de quesos, los cuales son descritos a continuación:

Tabla 45-3: Maquinaria y equipos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Tina de recepción y filtrado de leche	1	\$ 665.00	\$ 665.00
Tina de pasteurización y cuajado	1	\$ 3,660.00	\$ 3,660.00
Mesa de moldeo y desuerado	1	\$ 1,350.00	\$ 1,350.00
Prensa mecánica	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Tina salmuera	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Empacadora al vacío	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Total	5	\$ 9,075.00	\$ 9,075.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Herramientas

Estas serán utilizadas en las etapas de producción de quesos artesanales, como complemento de las actividades y procedimiento a realizar.

Tabla 46-3: Herramientas

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Lira	1	\$ 95.00	\$ 95.00
Agitador	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Pala	1	\$ 85.00	\$ 85.00
Bidones (100) litros	6	\$ 45.00	\$ 270.00
Cubetas plásticas	3	\$ 5.00	\$ 15.00
Moldes	300	\$ 5.00	\$ 1,500.00
Cubetas para Transportar quesos	10	\$ 8.00	\$ 80.00
Cuchillos	3	\$ 1.00	\$ 3.00
Total	312	\$ 295.00	\$ 2,108.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Inversión para recepción de leche

Este equipo de se utilizará para el área de recepción de materia prima, para establecer procedimientos de higiene y medición de leche, para disminuir la probabilidad de pérdidas en materia prima.

Tabla 47-3: Herramientas de para recepción de leche

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Papel filo	1	\$ 56.66	\$ 56.66
Pipeta graduada (10 ML)	1	\$ 7,84	\$ 7,84
Vaso precipitado	1	\$ 2,80	\$ 2,80
Termómetro	1	\$ 11.00	\$ 11.00
Estantería 4 pisos metal	1	\$ 285.00	\$ 285.00
Total	5	\$ 312.30	\$ 312.30

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Muebles y Enseres

Estos activos serán destinados para las tres áreas administrativas de la Cooperativa, así como Contabilidad, Ventas y Gerencia, de la “Cooperativa de Producción Quesos artesanales de Quisapincha”

Tabla 48-3: Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Silla ejecutiva giratoria	3	\$ 65.00	\$ 195.00
Mesa ejecutiva. Tipo L	3	\$ 150.00	\$ 450.00
Estante (Archivador)	3	\$ 45.00	\$ 135.00
Sillas de reuniones (plásticas)	10	\$ 8.00	\$ 80.00
Total	19	\$ 260.00	\$ 860.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Equipos de cómputo

Estos equipos serán utilizados por las áreas administrativas y de operación si es necesario lo cuales serán compartidos.

Tabla 49-3: Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Impresora (multifunción hp)	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Laptop hp	1	\$ 489.00	\$ 489.00
Total	2	\$ 689.00	\$ 689.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Equipo de transporte

Este activo serpa utilizado para hacer llegar materia prima a la cooperativa, también servirá como transporte para hacer repartir el producto final, a su destino.

Tabla 50-3: Equipo de transporte

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Camioneta (chevrolet modelo luv 2002)	1	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00
Total	1	\$ 9,500.00	\$ 9,500.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.23.2. Inversión total de activos fijos

Tabla 51-3: Inversión total de activos fijos

Inversión fija	
Detalle	Valor total
Infraestructura	\$ 40,358.55
Terreno	\$ 3,852.18
Maquinarias y Equipos	\$ 9,387.30
Herramientas	\$ 2,108.00
Muebles y Enseres	\$ 860.00
Equipos de Cómputo	\$ 689.00
Equipo de transporte	\$ 9,500.00
Total	\$ 66,755.03

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.24. Inversiones diferidas

Este tipo de activos en la Cooperativa servirán para procurar el funcionamiento, la adquisición de servicios que permitan dar iniciación a las actividades de producción estas pueden ser inversiones jurídicas y asesorías a las que se acudirán para trámites permitentes sobre la adquisición y pertenencia del terreno, la inversión total de la constitución de la Cooperativa de Producción y finalmente para entablar una relación de puesta en marcha, el derecho de utilizar licencias y

permisos, los gastos de montaje e inversiones considerando lo posibles gastos de capacitación y finalmente los gastos por el costo financiero durante el período de instalación de la Cooperativa.

Tabla 52-3: Inversiones diferidas

Detalle	Valor Unitario	Valor total
Gastos de organización		\$ 400.00
Gatos constitución		\$ 621.54
Gastos Jurídicos	\$ 300.00	
Gastos de instalación y montaje	\$ 200.00	
Uso de Patente y permisos	\$ 13.00	
Permiso de Bomberos	\$ 5.00	
Registro Sanitario	\$ 103.54	
Total		\$ 1,021.54

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.25. Capital de trabajo

El capital de trabajo consta de los principales activos que se necesita para iniciar el proceso de producción de quesos artesanales, en este caso la materia prima directa, mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación, además se ha considerado como capital de trabajo 1% del porcentaje del total de inversión, ya que en este rubro se encuentran las posibles capacitaciones y alguna inversión que se podría requerir a corto plazo.

Tabla 53-3: Capital de Trabajo

Detalle	Annual
Materia prima directa	\$ 63,148.33
Mano de obra directa	\$ 5,706.24
Costos indirectos de fabricación	\$ 944.49
Total	\$ 69,799.06
Días laborales	\$ 360.00
Costo del producto por día	\$ 193.89
Días de Trabajo	\$ 30.00
Capital de trabajo	\$ 5,816.59

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Para estos procedimientos se ha calculado el capital de trabajo para iniciar el proyecto, colocando el costo del producto por día, así como los días de que se va a trabajar el primer mes, contando con estos datos se ha encontrado que poseemos un capital de \$ **6,407.75**

3.26. Inversión total

En el siguiente recuadro se describe los principales rubros de inversión que necesita el proyecto, incluyendo el capital de trabajo, inversiones fijas y diferidas.

Tabla 54-3: Inversión total

Inversión fija	
Detalle	Valor total
Infraestructura	\$ 40,358.55
Terreno	\$ 3,852.18
Maquinaria y equipo	\$ 11,495.30
Muebles y Enseres	\$ 860.00
Equipos de Cómputo	\$ 689.00
Equipo de transporte	\$ 9,500.00
Total	\$ 66,755.03
Gastos de organización	\$ 400.00
Gatos constitución	\$ 621.54
Total Gastos	\$ 1,021.54
Capital de trabajo	\$ 5,816.59
TOTAL INVERSIÓN	\$ 73,593.16

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.26.1. Cuadro de Inversiones y financiamiento

El presente proyecto se financiará tanto con fondos propios, como por un préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional y finalmente por el Gad Parroquial rural de Quisapincha, los cuales tienen la disponibilidad de entregar maquinaria y equipo tanto para las actividades de producción como recepción de materia prima, mientras que con el préstamo realizado a la CFN se comprará muebles y enseres, equipos de cómputo y transporte, finalmente se realizará la inversión más alta con recursos propios en la construcción, compra de terreno y gastos de organización y constitución. Por lo tanto el financiamiento se repartió de la siguiente manera, acordando el porcentaje de participación con fondos propios en un 70%, mientras que para no generar tanto gasto financiero se destina el 15% de financiamiento al igual que el porcentaje de participación del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quisapincha.

Tabla 55-3: Cuadro de Inversiones y Financiamiento

INVERSIÓN FIJA	FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
	Valor total	Fondos propios	CFN	GAD PARROQUIAL QUISAPINCHA
Detalle				
Infraestructura	\$ 40,358.55	\$ 40,358.55		
Terreno	\$ 3,852.18	\$ 3,852.18		
Maquinarias y Equipos	\$ 8,755.00			\$ 8,755.00
Herramientas	\$ 2,108.00			\$ 2,108.00
Equipo para recepción de leche	\$ 312.30			\$ 312.30
Muebles y Enseres	\$ 860.00		\$ 860.00	
Equipos de Cómputo	\$ 689.00		\$ 689.00	
Equipo de transporte	\$ 9,500.00		\$ 9,500.00	
Total	\$ 66,435.03			
Inversión Diferida				
Gastos de organización	\$ 400.00	\$ 400.00		
Gatos constitución				
Gastos Jurídicos	\$ 300.00	\$ 300.00		
Gastos de instalación y montaje	\$ 200.00	\$ 200.00		
Uso de Patente y permisos	\$ 13.00	\$ 13.00		
Permiso de Bomberos	\$ 5.00	\$ 5.00		
Registro Sanitario	\$ 103.54	\$ 103.54		
Total Gastos	\$ 1,021.54		\$ -	\$ -
Capital de trabajo	\$ 5,816.59	\$ 5,816.59		
TOTAL INVERSIÓN	\$ 73,273.16	\$ 51,048.86	\$11,049.00	\$ 11,175.30
PARTICIPACIÓN	100%	70%	15%	15%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.27. Costos de producción

Este costo describe toda la inversión que se requiere para fabricar un producto y ofrecer un servicio, en el caso del presente proyecto que consiste en la fabricación de quesos, se consideran los siguientes rubros para calcular el costo. Es siguiente proceso de identificación facilitará la toma de decisiones entorno a la búsqueda de nuevas estrategias de compra en materia prima, ya que estos costos repercuten directamente con en la rentabilidad del proyecto.

Materia prima

Tabla 56-3: Materia Prima

Materia prima directa			
Detalle	Litros	Costo unitario	Anual
Leche	197339	\$ 0.32	\$ 63,148.33
Total	197339	\$ 0.32	\$ 63,148.33

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.27.1. Costos Indirectos de Fabricación

Insumos indirectos

Tabla 57-3: Insumos Indirectos

Detalle	Medida	Cantidad	Costo U.	Total
Sal	Kilogramos	\$ 986.69	\$ 0.85	\$ 838.69
Cuajo	Mililitros	\$ 19,733.85	\$ 0.02	\$ 315.74
Calcio	Mililitros	\$ 19,733.85	\$ 0.02	\$ 296.01
Total, Costo				\$ 1,450.44

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Material indirecto de fabricación

Tabla 58-3: Material Indirecto de Fabricación

Materia prima directa						
Detalle	Quesos	Costos Unitario	Costo diario	Semanal	Mensual	Anual
Fundas	182	0.00	\$ 0.002806	\$ 0.02	\$ 0.08	\$ 0.94
Total	182	\$ 0.000015	\$ 0.0028	\$ 0.02	\$ 0.08	\$ 0.94

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Uniformes e implementos

Tabla 59-3: Uniformes e implementos

Detalle	Cantidad	Precio	Total, mensual	Total, anual
Bata industrial	1	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00
Botas	1	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 96.00
Total	2	23	23	\$ 276.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Mano de obra

A continuación, se presenta la mano de obra que trabajará en las áreas de administración, producción y ventas, esto valores se utilizarán en los demás cálculos.

Tabla 60-3: Sueldo mano de obra

CARGOS	Salario mensual	Ingresos gravados	Aporte IESS 9.45%	Valor Recibir	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos reserva 8.33%	Vacaciones	Total	Líquido para recibir mensualmente	Líquido para recibir anual
Gerente o Contadora	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 51.98	\$ 498.03	\$ 45.83	\$ 33.33	\$ 45.82	\$ 18.33	\$ 143.32	\$ 641.34	\$ 7,696.08
Subtotal	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 51.98	\$ 498.03	\$ 45.83	\$ 33.33	\$ 45.82	\$ 18.33	\$ 143.32	\$ 641.34	\$ 7,696.08
Gastos de ventas	Salario mensual	Ingresos gravados	Aporte IESS 9.45%	Valor Recibir	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos reserva 8.33%	Vacaciones	Total	Líquido para recibir mensualmente	Líquido para recibir anual
Coordinador de ventas o Transportista	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 37.80	\$ 362.20	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 13.33	\$ 113.32	\$ 475.52	\$ 5,706.24
Subtotal	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 37.80	\$ 362.20	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 13.33	\$ 113.32	\$ 475.52	\$ 5,706.24
Area de Producción	Salario mensual	Ingresos gravados	Aporte IESS 9.45%	Valor Recibir	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos reserva 8.33%	Vacaciones	Total	Líquido para recibir mensualmente	Líquido para recibir anual
Jefe de producción	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 37.80	\$ 362.20	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 13.33	\$ 113.32	\$ 475.52	\$ 5,706.24
Subtotal	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 37.80	\$ 362.20	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 33.32	\$ 13.33	\$ 113.32	\$ 475.52	\$ 5,706.24

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Imprevisto

Este desembolso es calculado a partir del 1% de la inversión fija del proyecto, desembolso de \$ 664.35 que servirá para posibles gastos no planificados al inicio del proyecto, desembolsos que pueden servir para capacitaciones, a empleados y posibles gastos accidentales.

Tabla 61-3: Imprevisto

Detalle	Valor inversión fija	Porcentaje	Total
Imprevisto	\$ 66,755.03	1%	\$ 667.55
TOTAL	\$ 66,755.03	1%	\$ 667.55

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.28. Gastos

3.28.1. Gastos de administración

Servicios básicos

En conjunto se destinará anualmente un valor de \$45.50 mensuales, de manera que se cubrirá pagos de luz, agua e internet.

Tabla 62-3: Servicios básicos

Detalle	Total semanal	Total mensual	Total anual
Servicio de luz eléctrica	\$ 7.50	\$ 25.00	\$ 300.00
Servicio de agua	\$ 0.63	\$ 2.50	\$ 30.00
Servicio Internet	\$ 4.50	\$ 18.00	\$ 216.00
Total	\$ 12.63	\$ 45.50	\$ 546.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Gastos suministros de oficina

Tabla 63-3: Gastos suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Precio	Total mensual	Total anual
Grapadora	1	\$ 1.60	\$ 1.60	\$ 19.20
Perforadora	1	\$ 3.50	\$ 3.50	\$ 42.00
Esferos (Caja)	3	\$ 0.40	\$ 1.20	\$ 14.40
Cuaderno	1	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 12.00
Archivadores	3	\$ 2.80	\$ 8.40	\$ 100.80
Paquete de hojas	1	\$ 2.50	\$ 2.50	\$ 30.00
Total	10	\$ 11.80	\$ 18.20	\$ 218.40

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Gastos suministros de limpieza

Tabla 64-3: Gastos suministros de limpieza

Detalle	Cantidad	Precio	Total mensual	Total anual
Escobas	1	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 18.00
Trapeadores	1	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 24.00
Desinfectante	2	\$ 4.50	\$ 9.00	\$ 108.00
Cloro	1	\$ 2.80	\$ 2.80	\$ 33.60
Total	5	\$ 10.80	\$ 15.30	\$ 183.60

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.28.2. Gastos de ventas

Gastos de Publicidad

Se creará una página de Facebook que permita difundir el producto, por lo que se realizará un desembolso \$15 de manera mensual a un técnico de publicidad que ayude a mantener y brindar innovación a la página creada.

Tabla 65-3: Gastos de publicidad

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	\$ 15.00	\$ 180.00
Total	\$ 15.00	\$ 180.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Combustible

Tabla 66-3: Combustible

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Precio Unitario	Total mensual	Total anual
Combustible	Litros	25	\$ 0.66	\$ 16.50	\$ 66.00	\$ 792.00
Total	Litros	25	\$ 0.66	\$ 16.50	\$ 66.00	\$ 792.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Mantenimiento de maquinaria y equipo

Tabla 67-3: Mantenimiento de maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Precio	Total mensual	Total anual
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	2	\$ 15.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Total		\$ 15.00	\$ 30.00	\$ 360.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.28.3. Gastos depreciación

Tabla 68-3: Gastos depreciación

Activo Depreciable	Vida Util (Años)	Depreciación anual %
Construcciones y edificaciones	20	5
Maquinaria y equipo	10	10
Muebles y Equipos de oficina	10	10
Vehículos y equipo transporte	5	10
Equipo de Cómputo y Software	3	3

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Para el cálculo de la depreciación tanto de activos fijos y diferidos se aplicó el método de línea recta, donde se deprecia el edificio para 20 años de vida útil, maquinaria y equipo, muebles y enseres se deprecian para una vida útil de 10 años, finalmente se encuentra el equipo de transporte con una vida útil de 5 años y el equipo de cómputo que se deprecia a 3 años. Por lo tanto se encuentra que edificio se deprecia anualmente con un valor de \$2.017.93, mientras que maquinaria y equipo posee un valor anual depreciable de \$ 1.117,53, en este segmento se encuentran inmersos las herramientas, así como los principales materiales para la recepción de leche. Los muebles y enseres, equipo de cómputo y transporte se deprecian en \$86.00, en \$229.67 y \$ 1900, 00 respectivamente. Para calcular el valor de salvamento de todos los activos depreciables, se aplicó un porcentaje de salvamento de cada activo, es decir la cantidad que se pretende recuperar en la vida útil del proyecto.

Por otro lado, se establece la amortización de los activos diferidos del proyecto de inversión ya que, de igual manera su depreciación anual se determina dividiendo el total de estos activos para los 5 años de vida útil del proyecto.

Finalmente, para el cálculo de la depreciación acumulada para el primer año será el mismo valor de depreciación, mientras que, para el segundo, tercer y cuarto año, se multiplicará el valor de depreciación anual por el número de años, procedimiento que se realizará en el Estado de Resultados, estos representan a los gastos no desembolsables, entre activos fijos y diferidos.

Cálculo gastos depreciación y amortización

Tabla 69-3: Gastos de depreciación y amortización

TABLA DE DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS				VALOR DE SALVAMENTO	
DETALLE DE ACTIVOS	VALOR DE LOS ACTIVOS	VIDA ÚTIL		PORCENTUAL	TOTAL
Infraestructura	\$ 40,358.55	20	\$ 2,017.93	82%	\$33,094.01
Terreno	\$ 3,852.18			150%	\$ 5,778.27
Maquinarias y Equipos	\$ 8,755.00	10	\$ 875.50	15%	\$ 1,313.25
Muebles y Enseres	\$ 860.00	10	\$ 86.00	10%	\$ 86.00
Equipos de Cómputo	\$ 689.00	3	\$ 229.67	25%	\$ 172.25
Equipo de transporte	\$ 9,500.00	5	\$ 1,900.00	25%	\$ 2,375.00
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$5,109.09		
Gastos de organización		400	\$ 80.00		
Gatos constitución		621.54	\$ 124.31		
TOTAL GASTOS DE AMORTIZACIÓN			\$ 204.31		
TOTAL GASTOS NO DESEMBOLSABLES			\$5,313.40		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.28.4. *Cálculo del valor económico de los activos*

Impuesto o barrera fiscal	25%
---------------------------	-----

Tabla 70-3: Valor económico de los activos

CÁLCULO DEL VALOR ECONÓMICO DE LOS ACTIVOS							
Detalle	Infraestructura	Terreno	Maquinarias y Equipos	Muebles y Enseres	Equipos de Cómputo	Equipo de transporte	
Valor de Mercado	\$ 33,094.01	\$ 5,778.27	\$ 1,313.25	\$ 86.00	\$ 229.67	\$ 1,900.00	
Valor en Libros	\$ 30,268.91	\$ 3,852.18	\$ 4,377.50	\$ 430.00	\$ -	\$ -	
Utilidad Bruta en Ventas de Activos	\$ 2,825.10	\$ 1,926.09	\$ -3,064.25	\$ -344.00	\$ 229.67	\$ 1,900.00	
Impuesto	\$ 706.27	\$ 481.52	\$ -766.06	\$ -86.00	\$ 57.42	\$ 475.00	
Utilidad Neta en Ventas de Activos	\$ 2,118.82	\$ 1,444.57	\$ -2,298.19	\$ -258.00	\$ 172.25	\$ 1,425.00	\$ 2,604.45
Valor en Libros	\$ 30,268.91	\$ 3,852.18	\$ 4,377.50	\$ 430.00	\$ -	\$ -	
Flujo de efectivo por Ventas de Activos	\$ 32,387.74	\$ 5,296.75	\$ 2,079.31	\$ 172.00	\$ 172.25	\$ 1,425.00	\$ 41,533.05

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.28.5. Ingresos del proyecto

Para el cálculo de los ingresos se toma datos de la demanda insatisfecha proyectada para los 5 años de proyecto, ya que, según los cálculos establecidos de la capacidad de producción, se puede cubrir el 94% de la demanda insatisfecha, ya que, con las disponibilidades de leche, para una producción diaria de 31 quesos. Para determinar los ingresos se toma en consideración los precios establecidos en el estudio de mercado. Sin embargo, después de los cálculos establecidos en el estudio de mercado, sin embargo, según los cálculos de cálculo de precios, nos da un precio de 1,75 ctvs.

Tabla 71-3: Ingresos por ventas

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades para producir	60944	61162	61366	61546	60655
Precio por Unidad	\$ 1.75	\$ 1.75	\$ 1.76	\$ 1.76	\$ 1.76
INGRESOS POR VENTAS	\$ 106,780.32	\$107,289.96	\$ 107,778.38	\$ 108,223.98	\$106,784.79

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.28.6. Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias

Tabla 72-3: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades a producir	60944	61162	61366	61546	60655
Precio por Unidad	\$ 1.75	\$ 1.75	\$ 1.76	\$ 1.76	\$ 1.76
INGRESOS POR VENTAS	\$ 106,780.32	\$107,289.96	\$ 107,778.38	\$ 108,223.98	\$106,784.79
COSTO DE PRODUCTO	\$ 69,799.06	\$ 69,882.82	\$ 69,966.68	\$ 70,050.64	\$ 70,134.70
Mano de obra directa	\$ 5,706.24	\$ 5,713.09	\$ 5,719.94	\$ 5,726.81	\$ 5,733.68
Materia prima directa	\$ 63,148.33	\$ 63,224.11	\$ 63,299.98	\$ 63,375.94	\$ 63,451.99
Costos indirectos de fabricación	\$ 944.49	\$ 945.63	\$ 946.76	\$ 947.90	\$ 949.03
UTILIDAD BRUTA	\$ 36,981.25	\$ 37,407.14	\$ 37,811.69	\$ 38,173.33	\$ 36,650.08
COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 20,812.12	\$ 20,830.29	\$ 20,848.48	\$ 20,866.69	\$ 20,884.92
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 11,873.88	\$ 11,884.03	\$ 11,894.20	\$ 11,904.38	\$ 11,914.57
Sueldos y salario de administración	\$ 7,696.08	\$ 7,705.32	\$ 7,714.56	\$ 7,723.82	\$ 7,733.09
Depreciación menos vehículo	\$ 3,209.09	\$ 3,209.09	\$ 3,209.09	\$ 3,209.09	\$ 3,209.09
Amortización gastos de organización y constitución	\$ 204.31	\$ 204.31	\$ 204.31	\$ 204.31	\$ 204.31
Gastos suministros de oficina	\$ 218.40	\$ 218.66	\$ 218.92	\$ 219.19	\$ 219.45
Gastos servicios básicos	\$ 546.00	\$ 546.66	\$ 547.31	\$ 547.97	\$ 548.63
Gastos suministros de limpieza	\$ 183.60	\$ 183.82	\$ 184.04	\$ 184.26	\$ 184.48
GASTOS DE VENTAS	\$ 8,938.24	\$ 8,946.25	\$ 8,954.28	\$ 8,962.31	\$ 8,970.35
Sueldos y salarios de venta	\$ 5,706.24	\$ 5,713.09	\$ 5,719.94	\$ 5,726.81	\$ 5,733.68
Depreciación vehículo	\$ 1,900.00	\$ 1,900.00	\$ 1,900.00	\$ 1,900.00	\$ 1,900.00
Gastos combustible	\$ 792.00	\$ 792.95	\$ 793.90	\$ 794.85	\$ 795.81
Gastos publicidad	\$ 180.00	\$ 180.22	\$ 180.43	\$ 180.65	\$ 180.87
Gastos de mantenimiento equipo	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00

UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 16,169.13	\$ 16,576.85	\$ 16,963.21	\$ 17,306.65	\$ 15,765.17
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,036.40	\$ 864.53	\$ 676.54	\$ 470.92	\$ 246.01
Corporación Financiera Nacional	\$ 1,036.40	\$ 864.53	\$ 676.54	\$ 470.92	\$ 246.01
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 15,132.73	\$ 15,712.32	\$ 16,286.68	\$ 16,835.73	\$ 15,519.16
15% participación trabajadores	\$ 2,269.91	\$ 2,356.85	\$ 2,443.00	\$ 2,525.36	\$ 2,327.87
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 12,862.82	\$ 13,355.47	\$ 13,843.67	\$ 14,310.37	\$ 13,191.29
Impuesto 22%	\$ 2,829.82	\$ 2,938.20	\$ 3,045.61	\$ 3,148.28	\$ 2,902.08
UTILIDAD NETA	\$ 10,033.00	\$ 10,417.27	\$ 10,798.07	\$ 11,162.09	\$ 10,289.20

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Flujo de efectivo

Tabla 73-3: Flujo de efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		\$ 10,033.00	\$ 10,417.27	\$ 10,798.07	\$ 11,162.09	\$ 10,289.20
Gastos no desembolsables		\$ 5,313.40	\$ 5,313.40	\$ 5,313.40	\$ 5,313.40	\$ 5,313.40
Inversión	\$ -73,273.16					
Préstamo	\$ 11,049.00					
Pago de Capital		\$ -1,832.28	\$ -2,004.15	\$ -2,192.14	\$ -2,397.76	\$ -2,622.67
Rescate del Capital de Trabajo						\$ 5,816.59
Por venta de activos						\$ 41,533.05
Flujo de efectivo Neto	\$ -62,224.16	\$ 13,514.12	\$ 13,726.52	\$ 13,919.33	\$ 14,077.73	\$ 60,329.57

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.28.7. Balance General

Tabla 74-3: Balance General

BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
DISPONIBLE						
Efectivo	\$ 5,816.59	\$ 19,330.71	\$ 33,057.23	\$ 46,976.56	\$ 61,054.29	\$ 115,567.27
ACTIVO NO CORRIENTE						
Acitvos fijos	\$ 66,435.03	\$ 66,435.03	\$ 66,435.03	\$ 66,435.03	\$ 66,435.03	

Depreciación acumulada		\$ -5,109.09	\$ -10,218.19	\$ -15,327.28	\$ -20,436.38	
Activos diferidos	\$ 1,021.54	\$ 1,021.54	\$ 1,021.54	\$ 1,021.54	\$ 1,021.54	\$ 1,021.54
Amortización acumulada		\$ -204.31	\$ -408.62	\$ -612.92	\$ -817.23	\$ -1,021.54
TOTAL ACTIVOS	\$ 73,273.16	\$ 81,473.88	\$ 89,887.00	\$ 98,492.93	\$ 107,257.26	\$ 115,567.27
PASIVOS						
PRESTAMOS BANCARIOS						
CFN	\$ 11,049.00	\$ 9,216.72	\$ 7,212.57	\$ 5,020.43	\$ 2,622.67	
TOTAL PASIVOS	\$ 11,049.00	\$ 9,216.72	\$ 7,212.57	\$ 5,020.43	\$ 2,622.67	\$ 2,026.91
CAPITAL						
Capital social	\$ 51,048.86	\$ 51,048.86	\$ 51,048.86	\$ 51,048.86	\$ 51,048.86	\$ 51,048.86
Aporte asociado GAD PARROQUIAL QUISAPINCH A	\$ 11,175.30	\$ 11,175.30	\$ 11,175.30	\$ 11,175.30	\$ 11,175.30	\$ 11,175.30
Utilidades retenidas		\$ 10,033.00	\$ 20,450.27	\$ 31,248.34	\$ 42,410.43	\$ 51,316.20
TOTAL CAPITAL	\$ 62,224.16	\$ 72,257.16	\$ 82,674.43	\$ 93,472.50	\$ 104,634.58	\$ 113,540.36
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	\$ 73,273.16	\$ 81,473.88	\$ 89,887.00	\$ 98,492.93	\$ 107,257.26	\$ 115,567.27

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

3.29. Evaluación Financiera

Este proceso consiste en revisar y determinar el retorno de la inversión, por lo que permite verificar la importancia de evaluar los índices de evaluación financiera, además permite anticiparse al posible desembolso de montos de dinero para brindar seguridad a todos los inversionistas ya que permite disminuir y descartar los posibles riesgos de fracaso del proyecto, sin embargo hay que ajustarse al hecho de que toda evaluación está basada en datos estimados actuales e históricos, y que de ser el caso todo proyecto deberá ajustarse a la realidad actual del entorno.

En una evaluación financiera intervienen características importantes como la relación entre los ingresos y los egresos, la financiación que tiene el proyecto, el tiempo que existe para establecer una recuperación de la inversión, el posible beneficio que se recibe por el costo de cada producto.

3.30. Cálculo Tasa Interna de Retorno-TIR

Mediante esta herramienta de evaluación financiera se encontrará la tasa de rentabilidad o interés podrá brindar un proyecto sea cual sea la actividad de proyecto, por lo tanto, en la presente investigación se establecen los siguientes flujos de caja, empezando desde la totalidad de la inversión, que es de \$73.273.16 y los flujos de efectivo de los próximos 5 años.

Este cálculo se efectúa utilizando la fórmula del Valor Actual Neto, para lo cual se procede a realizar el proceso de cálculo por tanteo, estableciendo primero la fórmula del VAN, por lo tanto, es necesario de que este resultado se igual a cero, lo que significará que se ha encontrado el punto exacto donde el proyecto no posea ni beneficios ni pérdidas.

$$TIR = -73,273.16 + \frac{13,128.24}{(1+i)^1} + \frac{13,325.86}{(1+i)^2} + \frac{13,504.02}{(1+i)^3} + \frac{13,648.42}{(1+i)^4} + \frac{5,993.83}{(1+i)^5}$$

$$TIR: 12.58\%$$

Análisis

Finalmente se encuentra la tasa interna de retorno para producir y comercializar quesos artesanales es de 12. 58%, tasa que sirve de base para aceptar o rechazar la inversión, ya que, si poseo una tasa de interés mayor a esta, el Valor Actual Neto sería Negativo.

3.31. Cálculo Valor Actual Neto-VAN

Esta herramienta financiera permite emitir un criterio acerca de cobros y pagos que se realizan y que son traídos a un valor presente, es decir que permite establecer la posibilidad de ganar o perder con dicha inversión realizada.

Por lo tanto, el valor actual neto de la investigación se calculará con el costo ponderado tomado de la tasa de interés que posee la Corporación Financiera Nacional que es de 8.33%, así como la tasa de interés que se pagaría por invertir cierto monto tanto de los fondos propios como de la inversión realizada por el GAD Parroquial Rural de Quisapincha que es de 9%.

$$\text{VAN} = \text{Inversión Inicial} + \frac{\text{Flujo Neto}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo Neto}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo Neto}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo Neto}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo Neto}}{(1+i)^5}$$

VAN	\$	-	\$	\$	\$	\$	\$
	73,273.16		13,514.12	13,726.52	13,919.33	14,077.73	60,329.57
			(1+0.0836)^1	(1+0.0836)^2	(1+0.0836)^3	(1+0.0836)^4	(1+0.0836)^5

VA	\$	-	\$	\$	\$	\$	\$
N	73,273.16		13,514.12	13,726.52	13,919.33	14,077.73	60,329.57
			1.08	1.17	1.27	1.38	1.49

VA	\$	-	\$	\$	\$	\$	\$
N	73,273.16		12,471.44	11,690.10	10,939.69	10,210.53	40,380.77

VAN		\$	10,819
------------	--	-----------	---------------

Análisis

El Valor Actual Neto del proyecto de Inversión devuelve una rentabilidad de \$10,819, con una tasa ponderada de 8.36% a un período de 5 años, por lo tanto, siendo que el Valor Actual Neto es positivo.

3.32. Período de Recuperación de la Inversión-PRI

Este indicador procura lanzar el tiempo exacto en el que se recuperará la inversión, por lo tanto, se aplicará una resta hasta que el flujo de efectivo supere al saldo arrojado.

Tabla 75-3: Período de Recuperación de la Inversión

AÑO	FLUJOS DE CAJA	CÁLCULOS		AÑOS	MESES	DÍAS
1	\$ -59,759.04					
2	\$ -46,032.51					
3	\$ -32,113.18					
4	\$ -18,035.45	\$ 20,489.00	0.33961787	4		
5	\$ 42,294.12		4.07541449		4	
			2.2624347			3

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis

El período de recuperación para el presente proyecto es de un tiempo de 4 años, 4 meses y 3 días. Esta información se tomará como evidencia principal para los inversionistas, ya que quedará a criterio de estos el invertir o no.

3.33. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite encontrar el límite en el que los costos son iguales a los ingresos, por lo tanto, se establece tanto los costos fijos, los costos variables, y el precio establecido y proyectado para los 5 años. Para el procedimiento se establece que los costos fijos se dividan para la diferencia entre el precio y el costo variable por unidad.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio Unitario} - \text{Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 116.735$$

Tabla 76-3: Cálculo del punto de equilibrio

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	\$ 70,835.46	\$ 70,747.35	\$ 70,643.22	\$ 70,521.56	\$ 70,380.71
Precio por unidad	\$ 1.75	\$ 1.75	\$ 1.76	\$ 1.76	\$ 1.76
Costo variable por unidad	\$ 1.15	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.16
Punto de equilibrio en unidades	116735	115674	114650	113701	116479
Punto de equilibrio en dinero	\$ 204,531.56	\$ 202,915.30	\$ 201,361.31	\$ 199,933.38	\$ 205,063.35

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Análisis:

La cooperativa de Producción “Quesos Artesanales de Quisapincha” tiene que producir para el primer año debe vender un 116.735 quesos equivalente a un valor monetario de \$204,531.56, mientras que para el quinto año se deberá vender una cantidad de 116.479 quesos y una cantidad de \$205,063.35 lo cual indica que el proyecto deberá vender unidades mayores al punto de equilibrio.

3.34. Relación Beneficio-Costo

Para identificar el índice beneficio costo del presente proyecto se establece una comparación entre el beneficio del proyecto o los ingresos descontados con los egresos descontados, para los 5 años para el efecto se establece un factor descuesto que es el costo ponderado del proyecto a esto añadido uno, tal como se detalla a continuación:

Tabla 77-3: Cálculo Beneficio-Costo

CALCULO BENEFICIO COSTO							
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingresos	\$ 11,049.00	\$ 106,780.32	\$ 107,289.96	\$ 107,778.38	\$ 108,223.98	\$ 106,784.79	
Factor Descuento	1.0000	1.0836	1.0836	1.0836	1.0836	1.0836	
INGRESOS DESCONTADOS	\$ 11,049.00	\$ 98,541.70	\$ 99,012.03	\$ 99,462.76	\$ 99,873.98	\$ 98,545.83	\$506,485.30
Egresos	\$ 73,273.16	\$ 91,647.58	\$ 91,577.64	\$ 91,491.70	\$ 91,388.25	\$ 91,265.63	
Factor de descuento	1.00	1.08	1.08	1.08	1.08	1.08	
EGRESOS DESCONTADOS	\$ 73,273.16	\$ 84,576.53	\$ 84,511.99	\$ 84,432.68	\$ 84,337.21	\$ 84,224.05	\$348,809.29

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Relación Beneficio-Costo	Ingresos descontados	\$ 506,485.30	1.45
	Egresos descontados	\$ 348,809.29	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Muntza, C. M. (2021)

Para determinar la relación beneficio costo se necesita encontrar la cantidad total de los ingresos descontados en los cinco años, los cuales son \$ 506,485.30 mientras que los egresos totales descontados representan un valor de \$348,809.29, los cuales deberán ser divididos entre ellos.

Análisis

La relación beneficio costo del proyecto es de 1,45 ctvs. Lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene 0.45 ctvs. De beneficio. Lo que indica que el proyecto puede ser considerado como viable.

CONCLUSIONES

- Al finalizar el estudio de mercado se definió que el proyecto posee una demanda efectiva de 86.089 unidades de quesos artesanales en el primer año, mientras que la oferta basada en la capacidad de producción de la marca ofrecida en la Comunidad de Ambayata y proyectada con el índice de producción láctea de 4.25% se obtiene que la posible oferta en el primer año es de 20.166 unidades de quesos, llegando a establecerse una demanda insatisfecha de 64.834 quesos de 500 gramos sin embargo al calcular la demanda real basada en la capacidad de producción y la disponibilidad de materia prima se establece una demanda real de 60.944 unidades de quesos artesanales para el primer año, lo que evidencia que el proyecto investigado es factible.
- En el estudio técnico del proyecto se define el lugar específico en el que se va ubicar la investigación, la cual ha sido definida a través de un análisis cualitativo de los factores que intervienen en la producción, así como el uso tecnológico, la distribución y el proceso de producción, por lo tanto, el lugar en el que se ubicará el proyecto es en la Parroquia Quisapincha, perteneciente a la provincia de Tungurahua.
- Para desarrollar el estudio administrativo se plantea un aspecto legal donde se detalla el proceso que se debe seguir para constituir una Cooperativa de Producción de acuerdo con la Normativa de Superintendencia de Economía popular y Solidaria para el sector no Financiero mientras que en el aspecto organizacional del proyecto se define la filosofía de la Cooperativa de Producción “Quesos Artesanales de Quisapincha”.
- Con el estudio económico y financiero del proyecto se determina la fase más importante del proyecto ya que se define la inversión total del proyecto incluyendo el capital de trabajo, valor total que es de \$73,273.16 para lo cual se ha establecido un financiamiento realizado tanto con fondos propios, de terceros y del Gobierno Local de Quisapincha, el proyecto determina factores como los costes y los gastos, el estado de resultados, que permiten determinar la viabilidad el proyecto a través del cálculo del Valor actual Neto, calculado con costo ponderado de le proyecto que es 8,33%, sin embargo la Tasa Interna de Retorno arroja un resultado de 12.58%, razón por cual se acepta el proyecto, ya que la tasa de rendimiento del proyecto es mucho mayor al costo ponderado utilizado para el cálculo, se determina que se debe vender más de 116.735 unidades de quesos artesanales en el primer año , según el punto de equilibrio, por otro lado se define un beneficio de \$ 1.45 por cada dólar invertido en el proyecto, sin embargo el periodo de tiempo de recuperación es de 4 años, 4 meses y 3 días.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Gad Parroquial Rural de Quisapincha considerar el presente proyecto de factibilidad, ya que se ha demostrado que el negocio es rentable y beneficioso tanto para los pobladores de la Parroquia Quisapincha como para los entes gubernamentales de la misma.
- Realizar estudios de mercado periódicamente, una vez que la Cooperativa de Producción se encuentre en funcionamiento con la finalidad de conocer las nuevas tendencias del consumidor, referente a los productos lácteos que ofrece la Cooperativa, para lo cual se deberán tomar estrategias de cambio, para su permanencia en el tiempo.
- Incrementar estrategias para la creación de nuevos productos, acorde al gusto de todos y cada uno de los clientes y socios de la Cooperativa, con la finalidad de generar ganancias que permitan el sustento de la Cooperativa que a la vez fomente el empleo y el desarrollo local de la Parroquia.
- Realizar un sondeo del mercado para detectar las posibles amenazas que podrían afectar la sostenibilidad de la Cooperativa y que puedan afectar el capital social de cada uno de los socios que conforman la institución.

BIBLIOGRAFÍA

- Boero, C. (2020). *Evaluación de Proyectos*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/172500>
- Business School. (29 de Junio de 2021). *Proceso de producción: en consiste y como se desarrolla*. Recuperado de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/>
- Cerda, H. (2021). *Como elaborar proyectos: diseño, ejecución y evaluación de proyectos, sociales y educativos*. Recuperado de:
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8tspEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=que+son+proyectos+&ots=V5i9B40gAY&sig=YMB6MQc9VA6Mpj99FBweRgJywMw#v=onepage&q=que%20son%20proyectos&f=false>
- Eggers, F. (2018). *Economía*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/145751>
- FAO. (2021). Leche y Productos lácteos. Recuperado de: <https://www.fao.org/dairy-production-products/products/es/>
- Flores, J. (2017). *Proyectos de Inversión para las Pymes*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/70421>
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/70269>
- Gobierno Autonomo de Tungurahua. (2019). *Agenda Tungurahua - Ambato*. Recuperado de:
http://www.tungurahua.gob.ec/images/archivos/transparencia/2020/Agenda_Tungurahua2019-2021.pdf
- Instituto del queso. (2020). *Quesos de Elaboración*. Recuperado de:
<https://institutodelqueso.com/blog/quesos-de-elaboracion-artesanal/>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2012). *Norma técnica Ecuatoriana:1528. Norma General para quesos frescos no madurados, Requisitos*. Recuperado de:
<https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/1528.pdf>
- Méndez, R. (2016). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/130459>
- Monroy María, N. S. (2018). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/172512>
- Pacheco, C. E., & Pérez, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como una estrategia gerencial*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/116948>
- Palancares. (28 de Enero de 2021). *Proteínas y otros beneficios del queso fresco*. Recuperado de: <https://www.palancares.com/proteinas-beneficios-del-queso-fresco/>
- Perez, L. (2020). *Metodología de la Investigación científica*. Recuperado de:

<https://elibro.net/es/ereader/epoch/138497?page=12>

Ramirez, J. (2019). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Recuperado de:

<https://elibro.net/es/ereader/epoch/127094>

Rodriguez, F. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Recuperado de:

<https://elibro.net/es/ereader/epoch/116949?page=39>

Sapag, N. (2020). *Proyectos de Inversión*. Recuperado de:

<https://elibro.net/es/ereader/epoch/188321>

Sarmiento, A. E. (2017). *Canales de distribución logístico-comerciales*. Recuperado de:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6zOjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=Tipos+de+canales+de+distribucion&ots=FnC2izBZfF&sig=LrNZcRl_6a7SySJbWtiFzBApFY8#v=onepage&q&f=false

Sensu, D. (2019). *Estudio de factibilidad para la Implementación de una planta procesadora de lácteos en la parroquia de Sevilla Don Bosco*. (Tesis de Pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de:

<http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/13617/1/92T00247.pdf>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

Objetivos de la Encuesta: Determinar la demanda del queso artesanal dentro de la Parroquia Quisapincha.

Encuesta dirigida a: Población Ocupada de la parroquia Quisapincha.

Instrucciones

Marque con una X la opción elegida. Por favor responder honestamente. La información obtenida será utilizada exclusivamente por el investigador.

Datos Informativos

Género

Masculino Femenino

Ocupación: _____

Número de miembros en su Familia:

1 a 3

4 a 6

Más de 6

1.- Miembro de la familia que consume queso

Mamá

Papá

Hijos

Abuelos

Todos

2.- Usted consume quesos?

Si

No

3.- ¿Cuántas quesos de 1 libra consume mensualmente?

1 a 2 queso

3 a 4 quesos

5 a 6 quesos

4.- Usted ha consumido queso artesanal fresco?

Si

No

5.- ¿Cuántas quesos artesanales de 1 libra consume mensualmente?

1 a 2 queso

3 a 4 quesos

5 a 6 quesos

6.- ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza en la compra de quesos?

\$0.50 a \$1.50

\$1.51 a \$2.50

\$2.51 a \$3.50

\$3.51 a \$4.50

Más de \$5

7.- ¿Cuál es el factor que toma en consideración al momento de comprar quesos?

Aporte nutricional

Precio

Presentación

Tamaño

Sabor

Marca

Otro

¿Cuál?

8.- Escriba las marcas de quesos que usted compra

.....

9.- ¿Cuál de los siguientes lugares usted prefiere para adquirir quesos artesanales frescos?

Tiendas

Supermercados

Mercados

Despensas

Otros

10.- ¿Estaría usted dispuesto a cambiar su queso de siempre por uno que además de su buen sabor represente un alto y mayor nivel nutricional?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

11- ¿Cuál es el precio que usted estaría dispuesto a pagar por 1 queso elaborado en una planta ubicada en Quisapincha?



1.75 ctvs.

1.85 ctvs.

2.00 ctvs.

12.- ¿Cuáles son los medios de comunicación a través de los cuales usted se informa?

Publicidad en buscadores

Marketing de redes sociales

Publicidad escrita

Radio

13.- Cuantas libras de quesos artesanal estaría usted dispuesto a consumir de manera mensual?

1 a 2 queso

3 a 4 quesos

5 a 6 quesos

14.- ¿Le gustaría consumir quesos artesanales producidos y elaborados por una cooperativa de producción ubicada en la parroquia de Quisapincha?

Si

No

Gracias por su colaboración

Objetivos de la Encuesta: Determinar la disposición de materia prima para la elaboración de queso artesanal dentro de la Parroquia Quisapincha.

Encuesta dirigida a: Población dedicada a la agricultura, ganadería y silvicultura de la parroquia Quisapincha.

Instrucciones

Marque con una X la opción elegida. Por favor responder honestamente. La información obtenida será utilizada exclusivamente por el investigador.

Datos Informativos

1.- Comunidad a la que pertenece

2.- ¿Cuál es su producción diaria de leche?

5 a 10

11 a 16

17 a 22

23 a 28

3.- Actualmente, ¿A quién entrega su producción de leche?

Intermediarios

Productor de quesos

Centro de Acopio

Venta al consumidor

4.- ¿Cuáles serían los beneficios que le gustaría recibir como socio-proveedor de la Cooperativa?

Precio Justo

Capacitación

Financiamiento

Recepción segura de leche

5.- ¿Estaría usted dispuesto a entregar leche a una cooperativa de producción que le garantice un precio justo y elimine factores de intermediación?

Si

No

6.- ¿Considera usted que es beneficioso una cooperativa de producción, para producir y comercializar productos lácteos?

Si

No

ANEXO B: ENTREVISTA

Objetivo de la entrevista: Determinar los principales marcas y competidores, para establecer estrategias, así como el precio promedio para el producto.

Encuesta dirigida a: Principales puntos de comercialización de la parroquia Quisapincha.

Datos Informativos

Nombre del Propietario: _____

Nombre punto de comercialización: _____

1.- Cuáles principales marcas de quesos que ofrece a sus clientes?

2.- ¿Cuál es el precio de venta promedio del queso?

\$1 a \$2

\$2.1 a\$ 3

\$3.1 a 4

3.-Cantidad de queso que vende semanalmente?

5-10

11-16

17-22

4.- Establezca la ganancia por unidad que usted recibe por la venta de quesos?

0.05 a 0.10

0.11 a 0.15

0.16 a 0.20

Más de 0.20

Objetivos de la Entrevista: Determinar la cantidad de quesos ofertados por el productor de quesos, y los principales aspectos de producción.

Entrevista dirigida a: Dirigida a artesano productor de la Comunidad de Ambayata.

DATOS INFORMATIVOS

Nombre: Amable Tayupanta

1.- ¿Cuántos litros de leche usted recibe diariamente?

2.- ¿Cuál es el precio que usted paga por litro de leche?

3.- ¿Cuál es la producción semanal de quesos?

4.- ¿Cuáles son los mercados a los que usted ofrece sus productos

5.- ¿Cuál es el precio establecido para la venta del queso?

6.- ¿Cuáles son las principales dificultades que se presentan en la recepción y recolección de materia prima para posterior producción de quesos?

