



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE
LA LECHE DE CABRA EN LA COMUNA AGUADITA,
PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE
SANTA ELENA AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: ROXANA YOJAIRA MIRABÁ POZO

TUTOR: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE
LA LECHE DE CABRA EN LA COMUNA AGUADITA,
PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE
SANTA ELENA AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: ROXANA YOJAIRA MIRABÁ POZO

TUTOR: ECON. IRENE PALACIOS BAÚZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Noviembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE LA LECHE DE CABRA EN LA COMUNA AGUADITA, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, elaborado por la Sra. **Roxana Yojaira Mirabá Pozo**, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. Irene Palacios Baúz, MSc.
TUTORA

DEDICATORIA

Este proyecto es esfuerzo realizado durante mi carrera estudiantil se la dedico en primer lugar a DIOS por permitirme dia a dia vivir, por darme sabiduria, conocimientos y amor, por cuidarme y ayudar alcanzar mis metas trazadas. A mis padres, esposo e hijos quienes son la razón de seguir adelante y el haber logrado realizar este proyecto de tesis.

Roxana Mirabá Pozo

AGRADECIMIENTOS

Para la realización de este proyecto, y durante mi vida estudiantil, obtuve mucho apoyo en todo momento. Agradezco los profesores Lcdo. Eduardo Pico, la Econ. Irene Palacio quienes me impartieron sus enseñanzas y me direccionaron por el buen camino brindandome su apoyo y paciencia. A la Institución por haberme brindado la oportunidad de estudiar y adquirir conocimientos

Roxana Mirabá Pozo

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, Msc.
**DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Econ. Félix Tigrero González, Msc.
**DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL**

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESORA DE ÁREA

Econ. Irene Palacio Baúz, MSc.
PROFESORA-TUTORA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE
LA LECHE DE CABRA EN LA COMUNA AGUADITA, PARROQUIA
COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013”**

Autor: Roxana Mirabá Pozo.

Tutor: Econ. Irene Palacios Baúz, Msc.

RESUMEN

En la actualidad las empresas son generadoras de empleo y al mismo tiempo satisfacen las necesidades de las personas por lo cual este proyecto tiene como finalidad la Creación de una Empresa Productora de Derivados de la Leche de Cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena. Se ha considerado la leche de cabra por ser un producto muy rico en nutrientes y carbohidratos, los cuales puede remplazar a la leche materna, además es bajo en grasas lo que permite que las personas tengan una dieta balanceada. Por lo tanto en la comunidad aguadita se observó la gran cantidad de cabras y se identificó una gran oportunidad, como es mejorar la calidad de vida de los habitantes. Además la empresa productora de los derivados de la leche de cabra será la única y primera empresa en nuestro mercado provincial, por lo tanto no existe competencia, pero se considera como competencia a las empresas productoras de leche de vaca quienes comúnmente están posesionadas en el mercado, pero tomando en cuenta que estas empresas ofrecen productos muy distintos en comparación a nutrientes y grasas lo que ocasionaría dificultades en la salud. De acuerdo a un estudio de mercado se tomó una muestra de toda la población el cual por medio del cuestionario se les aplicó una encuesta a proveedores como a posibles consumidores y así saber sus gustos y preferencia acerca de los nuevos productos, logrando captar el mercado provincial. También podemos deducir que actualmente las pocas personas que venden leche de cabra no consideran las medidas correspondientes considerando las normas de higiene para tener una leche de calidad, por lo tanto la creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra tiene como finalidad de ocasionar un buen desarrollo económico dentro de la Provincia de Santa Elena.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
INTRODUCCIÓN	1
Tema.....	2
Planteamiento del problema.....	2
Situación Futura.....	4
Justificación.....	9
Teórica.....	10
Metodológica.....	11
Práctica.....	12
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos.....	13
Hipòtesis.....	13

Operacionalización de las variables	14
CAPÍTULO I	17
MARCO TEÓRICO	17
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	17
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	18
1.2.1. Estrategias de producción y elaboración.....	18
1.2.1.1. Producción	18
1.2.1.2. Importancia	18
1.2.1.3. Precio.....	19
1.2.1.4. Proceso De Planificación De La Estrategia De Producción.....	19
1.2.1.5. Análisis del entorno.....	20
1.2.1.6. Estudio de mercado	20
1.2.1.7. Segmentación del mercado	21
1.2.1.7.1. Tendencias de mercado	21
1.2.1.8. Distribución.....	21
1.2.1.9. Canales de distribución para productos de consumo	22
1.2.1.10. Canales de distribución para productos industriales	24
1.2.1.11. Competencia.....	25
1.2.2. Desarrollo Económico.....	26
1.2.2.1. Economía.....	26
1.2.2.2. Precio.....	27
1.2.2.2.1. Importancia	27
1.2.2.2.2. Estrategias de entrada en el mercado	27
1.2.2.3. Problemas medio ambientales.....	28
1.2.2.3.1. Empresa.....	28

1.2.2.4.	Clasificación de los productos:	29
1.3.	ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL	30
1.3.1.	Constitución De La República Del Ecuador	30
1.4.	ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.....	30
1.5.	ANÁLISIS ECONÓMICO.....	31
	CAPÍTULO II	32
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	32
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	32
2.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	33
2.3.1.	Por el Propósito.....	34
2.3.2.	Por el nivel	35
1.3.3.	Por el lugar	36
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	37
2.4.1.	Método Analítico	37
2.4.2.	Método Inductivo	37
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	38
2.5.1.	Encuesta a proveedores	38
2.5.2.	Encuesta a consumidores	38
2.6.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	39
2.6.1.	Cuestionario.	39
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
2.7.1.	Población.....	39
2.7.2.	Muestra.....	40
2.8.	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	42

2.8.1.	Procedimiento	42
2.8.2.	Procesamiento	43
CAPÍTULO III.....		45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		45
3.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTAS A PROVEEDORES	45
3.2	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A POSIBLES CLIENTES	54
3.3	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
3.3.1	Conclusiones	72
3.3.2	Recomendaciones.....	73
CAPÍTULO IV		74
CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE LA LECHE DE CABRA EN LA COMUNA AGUADITA, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.....		74
4.1.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	74
4.1.1.	Segmentación del mercado	75
4.1.2.	Determinación de la población objetivo	78
4.1.3.	Identificación de los clientes meta	78
4.1.4.	Frecuencia de uso/ compra.....	79
4.1.5.	Proyección de la demanda.....	80
4.2.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	81
4.2.1.	Identificación de los competidores	82
4.3.	DEMANDA INSATISFECHA.....	85
4.4.	MARKETING MIX	85

4.4.1.	Producto	86
4.4.1.1.	Estrategias de precios	88
4.5.	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	88
4.5.1.	Identificación del canal óptimo.....	88
4.5.2.	Promoción	89
4.5.3.	Slogan.....	89
4.5.4.	Presupuesto de promoción	90
4.6.	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	90
4.7.	ESTUDIO TÉCNICO	90
4.7.1.	Infraestructura de la empresa	91
4.7.2.	Capacidad instalada.....	92
4.7.3.	Tamaño.....	92
4.7.4.	Ubicación del proyecto	92
4.7.5.	Descripción de los procesos de producción	94
4.7.5.1.	Diagrama de flujos de los procesos de producción.....	95
4.7.6.	Recursos tecnológicos	98
4.7.7.	Recursos de maquinarias, equipos y herramientas.....	98
4.8.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	99
4.8.1.	Marco legal.....	99
4.8.2.	Acta de constitución.....	106
4.8.3.	Misión	106
4.8.4.	Visión	106
4.8.5.	Objetivo general.....	107
4.8.5.1.	Objetivos específicos	107

4.8.6.	Valores institucionales	107
4.9.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	108
4.9.1.	Inversión inicial.....	108
4.9.1.1.	Activos fijos	108
4.9.1.2.	Activos intangibles.....	109
4.9.1.3.	Capital de trabajo	109
4.9.1.4.	Resumen de inversión inicial	109
4.9.2.	Financiamiento.....	109
4.9.2.1.	Mortización de la deuda	110
4.9.2.2.	Resumen de la deuda.....	110
4.9.3.	Proyección de ventas	110
4.9.4.	Proyección de costos de venta	110
4.9.5.	Costos operativos	111
4.9.5.1.	Costos operativos proyectados.....	111
4.9.6.	Depreciación	111
4.9.7.	Estado de resultados proyectados (pyg).....	111
4.9.8.	Flujo de caja proyectado	112
4.9.9.	Evaluación financiera del flujo	112
4.9.9.1.	Tasa de descuento	112
4.9.9.2.	Valor actual neto (van).....	112
4.9.9.3.	Tasa interna de retorno (tir).....	112
4.9.9.4.	Periodo de recuperación de la inversión del proyecto	112
4.10.	EVALUACIÓN DEL SITUACIÓN INICIAL.....	113
4.11.	PUNTO DE EQUILIBRIO	113
4.12.	ANÁLISIS DE IMPACTO PROYECTADO.....	113

BIBLIOGRAFÍA	114
PÁGINAS WEB	115
ANEXOS	116

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Operacionalización de la variable independiente.....	15
CUADRO 2 Operacionalización de la variable dependiente.....	16
CUADRO 3 Clasificación De Los Productos De Leche De Cabra	29
CUADRO 4: La Población	40
CUADRO 5: Resumen de la muestra.....	42
CUADRO 6 Tipos de demanda	75
CUADRO 7 Determinación del mercado actual de la demanda.....	80
CUADRO 8 Proyección de la demanda.....	80
CUADRO 9 Cabras a disposición para la producción.....	81
CUADRO 10 Litros de leche de cabra diarios.....	82
CUADRO 11 Cabras a disposición para la producción.....	82
CUADRO 12 El tipo de empaque del producto.....	86
CUADRO 13 Presupuesto de lanzamiento	90
CUADRO 14 Diagrama de flujos de la obtención de la leche de cabra	94
CUADRO 15 Diagrama de flujos de elaboración de la leche de cabra	95
CUADRO 16 Diagrama de flujos de elaboración del yogurt de cabra	96
CUADRO 17 Diagrama de flujos de elaboración del queso de cabra	97

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Actividad que Realiza.....	45
TABLA 2 Tiempo de trabajo	46
TABLA 3 Cómo realiza su trabajo	47
TABLA 4 Ingresos por su actividad	48
TABLA 5 Dificultad en la venta de los productos.....	49
TABLA 6 Forma de venta de los productos	50
TABLA 7 Cuántos litros de leche obtiene	51
TABLA 8 Beneficio y apoyo de instituciones	52
TABLA 9 Posible proveedores	53
TABLA 10 Consumo de leche	54
TABLA 11 Frecuencia del consumo de leche	55
TABLA 12 Beneficios de la leche de cabra.....	56
TABLA 13 Habitantes que han degustado la leche de cabra.....	57
TABLA 14 Aceptación de la leche de cabra.....	58
TABLA 15 Derivados de la leche de cabra	59
TABLA 16 Degustación de los derivados de la leche de cabra.....	60
TABLA 17 Consumo de los derivados	61
TABLA 18 Frecuencia de compra del queso	62
TABLA 19 Frecuencia de compra del yogurt.....	63
TABLA 20 Frecuencia de compra de la leche	64
TABLA 21 Presentación de compra del queso	65
TABLA 22 Presentación de compra del yogurt.....	66
TABLA 23 Presentación de compra de la leche	67
TABLA 24 Competidores	68
TABLA 25 Creación de la empresa productora.....	69
TABLA 26 Puntos de ventas.....	70
TABLA 27 Posibles consumidores.....	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Actividad que Realiza.....	45
GRÁFICO 2 Tiempo de trabajo.....	46
GRÁFICO 3 Como realiza trabajo.....	47
GRÁFICO 4 Ingresos por su actividad.....	48
GRÁFICO 5 Dificultad en la venta de los productos.....	49
GRÁFICO 6 Forma de venta de los productos.....	50
GRÁFICO 7 Cuantos litros de leche obtiene.....	51
GRÁFICO 8 Beneficio y apoyo de instituciones.....	52
GRÁFICO 9 Posibles proveedores.....	53
GRÁFICO 10 Consumo de leche.....	54
GRÁFICO 11 frecuencia del consumo de leche.....	55
GRÁFICO N°12 beneficios de la leche de cabra.....	56
GRÁFICO 13 Habitantes que han degustado la leche de cabra.....	57
GRÁFICO 14 Aceptación de la leche de cabra.....	58
GRÁFICO 15 Derivados de la leche de cabra.....	59
GRÁFICO 16 Degustación derivados de la leche de cabra.....	60
GRÁFICO 17 Consumo de los derivados.....	61
GRÁFICO 18 Frecuencia de compra del queso.....	62
GRÁFICO 19 Frecuencia de compra del yogurt.....	63
GRÁFICO 20 Frecuencia de compra de la leche.....	64
GRÁFICO 21 Presentación de compra del queso.....	65
GRÁFICO 22 Presentación de compra del yogurt.....	66
GRÁFICO 23 Presentación de compra de la leche.....	67
GRÁFICO 24 Competidores.....	68
GRÁFICO 25 Creación de la empresa productora.....	69
GRÁFICO 26 Puntos de ventas.....	70
GRÁFICO 27 Posibles consumidores.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 Mapa De La Provincia De Santa Elena.....	78
FIGURA 2 El Logotipo.....	87
FIGURA 3 El Slogan	89
FIGURA 4 Modelo De Infraestructura	91
FIGURA 5 Ubicación Del Proyecto	93

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Plan de Acción	117
ANEXO 2 Cuestionario a consumidores	118
ANEXO 3 Cuestionario a proveedores.....	121
ANEXO 4 Inversión inicial	123
ANEXO 5 Activos fijos	124
ANEXO 6 Capital de trabajo	124
ANEXO 7 Inversión inicial	125
ANEXO 8 Financiamiento	125
ANEXO 9 Amortización de la deuda.....	126
ANEXO 10 Resumen de la deuda	128
ANEXO 11 Proyección de las ventas.....	129
ANEXO 12 Proyección del costo de ventas.....	129
ANEXO 13 Costos operativos	130
ANEXO 14 Depreciación de edificio.....	132
ANEXO 15 Depreciación de Maquinarias.....	133
ANEXO 16 Depreciación de los muebles de oficina.....	133
ANEXO 17 Equipos de computación.....	134
ANEXO 18 Depreciación Inicial.....	134
ANEXO 19 estado de resultados proyectados	135
ANEXO 20 Flujo de caja proyectado.....	136
ANEXO 21 Evaluación de situación inicial	138
ANEXO 22 Punto de equilibrio.....	140
ANEXO 23 Análisis de impacto proyectado.....	140
ANEXO 24 Imágenes del proceso de producción.....	150
ANEXO 25 Carta Aval	151
ANEXO 26 Certificado de revisión de la redacción y ortografía	152

INTRODUCCIÓN

En la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, existe una gran variedad de producción ya que los habitantes de esta comunidad se dedican a la agricultura y ganadería lo que ha permitido obtener una gran cantidad de cabras aprovechando la oportunidad de utilizar adecuadamente la leche que estas producen, fabricandolas y así obtener nuevos productos ricos en nutrientes y proteínas

El sector empresarial es muy importante para nuestro medio ya que permite desarrollar la economía de los diferentes lugares y familias. Brindando la oportunidad de empleo e ingresos para sus familias, dandoles valor a los diferentes recursos que estas comunidades poseen, el cual no son aprovechadas, por lo mismo se ha estudiado y analizado la problemática que existen en el medio.

La Empresa productora de derivados de la leche de cabra estará ubicada en el recinto Campo Blanco de la comuna Aguadita, promovera empleo para los habitantes de esta comunidad y pueblos aledaños, y podran gozar de una mejor alimentación, educación, y calidad de vida.

Los productos seran reconocidos a nivel Provincial, por su calidad, presentación y precio, por lo tanto la comunidad tambien lo será y así aprovechara esta oportunidad que le ofrece el mercado logrando obtener altas ventas y mejores ingresos para poder solventar los gastos que se obtengan.

Las Empresas productoras para establecerse en el mercado tienen que cumplir algunos parámetros a nivel interno como externo, y saber sobrellevarlas mediante una buena administracion y liderazgo. Por lo mismo la empresa productora de derivados de la leche de cabra debe cumplir con los estandares de calidad.

MARCO CONTEXTUAL

Tema

Influencia de las Estrategias de Elaboración y Producción en el Desarrollo Económico, mediante un Estudio que involucre a los comuneros o Socios. Creación de una Empresa productora de derivados de la Leche de Cabra en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena

Planteamiento del problema.

En la Provincia de Santa Elena, Parroquia Colonche a unos 7 km esta situada la comuna Aguadita, la cual empezó con dos familias que llegaban de la comunidad de Calincanto de allí empezó a expandirse la humanidad presentándose la escasez de los recursos económicos, la falta de preparación y problemas de salud por la distancia, el cual esto le obligaba a sustentarse mediante la tala de árboles para realizar el carbón y poder obtener pequeños ingresos, por el cual el M.A.G.A.P. una entidad preocupada por el bienestar de esta comunidad realizó un proyecto de cabras el cual consiste en que la comunidad se asocie y obtenga cabras de buena raza logrando tener buena reproducción y obtener 5000 cabras entre pequeños y grandes, mediante esto adquirir gran cantidad de leche y sustentarse, pero la escasez de estrategias de elaboración y producción de los derivados de la leche de cabra no les ha permitido ir más allá que la producción de leche y el no saber que hacer con la misma.

Por lo tanto el obtener un gran número de cabras, y el desconocimiento de estas estrategias ocasiona no tener un buen desarrollo económico tanto en la persona como en la comunidad y pueblos aledaños. Para dar solución al problema se basa en un proyecto el cual está dirigido al sector público dentro de un aspecto de elaboración y comercialización de los productos derivados de la leche de cabra.

Situación Actual

En la actualidad la comuna Aguadita esta ubicada en la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, region Costa, a 20 km de distancia, con un apróximado de 200 habitantes, personas que carecen de recursos económicos y educación, tanto niños como adultos, además cuenta con una pequeña escuela el cual no tiene las diferentes áreas de preparación y el número de profesorado necesario para la buena educación, el cual esto ah hecho que los niños al llegar a su etapa de adulto no llegue lleno de conocimientos buenos y actualizados. Tambien cuentan con un gran número de cabras llegando a un apróximado de 5000 animales, por lo tanto se presenta una gran producción de leche el cual no es debidamente utilizada por no saber que hacer con ella, por no saber lo importante que es esta leche y cuales son sus derivados como es el yogurt, el queso además sus debido procesamiento y comercialización.

El tener una producción amplia de cabras de buena raza , ah requerido de mucha responsabilidad ya que tienen la obligación de crear casas para dicho ganado caprino, como son los corrales para cabras, tambien les dan un buen cuidado y su respectiva alimentación mediante el pastoreo (el pastoreo se basa en sacarlos de sus respectivos corrales hacia las monañas o lugares donde encuentren su alimentos). La comunidad de Aguadita además de ser un lugar afectado por la escasez de recursos económicos, tambien es un lugar el cual las persona adultas carecen de conocimiento basandose a lo que es el analfabetismo, por lo tanto esto ocasiona a que estos habitantes no saben de medidas de prevención ni medidas sobre la salud diaria, y en primer lugar los niños estan expuestos a contraer diversas enfermedades que se presentan en el medio. La creación de esta empresa productora de derivados de la leche de cabra mediante las estrategias de elaboración y producción, nos ayuda a diversificar los recursos, mejorar el desarrollo económico y calidad de vida de esta comunidad como es Aguadita, o demás pueblos aledaños, perteneciente a la parroquia Colonche y provincia de Santa Elena

Situación Futura.

En el futuro se pronostica que en esta comunidad Aguadita Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, funcione una empresa productora de derivados de la leche de cabra, gracias a la gran producción de leche y a las estrategias de elaboración y producción, obtendrán mejores ingresos y tengan una buena calidad de vida con la adquisición de nuevos conocimientos se podrá dar valor al ganado caprino, que no solo la carne es comestible y buena si no que la leche tiene nutrientes y beneficios para la elaboración del queso y yogurt.

Al plantear las estrategias de elaboración y producción promoverán a un buen desarrollo económico y así involucrar a los comuneros y socios para que esta comunidad tenga otra forma de vivir.

Los habitantes o socios de la comuna Aguadita serán parte de la empresa por lo tanto al adquirir conocimientos del proceso y elaboración de estos derivados de la leche, se fabrican los productos y se los comercializa al mercado y así obtener una buena utilidad y buena imagen a su comunidad, gracias a la tecnología se mejoran los productos y así tendrán una buena presentación, despertando en el cliente el interés por adquirirlos y así lograr tener un buen posicionamiento en el mercado, captando clientes y fidelizándolos. Se amplía la producción de cabras vinculándolos con otra raza además el mejorar y acondicionar sus corrales para estar preparados en tiempos de inviernos, también mejorar su alimentación.

La creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra permitirá que en el futuro la Comunidad Aguadita diversifique sus recursos y mejore su situación económica. Esta empresa procesará y venderá los productos como es la leche, queso y yogurt escogiendo como mano de obra a los habitantes de esta comunidad, siendo este una fuente de trabajo o empleo, esto permite brindarles a sus hijos buena educación y ser líderes en un futuro.

Alternativas de Solución.

En la comunidad Aguadita debido a la escasez de estrategias de elaboración y producción ocasiona un bajo desarrollo económico, por lo tanto para combatir este efecto se ha originado la idea de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra, mediante la aplicación de las estrategias para la elaboración de los derivados la leche y cual es su importancia de cada uno como es el queso, el yogurt y mediante su buena aplicación poder comercializar a los pequeños mercados.

También se aplica un estudio de mercado para poder analizar el entorno y saber si el producto tiene un buen posicionamiento, además mediante estudios técnicos se podrá procesar los productos de calidad, teniendo una materia prima y mano de obra disponible, y la utilización de maquinarias, la aplicación de estudios financieros nos proyecta y presupuesta cuánto serán los costos para el procesamiento y darles valor a nuestro producto. Todo esto solucionará a la situación actual que tiene la comunidad Aguadita y así poder abarcar los mercados y diversificar la economía de este lugar.

La adquisición de maquinarias y otros recursos necesarios para la elaboración, producción y ventas de los quesos, yogurt y leche, permitirá la creación de la Empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, esta empresa brindará empleo a los habitantes de este lugar y así podrán mejorar su situación económica y a la vez solucionar sus problemas de educación, salud, alimentación que se dan por los diferentes factores que presenta el medio e influyen a su situación.

Esta empresa no solo soluciona el problema de esta comunidad sino también problemas de salud que presenten los consumidores ya que la leche de cabra contiene componentes muy nutritivos.

Ubicación del problema

Mediante estudios realizados se reconoció que el problema se situó en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena. Para la ubicación del problema se realizó la observación del medio y se identificó las necesidades de los habitantes, y se buscó la oportunidad en el mercado.

Delimitación del Problema

Campo: Empresarial.

Área: Producción.

Aspecto: Propuesta de Creación de Empresa

Propuesta: Creación De Una Empresa Productora de Derivados de la Leche de Cabra en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena

Problema: La ausencia de una empresa productora que compre la leche de cabra, y así evitar la mala utilización de la misma.

Delimitación temporal: la creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra.

Delimitación poblacional: Esta empresa la estaremos ubicando en la comuna aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena cerca a los capricultores lo cual obtendrá materia prima disponible como es la leche.

Delimitación espacial: La zona Productora de cabras.

Formulaciòn del problema

¿De qué manera influyen las estrategias de elaboración y producción en el desarrollo económico de la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena año 2013?

Sistematizaciòn del problema

✚ ¿Qué consecuencias tiene la escasez de conocimientos de producción y elaboración hacia el desarrollo económico de la comuna aguadita?

✚ ¿Cómo afectan las estrategias de elaboración y producción de la leche de cabra?

✚ ¿Qué beneficios tiene la aplicación de estrategias de elaboración y producción de la leche de cabra en nuestra salud?

✚ ¿Cómo influirá el desarrollo económico en la comunidad?

✚ ¿Cómo influirá las estrategias de elaboracion y producción en el desarrollo económico de la comuna?.

✚ ¿Qué impacto generaran las estrategias de elaboración y producción en la comuna Aguadita?

Evaluación del problema

En la evaluación del problema se estudia los aspectos que tiene el mismo, lo que permite que la justificación de nuestro tema tenga coherencia logrando tener información y saber la importancia del mismo.

Así mismo esta evaluación permite medir cuán amplio es el problema y que impacto logra nuestro tema.

Delimitación: La investigación se lleva a cabo en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

Claro: El presente problema es nitido y fácil de comprensión, ya que nos permite identificar la escasez de estrategias de elaboración y producción para el desarrollo económico de la comunidad y Parroquia entera

Evidente: El problema es observable y todos los aspectos encontrados en el planteamiento del problema

Relativo: Es de gran importancia porque contribuye al desarrollo de la comuna Aguadita, ya que mediante la ejecución de este proyecto serán muy beneficiados por adquirir conocimientos y poder elaborar los productos y así ofrecerlos al mercado manteniendo ingresos para poder tener una solvencia económica.

Original: Este tema es inédito, porque tiene un enfoque para dar solución al problema de escasez de las estrategias de elaboración y producción de los derivados de la leche de cabra en la comuna aguadita

Contextual: Pertenece a la práctica en el ámbito de producción del sector público como es la comuna aguadita.

Justificación

La finalidad de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, en el año 2013-2014 es que los habitantes cambien sus estilos de vida y obtener otros ingresos aprovechando los recursos que tienen como son la gran cantidad de cabras aproximadamente a unos 5000, lo cual permite un gran abastecimiento de leche, y el no tener los conocimientos claves para saber que hacer con esta materia prima permite la inadecuada utilización.

Por eso la elaboración de queso de cabra, el yogurt, y la comercialización de la leche, permitirá obtener una gran utilidad, además el dar buena imagen a esta comunidad al momento de la comercialización de dichos productos permitiendo la captación del mercado, poder satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

La creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra es un proyecto innovador ya que en el mercado Parroquial y Provincial no existe ningún otra empresa que comercialice estos productos, podemos considerar como competencia los productos de leche de vaca, pero relacionados con los productos de cabra no existe ninguna otra, ya que al momento de transformación estos productos creados a base de la leche de cabra como son el queso y el yogurt obtendrán componentes buenos para la salud y nutritivos para los niños.

Todo esto justifica que esta empresa será factible en el mercado por lo tanto justificación teórica nos ayudará a fundamentar el tema, la metodológica quién nos permitirá proponer métodos para estudiarlo, y la justificación práctica permitirá resolverlo y poner en conocimiento nuestro tema. Estos estudios permitirán justificar nuestro proyecto de crear una empresa productora en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche Provincia de Santa Elena.

Teórica

La Justificación Teórica es la que ayuda a fundamentar la creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra, mediante datos o información teórica del tema planteado, también ayuda a profundizar en varios enfoques teóricos logrando explicar el problema.

La creación de la empresa se justifica teóricamente mediante conceptos básicos y principales de diferentes autores basados a la experiencia y teológicamente. Además esta empresa permitirá la diversificación de recursos de los habitantes de esta comunidad y mejorar su situación financiera

Mediante estudios avanzados e investigaciones actualizadas se ha obtenido que la leche de cabra es muy buena ya que los nutrientes y componentes que tiene ayuda a mejorar la salud de las personas y llevar una dieta balanceada para las persona que la necesiten ya que es baja en grasa y rica en ácido caproico el cual esto ayuda una buena digestión, además muy importante para los niños porque se ha considerado que la leche de cabra es la mas cercana a la leche materna.

Observando los beneficios que tiene la leche de cabra, las necesidades, gustos y preferencias que tienen las persona se ha optado por crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra, ya que hoy en día de acuerdo a los cambios del medio es indispensable la utilización del queso no dejando atrás el yogurt, tomando en cuenta la diferencia en los otros productos que son elaborados de la leche de vaca.

La empresa productora de derivados de la leche de cabra en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena se creará considerando las normas y leyes que estipula la ley, y el plan del buen vivir, esta empresa ayudará creando fuentes de empleo e ingresos para mejorar la economía y desarrollo económico.

Metodológica

La justificación metodológica es la que actúa o se propone métodos o estrategias para lograr el tema que se ha considerado, el uso de las metodologías y técnicas sirven de aporte para el estudio del problema planteado.

La creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, es necesario considerar diferentes aspectos, diseñar estrategias que ayuden alcanzar nuestros objetivos, por lo tanto es necesario analizar los tipos de investigación que se escogerá para esto se necesario realizar la investigación aplicada ya que mediante la adquisición de conocimientos se puede procesar los derivados de la leche de cabra ya que está se encarga de aplicar los conocimientos esenciales para el cumplimiento de nuestro propósito.

También es necesario direccionarnos que métodos utilizaremos para crear esta empresa productora de derivados de la leche de cabra, el método inductivo trata fundamentalmente la inducción, a pesar de tener como referencias las premisas verdaderas, podrá llegar a conclusiones cuyo contenido es más amplio que el de las premisas de las cuáles inicie el análisis del problema de investigación,

la inducción se sustenta en la generalización de propiedades comunes a casos ya observados.

Además es es muy importante saber a que población van hacer dirigidos nuestros productos, como es la parroquia Colonche por lo tanto se tomara encuesta la muestra , una parte de la población, lo cual esto permitirá utilizar los instrumentos necesarios como es la encuesta a los posibles cliente y proveedores quienes nos ayudarán a obtener la materia prima disponible, para poder cumplir con nuestro estudio de mercado saber cual es la aceptación de nuestros productos derivados de la leche de cabra, en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

Práctica

La justificación práctica mediante la proposición de estrategias ayudará a resolver un problema , para dar a conocer que esta creación de empresa de derivados de la leche de cabra es factible se la realiza mediante la justificación práctica, quien permite tomar medidas de acuerdo a obtención de información de acuerdo al tema

La creación de una empresa se da aprovechando las oportunidades que brinda el mercado de acuerdo a sus necesidades que tengan, para estos se ha considerado la creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra y por medio de la capacitación y la adquisición de conocimientos los habitantes procesarán el queso y el yogurt de la leche de cabra, no dejando atrás su debida comercialización integrando la leche de cabra siendo un producto muy importante y beneficioso para los niños y para la salud.

Para la elaboración de estos productos se debera obtener maquinarias y otros recursos que vayan acorde para esta producción, y asi poder comercializar y vender.

El obtener 5000 cabras permitira abastecerse de la materia prima de calidad y asi poder ofrecer al mercado productos nuevos innovadores y de calidad obteniendo confiabilidad en los posibles clientes al adquirir nuestros productos creados de la leche de cabra

La creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra beneficiará a los habitantes de esta comunidad dando fuente de empleo y mejorando su situación económica, además beneficia al cliente al momento de adquirir estos productos muy nutritivos, los derivados de la leche de cabra, se puede decir que esta empresa es innovadora y factible dentro del mercado.

Objetivos

Objetivo General

Evaluar la influencia de las estrategias de elaboración y producción en el desarrollo económico mediante estudios que involucren a los comuneros, socios, clientes y distribuidores para la creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna aguadita.

Objetivos Específicos

- ✚ Analizar las estrategias de elaboración y producción que contribuirán al desarrollo económico del sector.

- ✚ Proponer la creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena

- ✚ Evaluar las estrategias de elaboración y producción ideales para el buen desarrollo económico

- ✚ Determinar las causas que ayuden a desarrollar la economía del sector

- ✚ Analizar el desarrollo actual de la comuna Aguadita

Hipòtesis

La influencia de las estrategias de elaboración y producción de los derivados de la leche de cabra contribuirá en el desarrollo económico de los socios mediante

estudio de mercado que involucre a los comuneros, socios, clientes y distribuidores de la comuna Aguadita, Paroquia Colonche, Provincia de Santa Elena

Variables.

Variable independiente: Estrategias de elaboración y producción

Variable dependiente: Desarrollo económico

Operacionalización de las variables

La identificación de las variables es muy importante ya que estas son características o cualidades que tiene un tema. Una variable es una propiedad, característica o atributo, son conceptos clasificatorios que permiten ubicar a los individuos en categoría o clases como son:

Variable independiente: es aquella característica o propiedad que se supone ser la causa del fenómeno estudiado, por lo tanto en nuestro problema se reconoce que la causa el cual son las estrategias de elaboración y producción .

Variable dependiente: es la propiedad o característica que se trata de cambiar mediante la manipulación de la variable independiente, habiendo reconocido la causa del problema se obtiene el efecto que ocasiona como es el desarrollo económico en la comunidad y mas pueblos aledaños.

La operacionalización de las variables es un cuadro el cual tiene una forma fácil de explicación de nuestro tema, conceptos básicos e instrumentos a utilizar para el desarrollo de nuestra propuesta .

Operacionalización de las variables

CUADRO 1: Operacionalización de la variable independiente

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
<p>Variable Independiente: Estrategias De Producción Y Elaboración Es un plan de acción a largo plazo para la función Producción en el que se recogen los objetivos deseados, así como los necesarios cursos de acción y la asignación de los recursos cuyo requisito fundamental es contribuir al logro de los objetivos globales de la empresa en el marco de su estrategia empresarial y corporativa</p>	<p>✚ Producción</p> <p>✚ Estudio de mercado</p> <p>✚ Distribución</p> <p>✚ Competencia</p>	<p>✚ Concepto</p> <p>✚ Producto</p> <p>✚ Segmentación de mercado</p> <p>✚ Tendencias de mercado</p> <p>✚ Canales de distribución para productos de consumo</p> <p>✚ Canales de distribución para productos industriales</p> <p>✚ Concepto</p> <p>✚ Como es la competencia</p>	<p>✚ ¿Consume usted leche?</p> <p>✚ ¿Cada que tiempo consume leche?</p> <p>✚ ¿Conoce los beneficios de la leche de cabra?</p> <p>✚ ¿Ha probado la leche de cabra?</p> <p>✚ ¿Conoce los derivados de la leche de cabra?</p> <p>✚ ¿Qué productos de la leche de cabra ha probado?</p> <p>✚ ¿Qué productos consumiría?</p>	Encuesta

Fuente: investigación directa
 Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

CUADRO 2 Operacionalización de la variable dependiente

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
<p>Variable dependiente: Desarrollo Económico</p> <p>Es una rama de la economía que se ocupa de los aspectos económicos de los procesos de desarrollo en países de bajos ingresos. Aplica técnicas modernas de análisis macroeconómico y microeconómico, para el estudio de los problemas económicos sociales, medioambientales e institucionales que enfrentan los países de desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Economía + Precio + Problemas medio ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> + Conceptos + Importancia + Definición + Estrategias de entrada al mercado + Estrategias de fijación de precios + Conceptos + Importancia 	<ul style="list-style-type: none"> + ¿Cuál es su actividad? + ¿Qué tiempo ha trabajado en esta actividad? + ¿Forma parte de alguna asociación o trabaja independiente? + ¿Cuántos son sus ingresos que obtiene por su trabajo? 	<p>Encuesta</p>

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del tema

Este tema es desarrollado para la Comuna Aguadita en la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena se la ha perfeccionado para mejorar la escasez de estrategias de elaboración y producción para el buen desarrollo de esta comunidad y demás pueblos aledaños, estas estrategias permitirán ofrecer al mercado un producto de calidad y llamativos lo que permita que el consumidor sienta interés y necesidad de adquirir el producto.

Esta empresa se creará ya que en la provincia de Santa Elena no existe ningún otra empresa que produzca y comercialice los derivados de la leche de cabra por lo tanto esto es una oportunidad que presenta para el buen desarrollo económico, además en la comuna aguadita existe un amplia producción llegando a un aproximado de 5000 cabras.

La adquisición de la leche, yogurt y queso comúnmente son consumidos. La leche es un producto muy cotidiano lo mismo que provoca el consumo indispensable, pero la diferencia es que comparando la tabla nutricional de estos producto se reflejara de manera clara que la leche de cabra es muy buena debido a los componentes que esta posee, provocará un impacto en las personas promoviendo la curiosidad y necesidad de adquirirlos.

La Provincia de Santa Elena es un lugar que cuenta con muchos recursos y lugares turísticos lo que permite que muchos turistas ingresen a nuestra provincia, esto sería una ventaja ya que no solo el mercado provincial lo consumirían sino también a nivel nacional e internacional.

1.2. Fundamentación teórica

1.2.1. Estrategias de producción y elaboración

1.2.1.1. Producción

Un plan de acción a largo plazo para la función producción en el que se recogen los objetivos deseados, así como los necesarios cursos de acción y la asignación de los cuyo requisito fundamental es contribuir al logro de los objetivos globales de la empresa dando como resultado un patrón consistente para el desarrollo apropiado de las decisiones tácticas y operativas de un subsistema. “Es muy importante saber que para llevar una producción se debe tomar en cuenta varios parámetro y saber la meta que nos vamos a trazar, y lograrlo en un plazo estimado, por lo tanto esto permite el desarrollo de la comunidad”

1.2.1.2. Importancia

La función de producción, en su perspectiva más contemporánea, se constituye en un eslabón clave de la organización para responder de manera efectiva distinta, al cúmulo creciente de necesidades, deseos y expectativa de los clientes, para lo cual es necesario diseñar, formular y poner en práctica estrategias de producción adecuadas y pertinentes. Así, producción puede desempeñar diferentes roles estratégicos en la empresa, desde un total de neutralidad interna hasta constituirse en su principal fuentes generadoras de ventajas competitivas distintiva, dependiendo de cómo sea percibida esta función de la alta gerencia.

El desarrollo ineludible y necesario de estrategias de producción, se ha convertido en un verdadero dilema para las empresas manufactureras contemporáneas, sobre todo, por la imperiosa necesidad de contemplar en estas un conjunto de elementos que tradicionalmente han pasado inadvertidos para su función productiva.

Aspectos como las prioridades y objetivos competitivos, las decisiones y políticas estratégicas, la focalización de las operaciones, la evaluación de enfoques de mejora, así como el establecimiento de medidas híbridas de desempeño, están haciéndose cada vez más cotidianos para el área de producción.

1.2.1.3. Precio

Para Harley K. y Rudelius (2009), un Producto es “un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisfacen a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor.

1.2.1.4. Proceso De Planificación De La Estrategia De Producción

La formulación de la estrategia de producción va a estar inmersa en un proceso global de planificación estratégica de la empresa, que consiste en tomar una serie de decisiones y fijar unos planes futuros a L/P sobre en qué mercados quiere competir, cuál va a ser la conducta de la empresa y cómo tiene que comportarse cada departamento. La estrategia de producción se puede dividir en tres niveles:

- 1) Estrategia corporativa: la empresa ha de decidir en qué negocios va a estar presente. La empresa debe fijar también una meta o misión empresarial que va a actuar como elemento unificador de todas las decisiones que tome la empresa.
- 2) Determinar la estrategia competitiva que va a seguir en los distintos mercados, es decir, como competir.
- 3) En la estrategia funcional hemos de centrarnos en un negocio es concreto, y hemos de preguntarnos que hay que hacer en cada departamento, habrá también que fijar unos objetivos. En este caso nos vamos a centrar en la estrategia de producción.

1.2.1.5. Análisis del entorno

El análisis del entorno hace referencia a la organización de la empresa. Este análisis implica determinar cuáles son los objetivos de la empresa, la tecnología la estructura organizativa, los sistemas de planificación y control el personal, etc.

La comprensión de las interacciones entre los elementos internos es clave tanto para la formulación como para la implantación de las estrategias. El análisis externo refleja la conexión de la empresa con su entorno. En el análisis externo se analiza el entorno empresarial que se divide en dos tipos:

1.2.1.6. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

El estudio de mercado es generalmente primario o secundario. En el estudio secundario, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente.

Las ventajas del estudio secundario incluyen el hecho de ser relativamente barato y fácilmente accesible. Las desventajas del estudio secundario: a menudo no es específico al área de investigación y los datos utilizados pueden ser tendenciosos y complicados de validar.

1.2.1.7.Segmentación del mercado

La segmentación del mercado es la división de la población en sub-grupos con motivaciones similares. Los criterios más utilizados para segmentar incluyen las diferencias geográficas, diferencias de personalidades, diferencias demográficas, diferencias en el uso de productos y diferencias psicográficas.

1.2.1.7.1. Tendencias de mercado

Se definen como los movimientos al alza o a la baja del mercado durante un periodo de tiempo. Es más complicado determinar el tamaño del mercado si estas comenzando con algo completamente nuevo. En este caso se deberá obtener el número de clientes potenciales o segmentos de clientes.

Además de la información acerca del mercado objetivo se debe tener información acerca de la competencia, clientes, productos, etc. Por último se necesita medir la eficacia del marketing para el producto. Algunas técnicas para esto son:

- ✚ Análisis de los clientes
- ✚ Modelado de opciones
- ✚ Análisis de la competencia
- ✚ Análisis de riesgo
- ✚ Investigación de productos
- ✚ Investigación de publicidad
- ✚ Modelado del mix comercial (Precio, Producto, Plaza, Publicidad)

1.2.1.8. Distribución

Se emplean usualmente, parte de la premisa de que los productos de consumo (aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal) y los productos industriales (aquellos que se compran para un procesamiento posterior

o para usarse en un negocio) necesitan canales de distribución muy diferentes; por tanto, éstos se dividen en primera instancia, en dos tipos de canales de distribución: 1) Canales para productos de consumo y 2) Canales para productos industriales o de negocio a negocio. Luego, ambos se dividen en otros tipos de canales que se diferencian según el número de niveles de canal que intervienen en él.

1.2.1.9. Canales de distribución para productos de consumo

Este tipo de canal, se divide a su vez, en cuatro tipos de canales:

Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante a los Consumidores): Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario. Las actividades de venta directa (que incluyen ventas por teléfono, compras por correo y de catálogo, al igual que las formas de ventas electrónicas al detalle, como las compras en línea y las redes de televisión para la compra desde el hogar) son un buen ejemplo de este tipo de estructura de canal.

Canal Detallista o Canal 2 (del Productor o Fabricante a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas (tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, gasolineras, boutiques, entre otros). En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos. **Canal Mayorista o Canal 3** (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios:

1) los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y 2) los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final).

Este canal se utiliza para distribuir productos como medicinas, ferretería y alimentos de gran demanda, ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas.

Canal Agente/Intermediario o Canal 4 (del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este canal contiene tres niveles de intermediarios: 1) El Agente Intermediario (que por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; no tienen actividad de fabricación ni tienen la titularidad de los productos que ofrecen), 2) los mayoristas y 3) los detallistas.

Este canal suele utilizarse en mercados con muchos pequeños fabricantes y muchos comerciantes detallistas que carecen de recursos para encontrarse unos a otros. Por ejemplo, un agente de alimentos representa a compradores y a vendedores de comestibles.

El intermediario actúa a nombre de muchos productores y negocia la venta que éstos fabrican con los mayoristas que se especializan en productos alimenticios. A su vez, éstos mayoristas venden a los comerciantes y tiendas donde se venden alimentos.

En este tipo de canal casi todas las funciones de marketing pueden pasarse a los intermediarios, reduciéndose así a un mínimo los requerimientos de capital del fabricante para propósitos de marketing.

1.2.1.10. Canales de distribución para productos industriales

Este tipo de canal tiene usualmente los siguientes canales de distribución:

Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante al Usuario Industrial): Este tipo de canal es el más usual para los productos de uso industrial, ya que es el más corto y el más directo. Por ejemplo, los fabricantes que compran grandes cantidades de materia prima, equipo mayor, materiales procesados y suministros, lo hacen directamente a otros fabricantes, especialmente cuando sus requerimientos tienen detalladas especificaciones técnicas. En este canal, los productores o fabricantes utilizan su propia fuerza de ventas para ofrecer y vender sus productos a los clientes industriales.

Distribuidor Industrial o Canal 2 (del Productor o Fabricante a Distribuidores Industriales y de éste al Usuario Industrial): Con un nivel de intermediarios (los distribuidores industriales), este tipo de canal es utilizado con frecuencia por productores o fabricantes que venden artículos estandarizados o de poco o mediano valor . También, es empleado por pequeños fabricantes que no tienen la capacidad de contratar su propio personal de ventas.

Los distribuidores industriales realizan las mismas funciones de los mayoristas. Compran y obtienen el derecho a los productos y en algunas ocasiones realizan las funciones de fuerzas de ventas de los fabricantes.

Canal Agente/Intermediario o Canal 3 (Del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios y de éstos a los Usuarios Industriales): En este tipo de canal de un nivel de intermediario, los agentes intermediarios facilitan las ventas a los productores o fabricantes encontrando clientes industriales y ayudando a establecer tratos comerciales. Este canal se utiliza por ejemplo, en el caso de productos agrícolas.

Canal Agente/Intermediario - Distribuidor Industrial o Canal 4 (del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Distribuidores Industriales y de éstos a los Usuarios Industriales): En este canal de tres niveles de intermediarios la función del agente es facilitar la venta de los productos, y la función del distribuidor industrial es almacenar los productos hasta que son requeridos por los usuarios industriales.

1.2.1.11. Competencia

Porter sostiene que el grado de rivalidad en un sector va a depender de cinco fuerzas competitivas:

1) Competidores actuales (rivalidad existente): sería el nivel de lucha que exista entre las empresas. La rivalidad puede depender del tamaño relativo de las empresas, es decir, del número de empresas que haya en el sector. Sí las empresas son del mismo tamaño habrá más lucha entre ellas.

2) Amenaza de competidores potenciales: se trataría de analizar sí existen competidores potenciales, es decir, la posibilidad de que entren nuevas empresas a competir en ese sector. Dicha amenaza depende de que las barreras de entrada sean altas o bajas en el sector.

3) Amenaza de productos sustitutos: sería la posible amenaza de productos sustitutos, que son productos que desempeñan la misma función pero que se obtienen con distintas tecnologías. Cuantos más productos sustitutos existan, más rivalidad y menos rentabilidad tendrán las empresas.

4) El poder de negociación de los clientes: puede que los clientes tengan un gran poder de negociación y que presionen para que el producto sea mejor o sea más barato.

Cuanto mayor sea el poder de negociación de los clientes peor estará la empresa.

5) El poder de negociación de los proveedores: lo mismo que con los clientes puede ocurrir con los proveedores, ya que pueden presionar por vender un producto a un precio más alto o bien por reducir las prestaciones que ofrece el producto. Cuanto mayor sea el poder de negociación de los proveedores peor estará la empresa.

1.2.2. Desarrollo Económico

La economía de desarrollo surgió como una rama de economía debido a la preocupación después de la Segunda Guerra Mundial sobre el bajo nivel de vida en tantos países de América Latina, África, Asia y Europa Oriental. Estos estudios buscaban entender, entre otros puntos, el cómo se podía lograr el desarrollo económico y social lo más rápido posible, porque el proceso de crecimiento industrial y el desarrollo que se había visto en Europa Occidental, EEUU y Japón no se había extendido a otras naciones o regiones, proceso que con anterioridad se creía sucedería "naturalmente".

1.2.2.1. Economía

Definición de Economía, los profanos que se acercan por primera vez a la materia suelen dar conceptos relacionados con el dinero, con el valor de las cosas o con la riqueza de las personas o los países. Si preguntamos a una persona en la calle su opinión sobre los problemas económicos, su respuesta aludirá seguramente al paro, la subida de los precios o la situación de la Bolsa. Efectivamente, el campo de estudio convencional de la Economía abarca todos los problemas relacionados con la determinación del precio de las cosas, con el análisis de actividades que implican costes y que producen beneficios medibles en dinero, en suma, con la producción y distribución de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades humanas.

1.2.2.2. Precio

Definición del Precio Es la cantidad de dinero que se requiere para adquirir un producto o servicio y satisfacer una necesidad

1.2.2.2.1. Importancia

Es importante para la economía porque es un regulador básico del sistema económico al terminar la asignación de recursos a los factores de producción. El precio determina lo que se producirá y quien obtendrá los bienes y servicios producidos. Es importante para las empresas individuales, porque afecta la posición competitiva y su participación en el mercado y en sus ingresos y sus utilidades.

Es importante para el consumidor, porque las percepciones de algunas personas acerca de la calidad del producto dependen directamente de por lo regular se piensa que al precio más elevado le corresponde una mayor calidad. En sus percepciones de calidad también pueden influir el prestigio del vendedor y la publicidad.

1.2.2.2.2. Estrategias de entrada en el mercado

Estrategias de entradas al mercado, precios basados Precios basados en el descremado del mercado, consiste en ponerle a un nuevo producto un precio inicial alto, con relación a lo que espera el mercado meta, con ello se busca buenos márgenes de ganancia, recuperar gastos de investigación en el menor tiempo posible, limitar la demanda y así no rebasar la oferta, también da flexibilidad porque es más fácil bajar un precio que subirlo. Es adecuada El nuevo producto posee características especiales que los consumidores desean, la demanda es inelástica.

Precios basados en la penetración del mercado en este caso a un nuevo producto se le pone inicialmente un precio bajo, con relación a lo que espera el mercado meta con el fin de penetrar inmediatamente en un mercado masivo y así ganar un importante volumen de ventas y una gran participación en el mercado, asimismo busca desalentar el ingreso de nuevos competidores. Es ideal para productos con un mercado enorme, la demanda es elástica, se puede lograr economías a escala y se prevé una fuerte competencia en breve.

1.2.2.3. Problemas medio ambientales

Problemas ambientales en áreas urbanas y en los alrededores de éstas son fenómenos que derivan del aumento del crecimiento urbano y que se traducen en el deterioro de las condiciones ambientales.

El cambio del uso del suelo, y la concentración del uso de recursos naturales, están en el origen de los problemas ambientales.

Como lugar de crecimiento demográfico, actividad comercial e industrial, las ciudades concentran el uso de energía y recursos y la generación de desperdicios al punto en que los sistemas tanto artificiales como naturales se sobrecargan y las capacidades para manejarlos se ven abrumadas.




Esta situación es empeorada por el rápido crecimiento demográfico de las urbes. Los daños o costos ambientales resultantes ponen en peligro la futura productividad de las ciudades y la salud y calidad de vida de sus ciudadanos.

1.2.2.3.1. Empresa

Las empresas con más éxitos actualmente, existen hoy por que hace muchos años ofrecieron el producto adecuado en el momento oportuno a un mercado en rápido crecimiento.

1.2.2.4. Clasificación de los productos:

CUADRO 3 Clasificación De Los Productos De Leche De Cabra

PRODUCTO	DETALLE	GRAFICO
LECHE	Durante cientos de años, se ha reconocido a la leche de cabra como la más cercana a la leche materna. Aunque a primera vista los niveles de grasa y proteína son similares a los de la leche de vaca, existen diferencias significativas en los tipos de grasa, proteínas y la presencia de otros componentes en menor cantidad. En comparación con la leche de vaca, la leche de cabra provee ventajas adicionales debido a otros factores	
QUESO	El queso de cabra es una opción diferente para aquellas personas amantes del queso, pero que deben bajar el colesterol. El queso de cabra contiene dentro de su composición química principios nutritivos que permite actuar contra la alta concentración de colesterol en sangre.	
YOGURT	Cuando hacemos yogurt y el pH baja alrededor de 4.5, en lugar de 7.1-2 (como en la leche líquida) , las proteínas se desnaturalizan, lo que significa que, a causa de la acidez, las proteínas pierden su estructura en tres dimensiones (estereoquímica), que sería el motivo por el cual la caseína preocupa a los alergistas.	

Fuente: Google

Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

1.3. Entorno político y legal

1.3.1. Constitución De La República Del Ecuador

La constitución de la República del Ecuador, nos indica todas las leyes las cuales son establecidas para respetarlas, como las formas de trabajo, intercambios económicos y comercio justo, el ahorro y las inversiones. Todos estos artículos deben ser considerados al momento de establecer una empresa. También se ha considerado los objetivos que tiene el plan del buen vivir pues esto nos permitirá a nosotros como empresa ser humanos y considerar al personal de trabajo.

1.4. Análisis del macro entorno

Sector Real

El crecimiento económico del país hasta el cuarto trimestre del 2012 mantiene una tendencia estable con una tasa de variación de 4.2. El sector petrolero es el que continúa impulsando el crecimiento productivo nacional con el 10% durante el mismo periodo. Las principales actividades económicas que influyen sobre este comportamiento son:

El comercio al por mayor y menor 15%, industrias manufactureras 14%, explotación de Minas y canteras 13%, Agricultura y ganadería con 10% y la Contrucción 11%.

Sector Externo

En cuanto a la balanza comercial que comprende a los meses de enero a mayo de 2013 registró un déficit de USD -287 millones, representando una disminución del saldo comercial de 142.3%%, comparándola con el superávit del mismo período en el año 2012, que fue de USD 677.8 millones.

La Balanza Comercial Petrolera que comprende los meses de enero a mayo del año 2013 presenta un saldo a favor de USD 3,244.9 millones, lo que representa un -24.6% comparado con la cifra obtenida en el mismo período del año 2012 la cual fue de USD 4,300.9 millones. Además, el déficit de la Balanza Comercial no Petrolera, en el periodo de enero a mayo del 2013, presentó un incremento en de 2.5% con relación a la cifra obtenida en el mismo período del 2012, pasando de USD -3,623.2 millones a USD -3,531.9 millones. Al respecto de las exportaciones totales entre los meses de enero a mayo de 2013, Alcanzaron USD 10,172.5 millones, este monto representa una disminución de 2.3% Comparadas con las ventas externas registradas entre los meses de enero a mayo del 2012, las cuales fueron de USD 5,641.9 millones, además tenemos un resultado negativo en las exportaciones petroleras de -11.9% provocadas por la disminución del Petróleo.

1.5.Análisis económico

PIB del sector

A partir de la publicación N°. 80, las Cuentas Nacionales trimestrales, a precios constantes, toman como referencia el año 2007 en lugar del año 200; la suma anual de los agregados macroeconómicos trimestrales se ajusta a los resultados de las Cuentas Nacionales anuales Base 2007. Según sus resultados, en el año 2011 el PIB se ubicó en 61,121 millones de US dólares y su crecimiento, con relación al año 2010, fue del 8.0%

Inflación

En Enero del 2013, la inflación mensual se ubicó en 0.50%, porcentaje inferior al registrado en el mismo mes del año 2012; 6 divisiones de consumo registraron inflación sobre el promedio general, en tanto, en 2 se registró deflación lo que atenuó el resultado que genera.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño de la investigación

El paradigma cuantitativo nos ayuda a solucionar el problema optando por la creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra. Este diseño tiende a ser altamente estructurado, de modo que el investigador especifica las características principales del diseño antes de obtener un solo dato o información.

Para el desarrollo del proyecto se ha considerado el diseño cuantitativo ya que se enfoca en un tema de inversión de cantidades, precios, valores a considerar para su desarrollo.

Para el diseño cuantitativo se ha utilizado la encuesta ya que es una técnica la cual permite investigar a fondo, tener respuestas exactas y saber lo viable que es el proyecto.

2.2. Modalidad de la investigación

Este proyecto se basa a una modalidad de inversión ya que la creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, se utiliza recursos financieros, lo cual se invierte para tener en un tiempo dado resultados que benefician a la comunidad entera. Toda empresa para poder emprender se necesita de inversión, aunque no se visualicen ganancias al mismo instante, pero en un tiempo determinado se las obtienen debido a los años de producción.

Esta inversión no solo beneficia al productor mediante los buenos ingresos que genere al fabricar el queso, yogurt y la leche, sino también al consumidor, debido al producto que se presenta ya que constan con diversos nutrientes que benefician tanto niños como adultos, para mantener una buena salud y buen desarrollo corporal e intelectual.

La Empresa productora de derivados de la leche de cabra se ejecutará en la Comuna Aguadita, un proyecto donde se invierte muchos recursos y mediante presupuestos se puede saber cuánto se utilizará para elaborar estos productos en un lugar adecuado, lo más importante dentro de esta inversión es que en esta comunidad existe una gran cantidad de cabras lo que permite abastecerse de materia prima y poder procesar los productos.

Esta modalidad se considera como un proyecto de inversión y no solo se abastece de materia prima, sino que también se tiene mano de obra disponible y mediante capacitaciones al personal se tendrá un trabajador preparado para el procesamiento de los productos como es el queso, yogurt y leche, al mismo tiempo la venta y comercialización de dichos productos. Esto será posible presentando publicidad lo que permite dar una buena imagen a la comunidad. Además el posible consumidor o cliente sienta atracción, curiosidad y al mismo tiempo una necesidad de consumir los productos.

2.3. Tipos de investigación

En la Creación de la Empresa productora de derivados de la Leche de cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena se estudia y se analiza los diferentes tipos de investigación, refiriéndonos a lo expuesto en programas oficiales la consideramos útil, ya que estos tipos de investigación permite cumplir con el propósito y obtener datos que ayudan a resolver el problema.

Los tipos de investigación son métodos que van acorde a nuestro tema planteado.

Dentro de los tipos de investigación tenemos por el propósito, por el nivel y por el lugar. Estos tipos ayudan a la Creación de la Empresa Productora de derivados de la Leche de cabra en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

2.3.1. Por el Propósito

Por el propósito como su nombre lo indica se basa en la meta o el alcance de la investigación.

Nuestro propósito es el de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la Comuna Aguadita de la Parroquia Colonche, para esto se utiliza una investigación aplicada quien permite emplear los conocimientos adquiridos para el desarrollo de esta empresa, para esto se se realiza el análisis de la investigación aplicada.

Investigación Aplicada.

Se caracteriza por su interes en la aplicación practica de los conocimientos ; su propósito es el conocer para hacer, actuar o construir le preocupa la utilización inmediata de los conocimiento sobre una realidad. La investigacion aplicada se la utiliza en la creación de esta empresa por que nos referimos a algo específico, ademas en el capítulo I como es nuestro marco teórico, tenemos datos e informacion el cual nos permite aplicar en la producción de derivados de la leche de cabra. Mediante esta adquisición del proceso de la elaboración de los derivados de la leche, se procede a producir el queso, el yogurt, la leche y asi poder comercializarlo.

Dentro de nuestro propósito se ha considerado esta investigación aplicada ya que esta trata el análisis del problema y su adquisición de conocimiento y mediante esto aplicarlos y así cumplir con el tema propuesto como es de crear la empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

2.3.2. Por el nivel

Por el nivel se basa en profundizar los conocimientos adquiridos para el tema investigado

Para la creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena dentro de los tipos de investigación se analizará el nivel donde el proyecto se direccionará y ayudará a profundizar todos los conocimientos adquiridos con respecto al tema propuesto.

La adquisición de conocimientos permite saber cuán amplio es este proyecto que pasos debemos seguir y cuáles son las herramientas a utilizar, para esto se necesita profundizar todos los aspectos a darse en el desarrollo por lo tanto para profundizarlos se debe analizarlos e investigarlos más a fondo y así poder saber la importancia.

Investigación descriptiva

Se relaciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente para así describir lo que se investiga. Según Paredes Wilson, Paredes Nataly (2010). Consideran “consiste en reflejar lo que aparece, tanto en el ambiente natural, como social, la descripción puede ser como información primaria o secundaria.

Mediante este tipo de información están comprendidas como investigaciones descriptivas: los estudios de caso, las encuestas, el análisis documental y los estudios de correlación, es descriptiva cualquier investigación que no sea experimental, en camina a observar y describir fenómenos “Cómo aparecen, Cómo son y Cómo sucedió algo”.

1.3.3. Por el lugar

Como su nombre lo indica el lugar en donde se va a realizar la investigación. Dónde realizaremos las investigaciones para obtener información y así poder lograr la Creación de una Empresa Productora de derivados de la Leche de cabra en la Comuna Aguadita, para esto hemos considerado la investigación bibliográfica y la investigación de campo.

Investigación Bibliográfica: Consiste en la búsqueda de información científica en la biblioteca. La investigación bibliográfica puede ser realizada independientemente o como parte de la investigación de campo. Esta investigación permitirá realizar búsqueda de información mediante libros, internet y llegar a la solución del problema y mediante la obtención de información poder poner en práctica todo lo investigado referente a la Creación de la Empresa Productora de derivados de la Leche de Cabra.

Investigación de Campo: La investigación de campo es la actividad científica que se lleva a cabo en el campo de los hechos o sea en los lugares de la investigación. Esta investigación va a permitir obtener mucha información del lugar que se va a desarrollar el proyecto, mediante encuestas, entrevistas, en la comuna Aguadita y poder obtener información directa del lugar donde se realiza el proyecto como es la Creación de una Empresa Productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

La investigación de campo nos permitira ir al lugar del problema y desarrollo de su debida solución.

2.4. Métodos de la investigación

2.4.1. Método Analítico

El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podra establecer las relaciones entre causa-efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación

La idea de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra mediante el análisis de los de todos los métodos , intrumentos, técnicas y demás. Para tratar la información se analizan sus resultados si son beneficiables o no, pero de acuerdo a lo analizado es un proyecto factible, debido que en ningún otro lado de la provincia existe una empresa procesadora de productos derivados de la leche de cabra.

2.4.2. Método Inductivo

Fundamentalmente la inducción, a pesar de tener como referencias las premisas verdaderas, podra llegar a conclusiones cuyo contenido es más amplio que el de las premisas con las que se inicio el análisis del problema de investigación. Lo cual la inducción se sustenta en la generalización de propiedades comunes a casos ya observados

La creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra mediante la observación se podra inducir nuestra factibilidad y profundizar conocimientos de esta idea.

2.5. Técnicas de investigación

2.5.1. Encuesta a proveedores

Este tipo de encuesta se ha considerado ya que sobrepasa el número de personas la cual se dirigen las entrevistas, por lo tanto esta encuesta se la realiza a los 60 socios que desean ser parte de la empresa ofreciendo su materia prima y al mismo tiempo su mano de obra para llevar el buen proceso de elaboración de los productos derivados de la leche de cabra.

2.5.2. Encuesta a consumidores

Es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

La encuesta es una forma de obtener información interna de otra persona, mas bien una información confidencial donde la persona encuestada no posee temores al escribir o decir lo que piensa del tema propuesto.

La encuesta es muy importante y la mas clara de comprender, porque mediante las escalas de likert y una debida tabulación nos ayudara a tener una respuesta coherente y precisa que nos permita poner en marcha la empresa productora de derivados de la leche de cabra en la Comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

Estas encuesta se realizaron en los diferentes lugares de la Provincia de Santa Elena, diferentes cantones el cual corresponden, considerando la muestra que es de 383 personas.

2.6. Instrumentos de la investigación

2.6.1. Cuestionario.

Por medio del cuestionario para la encuesta se recolecta y se obtiene información clara y precisa el cual el encuestado podrá decirnos todo lo que piensa acerca del producto de manera reservada y así tener resultados que nos permite saber cuanta aceptación tiene en el mercado la creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

Además se realizó otro tipo de cuestionario para los proveedores ya que son un grupo de 60 socios quienes tienen las cabras y nos proveerán de la materia prima.

Para el desarrollo del cuestionario se ha considerado las variables, independiente como dependiente por lo tanto se ha estudiado la población objetivo como es la Provincia de Santa Elena.

El lanzamiento de los productos derivados de la leche de cabra es dirigido a la provincia de Santa Elena, para esto se ha considerado la población económicamente activa como es de 176285 y se toma una muestra como es de 383 habitantes a los cuales se procederá a realizar las encuestas.

2.7. Población y muestra

2.7.1. Población

La población es un término definido desde la demografía da a conocer la cantidad de habitantes que viven en un lugar de lo que es la población.

La población a la que se dirige el proyecto de creación de empresa productora de derivados de la leche de cabra, corresponde los pobladores de la Provincia de Santa Elena.

La población objetivo es de 18 a 80 años de edad lo que resulta 176285 habitantes lo cual serán nuestros posibles consumidores.

CUADRO 4: La Población

ELEMENTOS	NI
Clientes	176220
Proveedores	60
Competencia	0
TOTAL	176285

Fuente: Poblacion
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

2.7.2. Muestra

Es aquella parte representativa de una población. Aunque existen autores que, consideran a la muestra desde dos puntos de vista.

La primera como muestra con enfoque cualitativo y la segunda como muestra cuantitativas. Según Hernández R. Fernández (2003).

Dentro de los tipos de muestreo se utilizará el aleatorio estratificado y El muestreo aleatorio simple no nos garantiza que tal cosa ocurra. Para evitar esto, se saca una muestra de cada uno de los estratos.

Cálculo del tamaño de muestra estratificado

DATOS:

N: 176285

n: ζ

p: 0,50

q: 0,50

Me: 0,05

Nc: 95 – 0,95 – 1,96

$$n = \frac{N(p)(q)}{\frac{Me^2}{Nc^2}(N-1) + (p)(q)} =$$

$$n = \frac{176285 (0,50)(0,50)}{\left[\frac{0,05^2}{1,96^2} (176285 - 1) + (0,50)(0,50) \right]} =$$

$$n = \frac{176285 (0,25)}{\frac{0,0025}{3,8416} (176284) + (0,25)} =$$

$$n = \frac{44071.25}{\frac{440.71}{3,8416} + (0,25)} =$$

$$n = \frac{44071.25}{114.72 + 0,25} =$$

$$n = \frac{44071.25}{114.97} =$$

$$n = 383.33$$

$$n = \mathbf{383}$$

CUADRO 5: Resumen de la muestra

Descripción	Muestra	Instrumento
Población Santa Elena	323	Encuesta
Proveedores	60	Encuesta

Fuente: resumen de la muestra
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

2.8. Procedimientos de la investigación

2.8.1. Procedimiento

El procedimiento de la investigación se define como un conjunto de métodos, técnicas y procedimientos a través los cuales obtenemos determinadas soluciones a los distintos problemas, el tema investigado se la puede realizar por medio de documento o una presentación oral. El procedimiento de la investigación se realizó de la siguiente manera:

- ✚ Planteamiento del problema
- ✚ Formulación del problema
- ✚ Evaluación del problema

Plantear el problema buscar una problemática empresarial para esto se optó por algo innovador como es Crear una empresa productoras de derivados de la leche de cabra en la Comuna Aguadita, mediante la observación se analizó la problemática de esta comunidad el cual se abastece de la leche de cabra y no saben utilizarla, por lo que hacen falta las estrategias de elaboración y producción para el desarrollo económico de la comunidad, para esto se formuló esta idea y proponerla.

Después de haber trabajado con el problema se continuó en el desarrollo del proyecto con el fin de cumplir con los objetivos y metas planteados. Para la veracidad del proyecto se tiene una justificación de forma teórica, metodológica y práctica lo cual permite explicar la solución del problema, esto genera una inversión para poder producir y comercializar los productos como es el queso, yogurt y leche pero así mismos en un tiempo determinado se tendrá ganancias y buenos ingresos. Se debe utilizar las técnicas de investigación con sus debidos instrumentos y saber cuál será la aceptación de los productos en el mercado objetivo. El desarrollo del anti-proyecto dará paso a la tesis el cual es un requisito necesario para poder ser en un futuro buenos profesionales y empresarios exitosos.

2.8.2. Procesamiento

El procesamiento se refiere a las formas estadísticas y a la presentación de los resultados. Esta investigación consideró las fuentes primarias. Realizando una investigación de campo para poder recolectar información y mediante la encuesta obtener datos verídicos y reales sobre la Creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra, para esto se formulara un cuestionario el cual se realizaran preguntas sencillas y fácil de contestar para así obtener una información eficaz.

-Ordenamiento de la información.- una vez obtenido la información recolectada y analizada se procede a ordenar los datos de una forma organizada para no tener inconveniente en el transcurso del proyecto.

- Elaboración de las tablas o cuadrados.- consiste en la recolección de los datos primarios de entrada, que son evaluados y ordenados, para obtener información útil, que luego serán analizados por el usuario final, para que pueda tomar las decisiones o realizar las acciones que estime conveniente.

- **Construir los gráficos.**- maneras que permite presentar los datos de manera inequívoca, mostrar su relevancia y conclusiones precisa, además de establecer comparaciones.

- **Análisis de la información.**- Una vez concluida la etapa de recolección de la información de datos se inicia con una de las más importantes fases de una investigación, como es el análisis de datos en cuanto a la medición de las variables, la hipótesis formulada, el diseño de la investigación, ya que este indica el tipo de requerido para la comprobación de la hipótesis.

- **Interpretación de resultados.** La interpretación se realiza en términos de los resultados de la investigación. Esta actividad consiste en establecer inferencias sobre las relaciones entre las variables estudiadas para extraer conclusiones y recomendaciones (Kerlinger, 1982). La interpretación se realiza en dos etapas:

a) Interpretación de las relaciones entre las variables y los datos que las sustentan con fundamento en algún nivel de significancia estadística. b) Establecer un significado más amplio de la investigación, es decir, determinar el grado de generalización de los resultados de la investigación.

- **Comprobación de hipótesis.** Podemos mencionar que en la comprobación de hipótesis verificaremos si se cumple de una forma segura y veraz.

Elaboración de conclusiones.- con lo que respecta a la elaboración de conclusiones vamos daremos conclusiones positivas que nos permitan cumplir con el objetivo deseado.

Formulación de recomendaciones. Respecto a las recomendaciones analizaremos y damos a conocer los mejores criterios que permitan ayudar a trabajar a los dueños de las cabra, directivos en equipo apoyándose unos a otros.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis de resultados de la encuestas a proveedores

Esta encuesta se la realiza a los 60 integrantes a una sociedad de productores de cabra lo cual estas personas serán nuestros proveedores, quienes nos abastecerán de leche de cabra

1. ¿Cuál es su actividad?

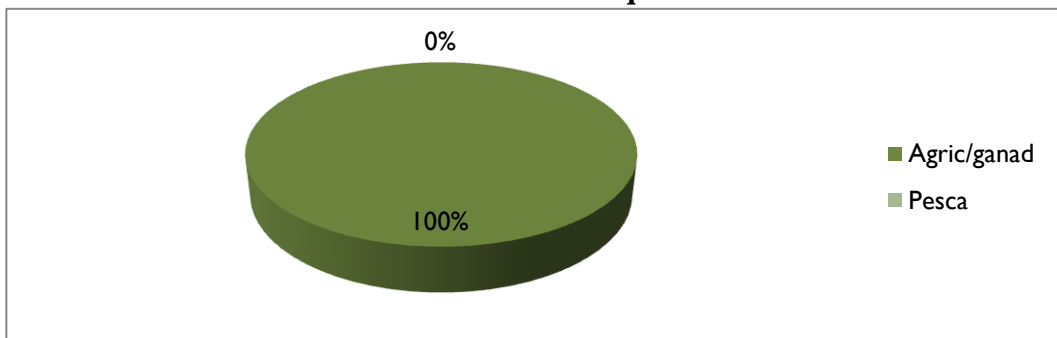
TABLA 1 Actividad que Realiza

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
1	Agric/ganad	60	100,00
	Pesca	0	0,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador

Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 1 Actividad que Realiza



Fuente: Encuestador

Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

La pregunta se la realizó para saber a qué actividad se dedican este grupo de socios para lo cual todos nos respondieron que se dedican a la agricultura y ganadería, ya que ellos por vivir en esta comunidad se les facilita trabajar en sus terrenos y poder producir.

Entro de esta actividad nos referimos a que estos socios se dedican hacer producir sus tierras y obtener algún ingreso.

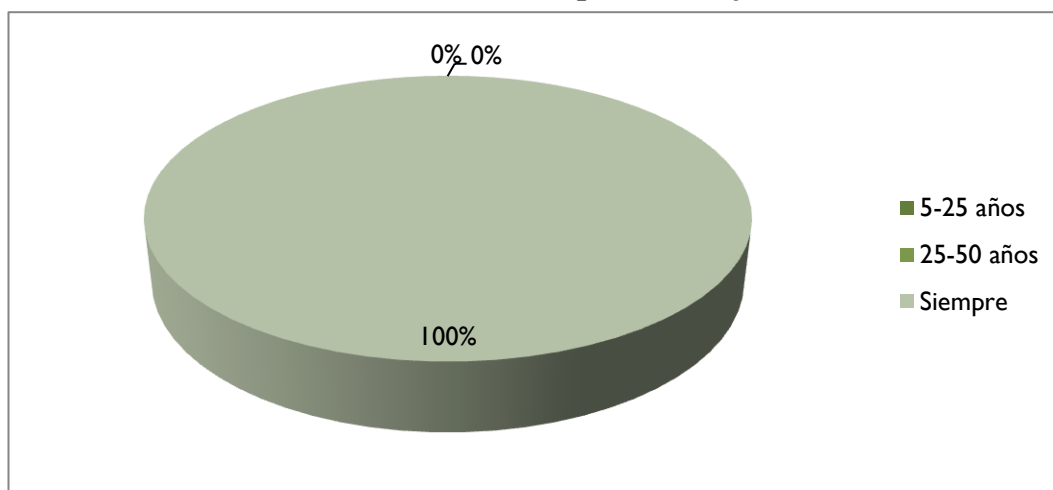
2 ¿Qué tiempo ha trabajado en esta actividad?

TABLA 2 Tiempo de trabajo

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
2	5-25 años	0	0,00
	25-50 años	0	0,00
	Siempre	60	100,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 2 Tiempo de trabajo



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta tiene la finalidad de saber cuánto tiempo tiene laborando en esta actividad, y así poder saber cuánta experiencia tiene acerca de la ganadería y agricultura, y en especial la capricultura, por lo que la gran parte de las personas de esta comunidad siempre se ha dedicado a esta actividad ya que esto se da de generaciones en generaciones desde sus abuelos, padres, tíos e hijos por lo tanto esto significa que además de tener proveedores también se tiene mano de obra disponible.

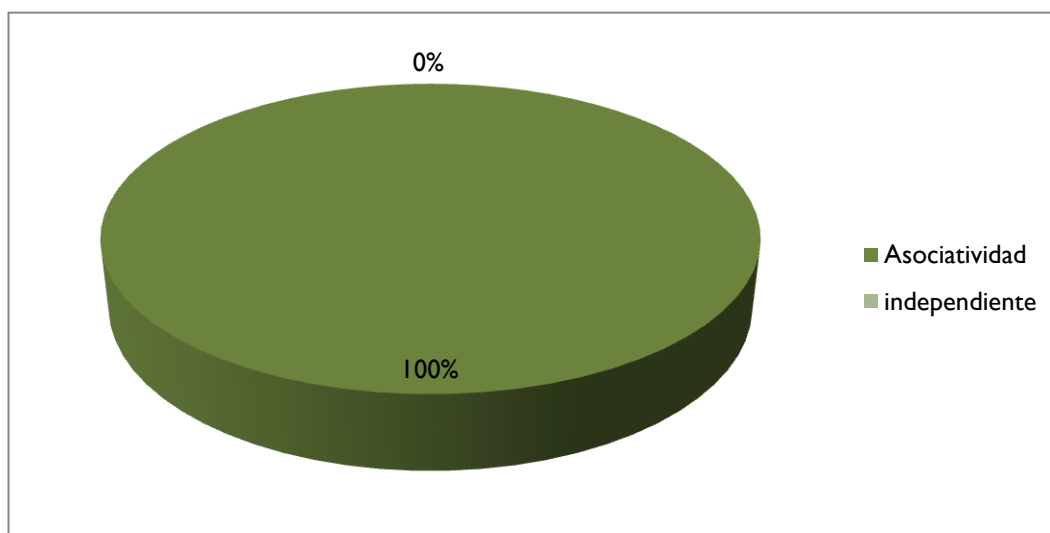
3 ¿forma parte de una asociación o trabaja independiente?

TABLA 3 Como realiza su trabajo

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
3	Asociatividad	60	100,00
	Independiente	0	0,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 3 Como realiza trabajo



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

En esta pregunta se la realizo para saber de qué manera ellos trabajaban si forman parte de una sociedad o de manera independiente, en donde todos respondieron que trabajan por medio de una asociatividad el cual participan 60 socios tanto hombres como mujeres, gente joven y de tercera edad el cual están llenos de experiencia quienes tienen un alto número de cabras, estos socios son oriundos de la comuna Aguadita y otros del recinto campo blanco perteneciente a esta misma comunidad.

4 ¿Cuántos son sus ingresos que obtiene por su actividad?

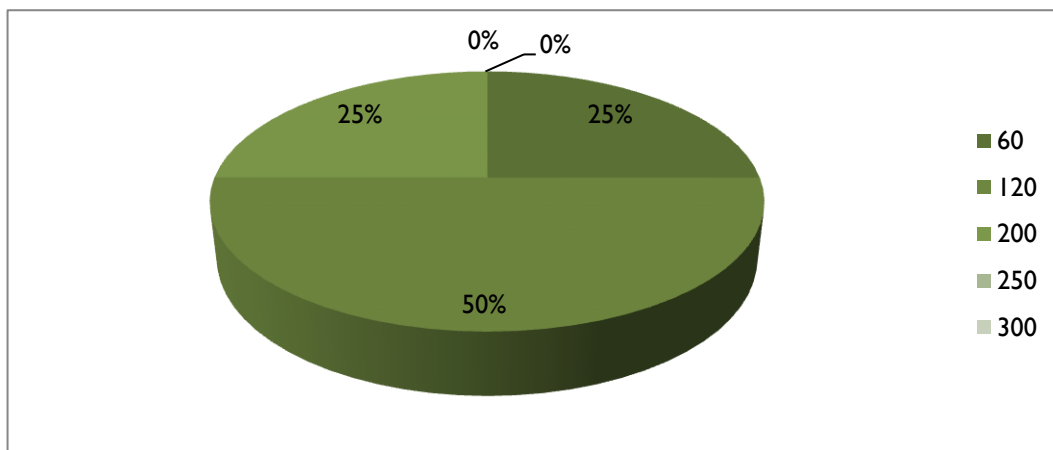
TABLA 4 Ingresos por su actividad

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
4	60	15	25,00
	120	30	50,00
	200	15	25,00
	250	0	0,00
	300	0	0,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador

Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 4 Ingresos por su actividad



Fuente: Encuestador

Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta tiene el fin de saber cuántos son sus ingresos por la actividad que realiza, la mayoría de las personas nos respondió que sus ingresos ascienden a \$120.00 dólares por la venta de leche de cabra el cual ordeñan ellos para así obtener un poco más de ingresos, ya que esta comunidad tiene un bajo desarrollo económico por no tener un trabajo estable y que puedan obtener un sueldo.

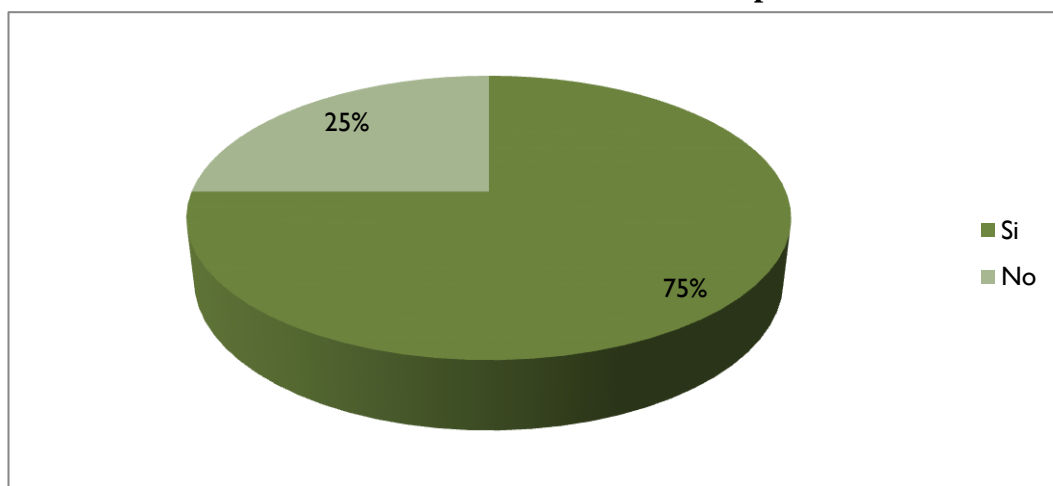
5 ¿Cuándo vende sus productos tienen dificultad?

TABLA 5 Dificultad en la venta de los productos

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
5	Si	45	75,00
	No	15	25,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 5 Dificultad en la venta de los productos



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se basa en saber si los capricultores, al vender sus productos tienen alguna dificultad por lo tanto la mayoría de los socios les dificulta vender sus productos ya que la distancia se les hace muy extensa para poder llegar al comerciante y poder vender su producto. Además de la distancia la forma de trasladarse ya que el lugar donde están ubicados no tiene accesibilidad de vehículos de cooperativa u otros por lo mismo venden sus productos con otros valores a los que ellos venden en su comunidad.

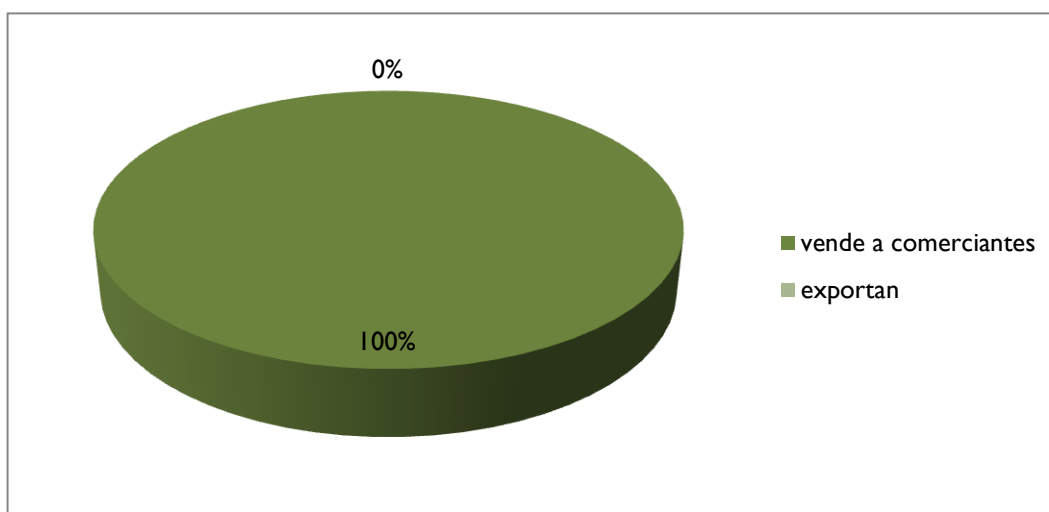
6 ¿Cómo realiza la venta de su producto?

TABLA 6 Forma de venta de los productos

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
6	vende a comerciantes	60	100,00
	Exportan	0	0,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 6 Forma de venta de los productos



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se basa en saber a quienes venden los productos por lo tanto todos los socios respondieron que a las únicas personas a las que venden sus productos son los comerciantes ya que estos los consumen para poder vender a otras personas que las necesitan estos comerciantes son del cantón la libertad. Además estas personas al ver que en nuestra provincia no existe ninguna empresa que valore la leche de cabra, se ven obligadas a venderles a los comerciantes al costo que ellos lo vean necesarios.

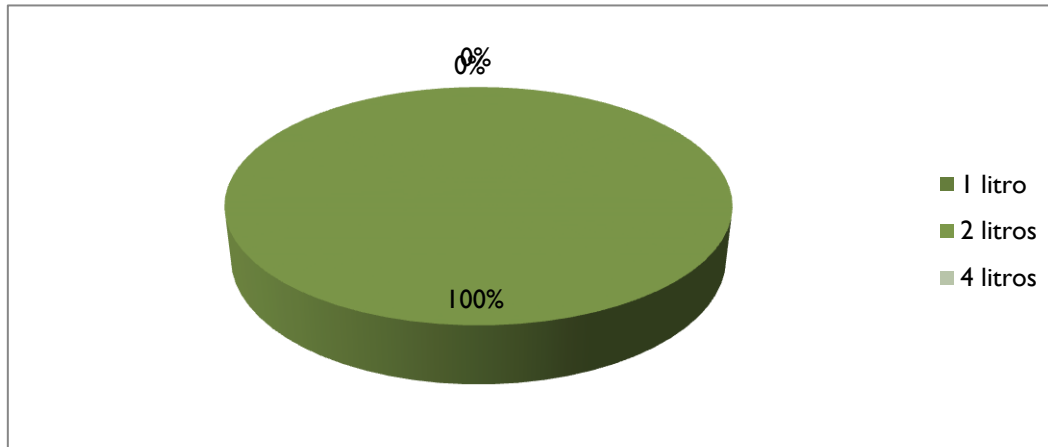
7 ¿Cuántos litros de leche obtiene por cada cabra?

TABLA 7 Cuantos litros de leche obtiene

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
7	1 litro	0	0,00
	2 litros	60	100,00
	4 litros	0	0,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 7 Cuantos litros de leche obtiene



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se la formuló para saber cuántos litros de leche se obtiene de cada cabra al momento de ordeñarla durante el día por lo cual todos los socios nos respondieron que comúnmente obtienen 2 litros de leche por cada cabra y en otras ocasiones hasta tres ya que ello por vivir en un lugar donde hay bastante alimentos para todo tipo de animal, permite que la cabra se alimente y bien y así pueda rendir más y brindar una leche muy rica en nutrientes.

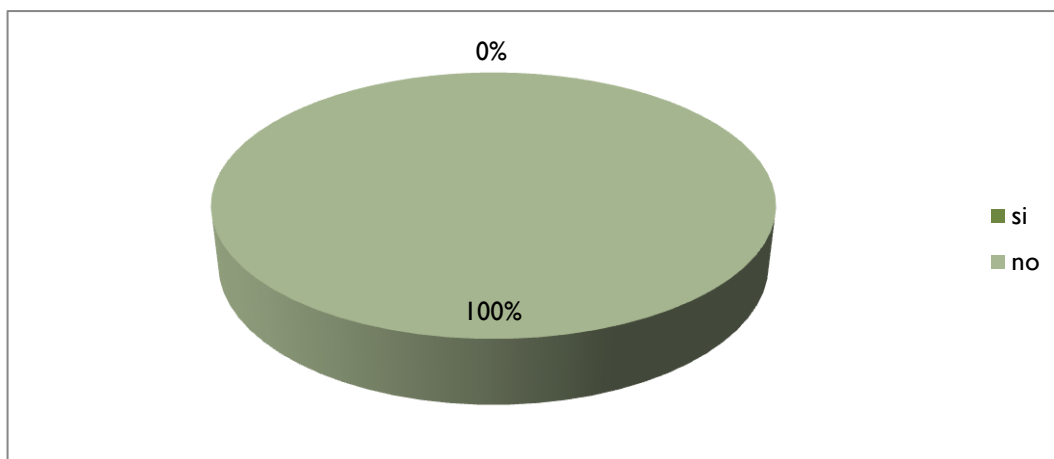
8 ¿Cuándo tiene que vender sus productos ha obtenido apoyo de alguna institución?

TABLA 8 Beneficio y apoyo de instituciones

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
8	Si	0	0,00
	No	60	100,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 8 Beneficio y apoyo de instituciones



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Nos basamos en saber si ellos para poder vender sus productos reciben apoyo de alguna institución y así se le facilite la salida de su producto como es la leche de cabra, el cual todos los socios nos respondieron que ningún tipo de institución les brindan este apoyo, aun realizando peticiones ninguna entidad del estado les ha brindado la ayuda para que estas personas puedan sustentarse mejor aprovechando los recursos que estos tienen.

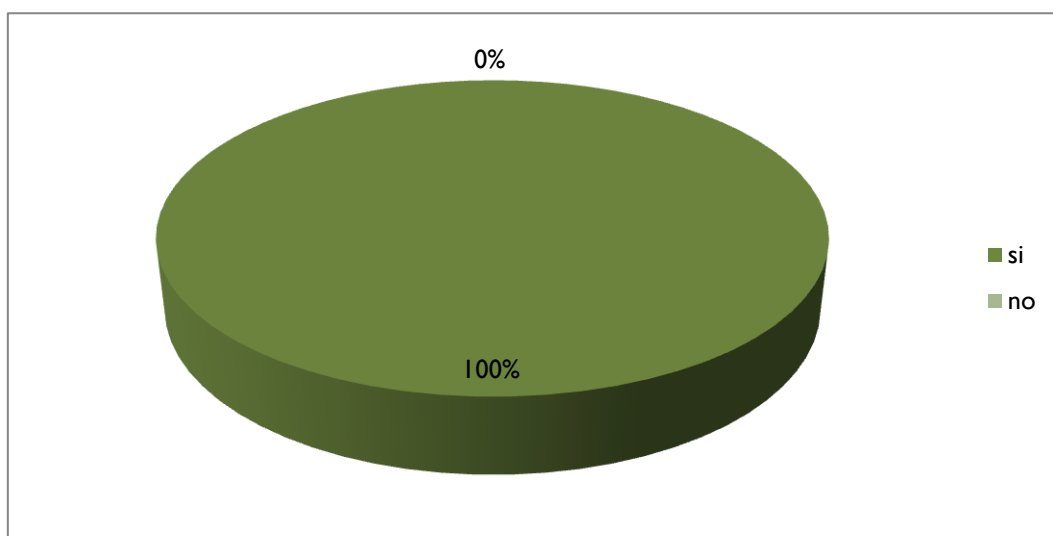
9 Si hubiera una empresa productora de leche de cabra, vendería sus productos

TABLA 9 Posible proveedores

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
9	Si	60	100,00
	No	0	0,00
	TOTAL	60	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 9 Posibles proveedores



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se la formuló para saber si ellos están dispuestos a vender sus producto si hubiera la oportunidad de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra el cual les compre su materia prima como es la leche de cabra por lo tanto todos respondieron que si están dispuestos a vender su producto y así obtener más ingresos, además no tendrían dificultad para vender y así generaría fuentes de empleo para las personas.

3.2 Análisis de resultados de la encuesta a posibles clientes

La encuesta se ejecutó en la Provincia de Santa Elena, a los diferentes Cantones, Parroquias y Comunas que esta posee. Nuestra encuesta se efectuó de forma directa con el habitante considerando las diferentes edades y grupos sociales. Esta se la realizó para obtener una información clara y real con respecto a los niveles de consumo del producto que va a ofrecer la empresa productora de derivados de la leche de cabra.

1. ¿Consume usted leche?

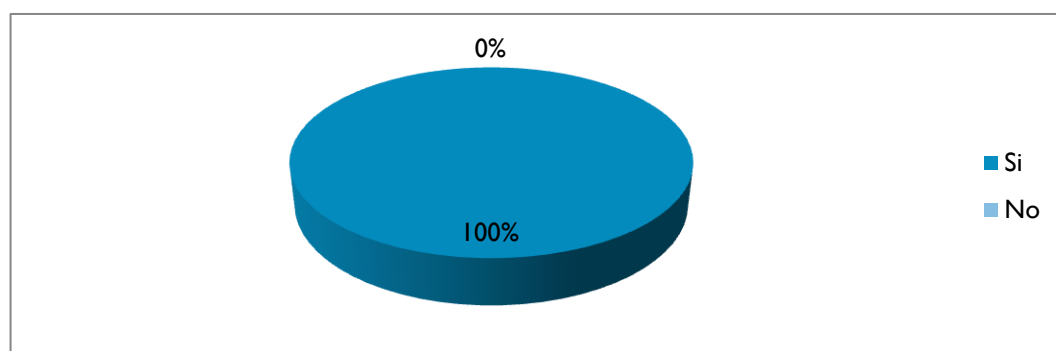
TABLA 10 Consumo de leche

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
1	Si	323	100,00
	No	0	0,00
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador

Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 10 Consumo de leche



Fuente: Encuestador

Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Este análisis se lo realiza para saber si las personas consumen leche, pues comúnmente dentro de nuestra sociedad todos consumen la leche ya que es algo primordial para el hogar ya sean en niños y adultos, por nutrición o por salud. Mediante esta pregunta podemos saber o diagnosticar si también hay la posibilidad de consumir la leche de cabra.

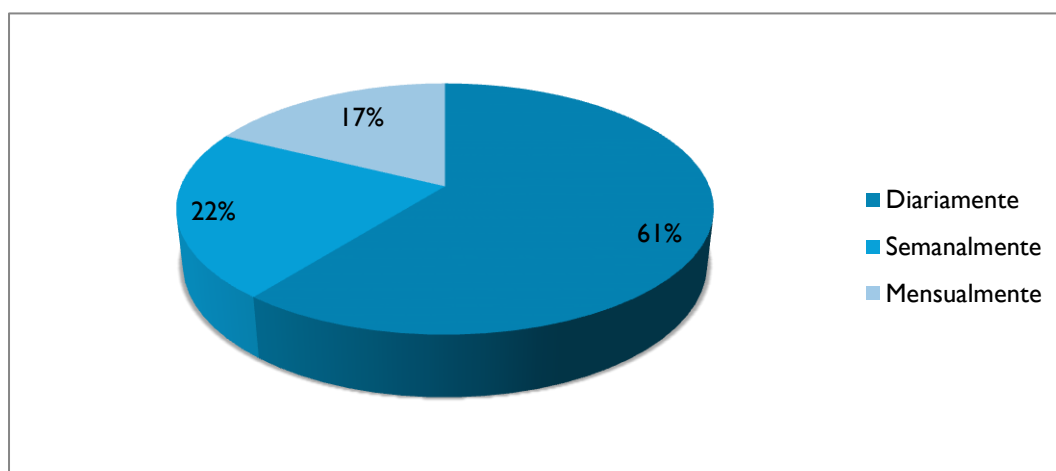
2. ¿Cada qué tiempo consume leche?

TABLA 11 Frecuencia del consumo de leche

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
2	Diariamente	196	60,68
	Semanalmente	70	21,67
	Mensualmente	57	17,65
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 11 frecuencia del consumo de leche



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se la realizó para saber cada que tiempo las personas consumen leche, en su mayoría la consume diariamente ya que es un producto primordial para el hogar ya que es utilizado para todo tipo de consumo ya sea alimentación o salud. Esta pregunta también nos permite saber si la gente también nos podrá consumir.

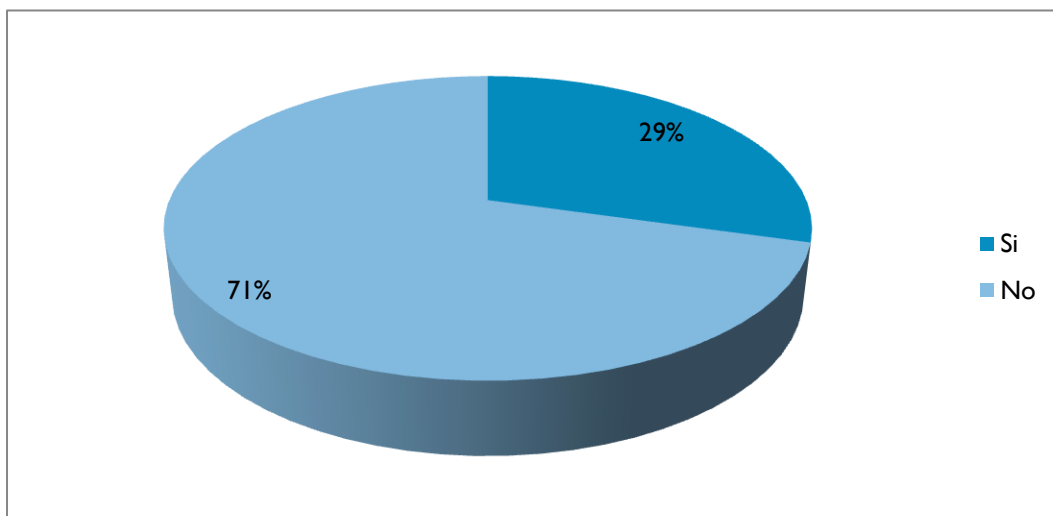
3. ¿Conoce los beneficios de la leche de cabra?

TABLA 12 Beneficios de la leche de cabra

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
3	Si	95	29,41
	No	228	70,59
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO N°12 BENEFICIOS DE LA LECHE DE CABRA



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se la realizó con el interés de saber si las personas conocen los beneficios de la leche de cabra lo cual nos indica que la mayoría no conocen, esto es algo muy beneficioso para nuestra empresa ya que al conocerlos tendrían la necesidad de consumirlos por lo nutritiva que es para todo tipo de gente, también porque es baja en grasa.

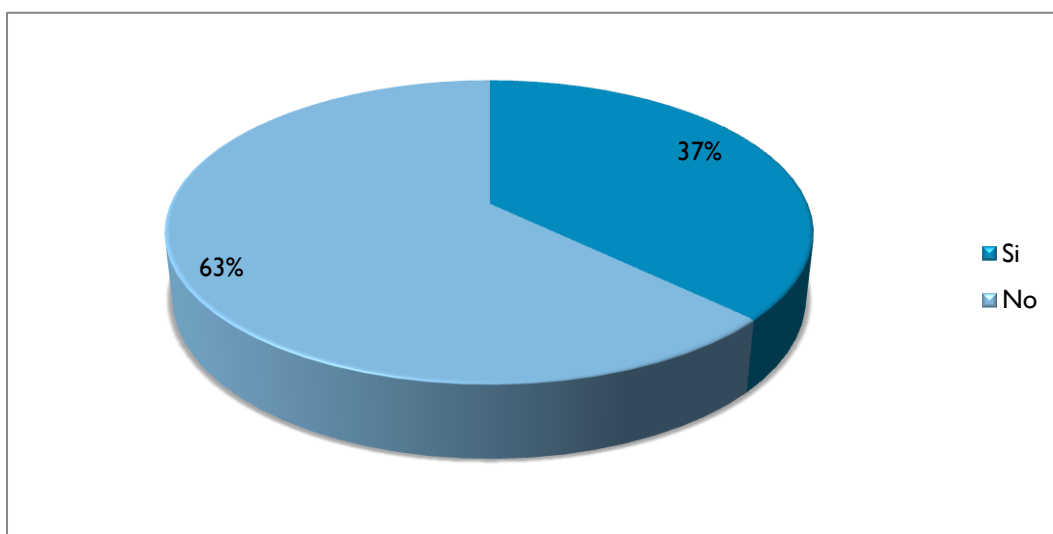
4. ¿Usted ha probado la leche de cabra?

TABLA 13 Habitantes que han degustado la leche de cabra

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
4	Si	120	37,15
	No	203	62,85
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 13 Habitantes que han degustado la leche de cabra



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta nos indica que la mayoría de la población no ha probado la leche de cabra y en su minoría si, lo ha degustado por lo tanto hay un mercado amplio que satisfacer y poder vender nuestros productos y así encontrar posicionamiento en la mente del consumidor. Y al probarla podrá saber lo rica que es, no solo en el sabor si no en los nutrientes que posee.

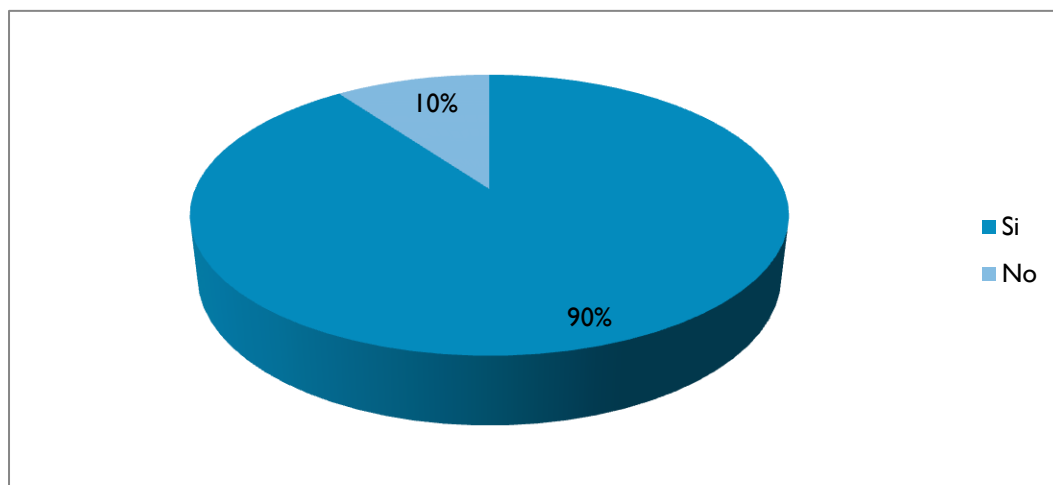
5. Para los que contestaron si en la P4 ¿le gusto el producto?

TABLA 14 Aceptación de la leche de cabra

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
5	Si	108	90,00
	No	12	10,00
	TOTAL	120	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 14 Aceptación de la leche de cabra



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se la realizo para saber si el producto les ha gustado, lo cual nos indica que a la mayoría de las personas que han probado de la población provincial si les gusto la leche de cabra, esto proporciona que estas personas serán nuestros consumidores, además serán quienes nos ayuden a obtener más clientes ya que al comentar sobre la leche ayudara a que las demás personas sientan curiosidad por conocer.

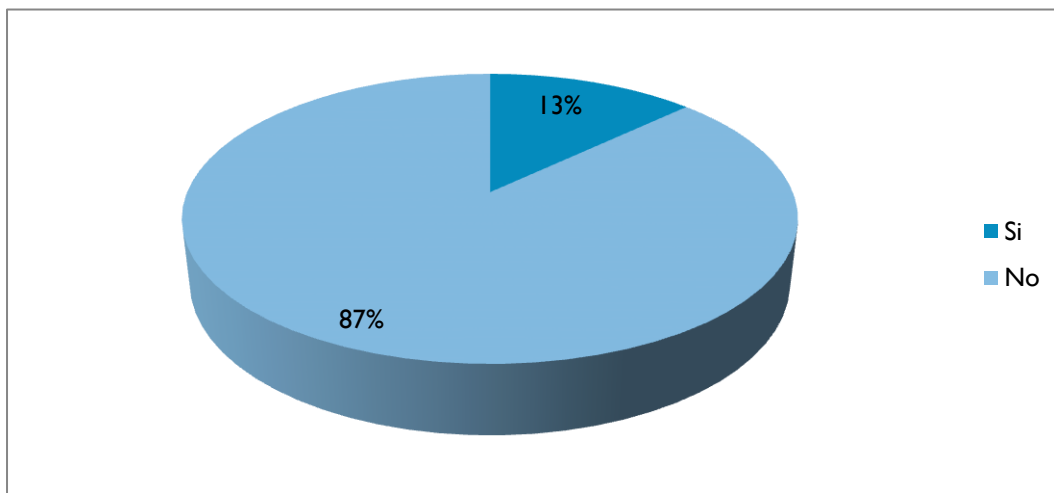
6. ¿Usted conoce los derivados de la leche de cabra?

TABLA 15 Derivados de la leche de cabra

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
6	Si	42	13,00
	No	281	87,00
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 15 Derivados de la leche de cabra



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se la empleo con el fin de saber cuántas personas conocen los beneficios de la leche de cabra, pues en su mayoría no conocen el cual esto sería una ventaja para la empresa, ya que al conocerlos querrían comprobar lo buena y beneficiosa que es. Para las personas en especial los niños ya que esta leche puede remplazar a la leche materna.

7. ¿Qué productos de la leche de cabra ha probado?

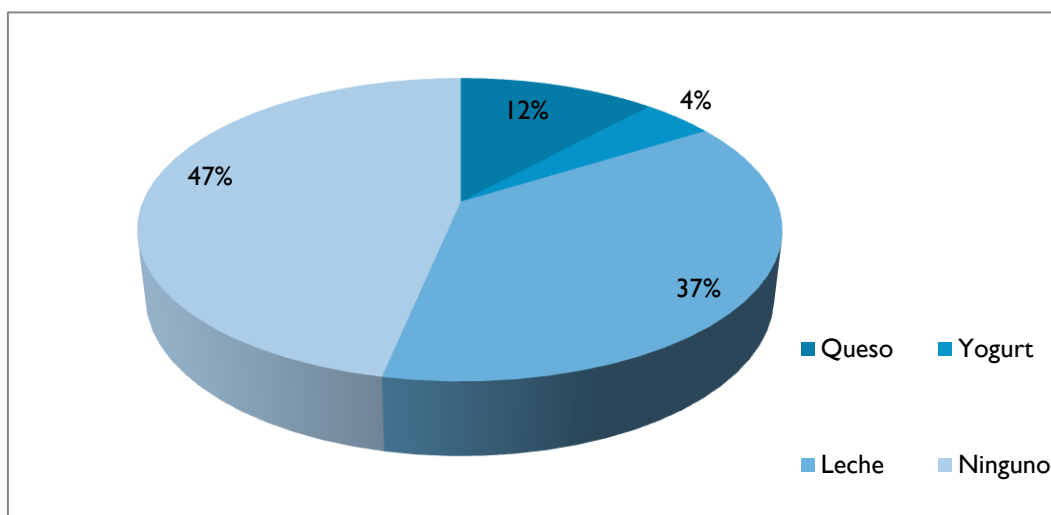
TABLA 16 Degustación de los derivados de la leche de cabra

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
7	Queso	38	11,76
	Yogurt	14	4,33
	Leche	120	37,15
	Ninguno	151	46,75
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador

Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 16 Degustación derivados de la leche de cabra



Fuente: Encuestador

Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

La formulación de esta pregunta se la realizó para saber cuántos habitantes han probado los derivados de la leche de Cabra. Por lo tanto el queso pocas personas lo han probado, el yogurt y la leche de la misma forma. Mientras que en su mayoría no han probado ningún producto creado con la leche de cabra, lo cual resultaría una ventaja para la empresa.

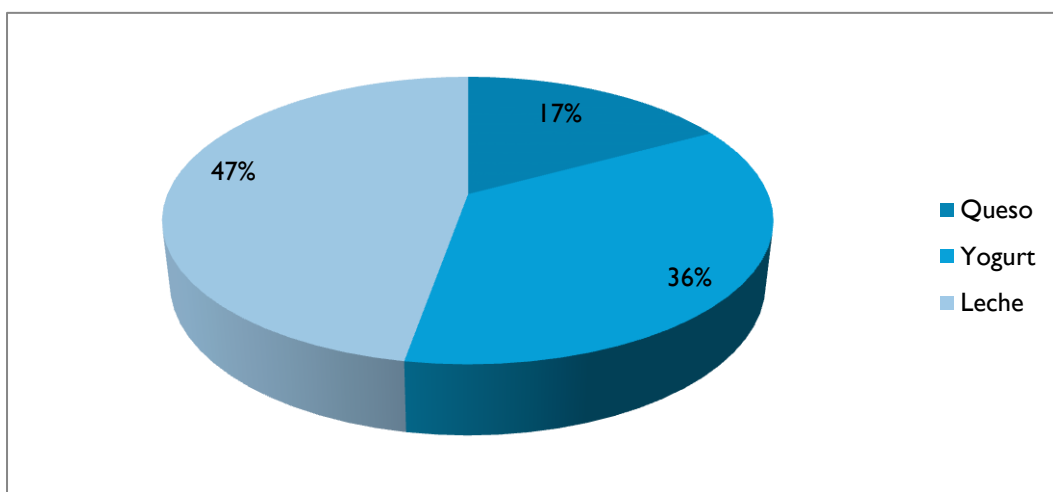
8. ¿Cuál de los siguientes productos les gustaría consumir?

TABLA 17 Consumo de los derivados

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
8	Queso	80	17,09
	Yogurt	167	35,68
	Leche	221	47,22
	TOTAL	468	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 17 Consumo de los derivados



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se basa en saber cuáles de los productos que serán consumidos, por lo que el queso lo consumirán pocas personas, el yogurt tiene un porcentaje medio y la leche en su mayoría lo consumiría, por lo que se refleja que la leche y el yogurt tendrán una mejor acogida en el mercado pero no dejamos atrás el queso. De igual manera los derivados serán procesados con la leche de cabra lo que permite que los productos sean de calidad.

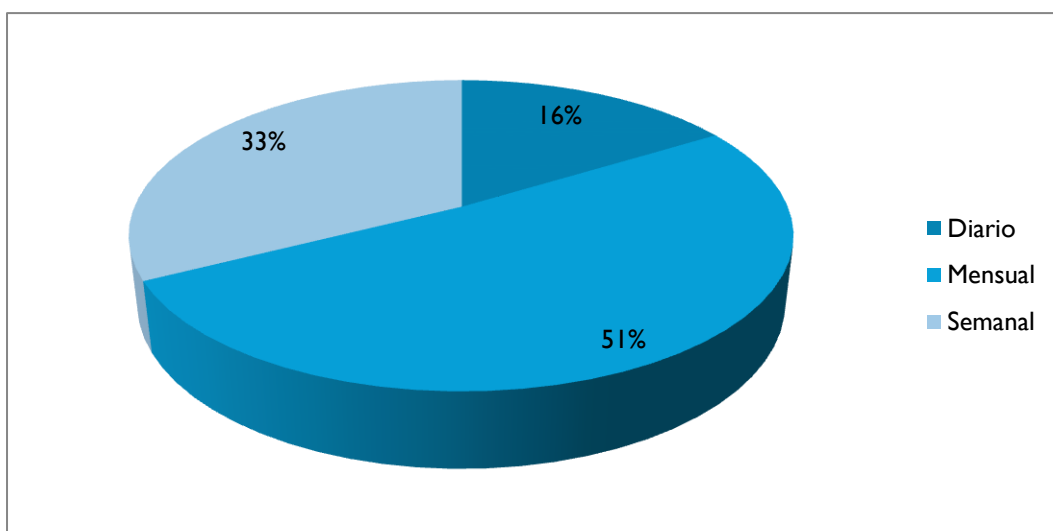
9. Queso ¿Con que frecuencia lo consumiría?

TABLA 18 Frecuencia de compra del queso

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
9	Diario	13	16,25
	Mensual	41	51,25
	Semanal	26	32,50
	TOTAL	80	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 18 Frecuencia de compra del queso



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta nos dice con qué frecuencia consumirían el queso el cual pocos de los habitantes lo consumirían diariamente y semanal y en su mayoría lo consumirían mensual, lo que proporciona que la mayoría de la gente prefiere comprarlo mensualmente ya que no es un producto que las personas lo creen indispensable.

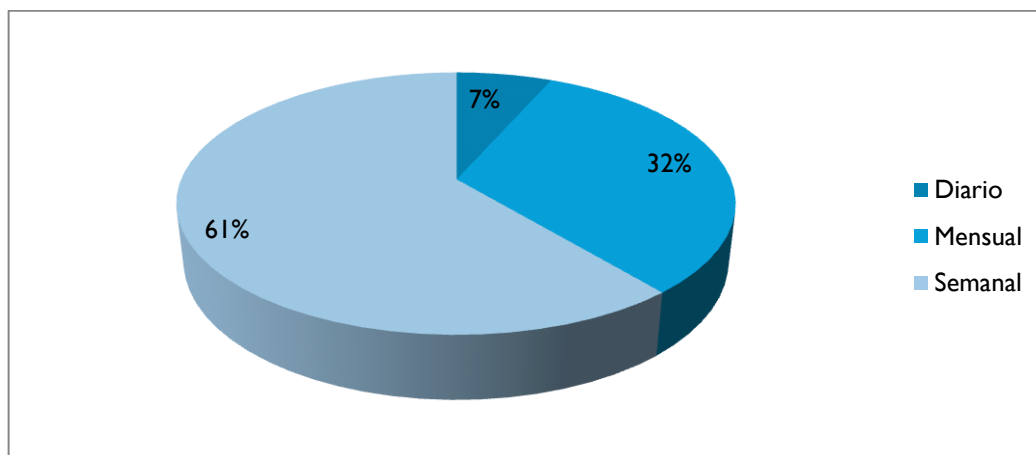
10. Yogurt ¿Con que frecuencia lo consumiría?

TABLA 19 Frecuencia de compra del yogurt

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
10	Diario	11	6,59
	Mensual	54	32,34
	Semanal	102	61,08
	TOTAL	167	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 19 Frecuencia de compra del yogurt



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

De la misma forma con qué frecuencia consumiría el yogurt los habitantes de la provincia de Santa Elena, en su minoría lo consumirían diariamente y mensualmente pues en su mayoría semanalmente por lo que se obtendrían mejores ingresos procesándolos semanalmente, ya que no sería una necesidad e indispensable pero si muy importante para la vida y salud.

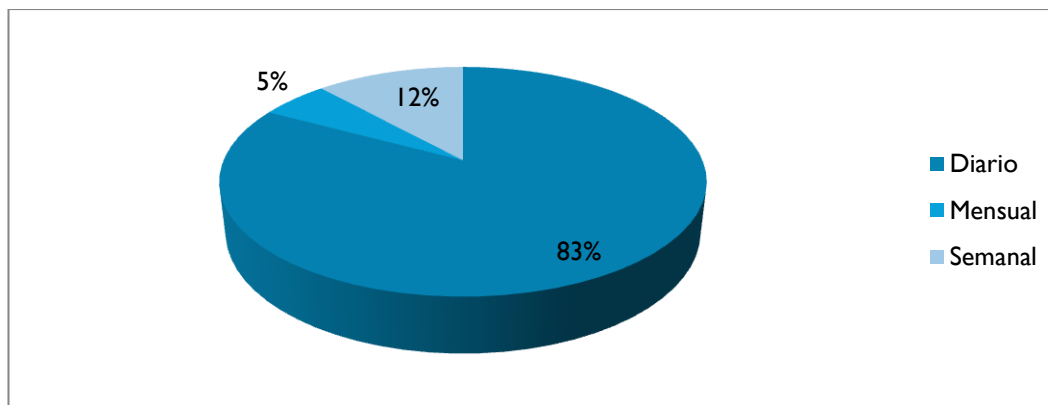
11. Leche ¿Con que frecuencia lo consumiría?

TABLA 20 Frecuencia de compra de la leche

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
11	Diario	183	82,81
	Mensual	12	5,43
	Semanal	26	11,76
	TOTAL	221	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 20 Frecuencia de compra de la leche



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta está enfocada en saber cada que tiempo consumirían la leche lo cual pocas personas consumirían mensualmente y semanalmente y la mayoría diariamente ya que la leche es un producto primordial para la vida cotidiana ya sea para alimentos o por salud lo cual esto generaría ingreso para la empresa CAPRILAC S.A.

12. Queso ¿En qué presentación le gustaría consumir?

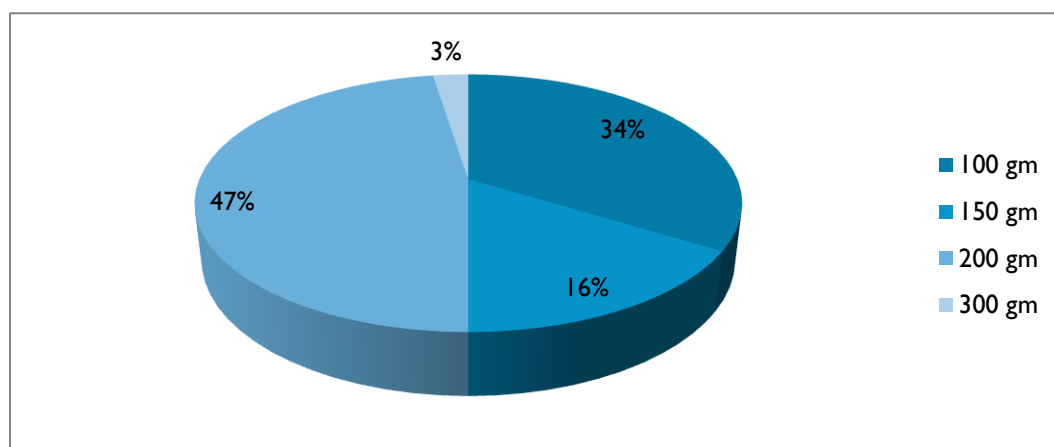
TABLA 21 Presentación de compra del queso

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
12	100 gm	27	33,75
	150 gm	13	16,25
	200 gm	38	47,50
	300 gm	2	2,50
	TOTAL	80	100,00

Fuente: Encuestador

Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 21 Presentación de compra del queso



Fuente: Encuestador

Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se basa en saber en qué presentaciones le gustaría consumir, pues en la mayoría consumirían en presentaciones de 200gm. Esto quiere que la gente prefiere en gramos de 200 ya que observa también el valor que este tendría por ser un producto de calidad.

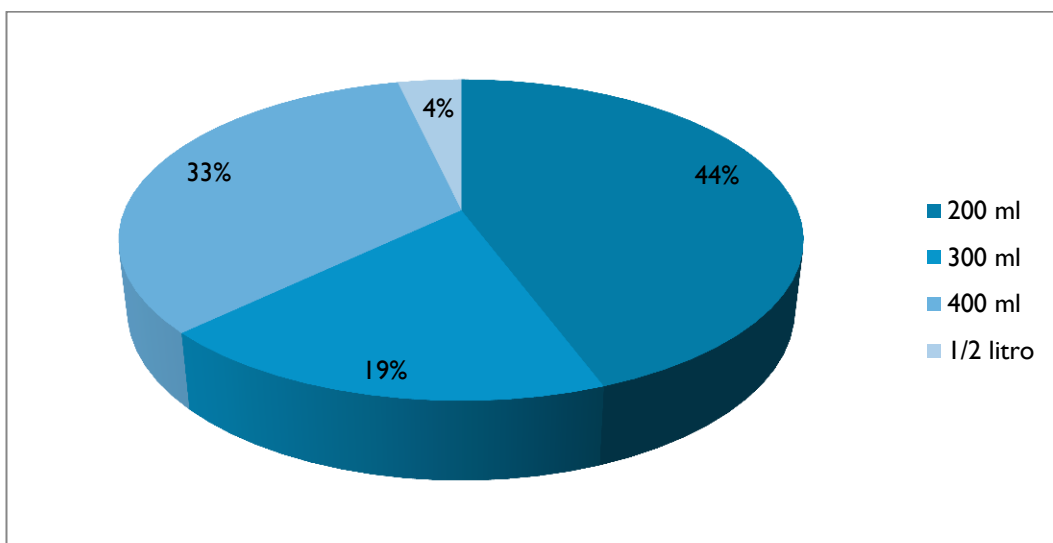
13. Yogurt ¿En qué presentación le gustaría consumir?

TABLA 22 Presentación de compra del yogurt

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
13	200 ml	74	44,31
	300 ml	31	18,56
	400 ml	56	33,53
	1/2 litro	6	3,59
	TOTAL	167	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 22 Presentación de compra del yogurt



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

De la misma forma esta pregunta nos permitirá saber cómo consumirían el yogurt, la mayoría respondió que la adquirirían en presentaciones en 200ml. De igual forma este producto se lo presenta en mililitros ya que es de calidad y su valor va acorde al beneficio que tiene para los posibles clientes del mercado provincial como es Santa Elena.

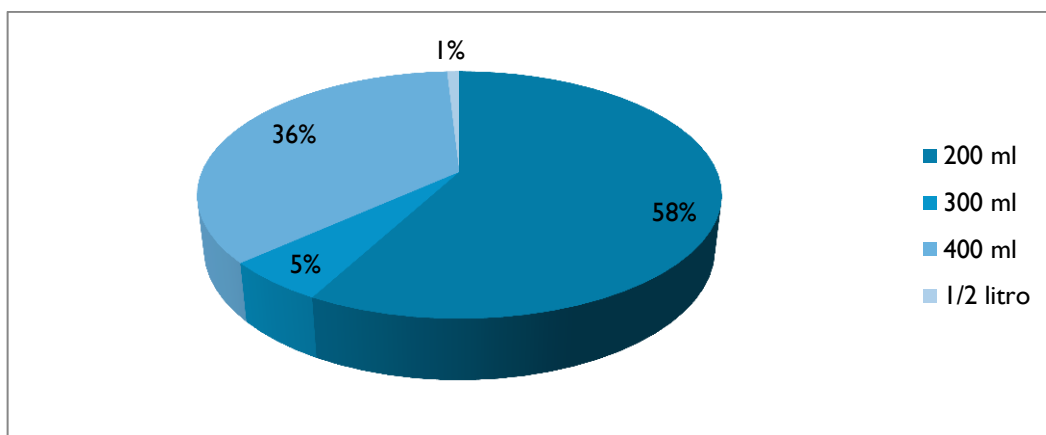
14. Leche ¿En qué presentación le gustaría consumir?

TABLA 23 Presentación de compra de la leche

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
14	200 ml	128	57,92
	300 ml	12	5,43
	400 ml	79	35,75
	1/2 litro	2	0,90
	TOTAL	221	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 23 Presentación de compra de la leche



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta refleja que la mayoría de las personas le gustaría consumir la leche en presentaciones de 200ml.

Esta información permite saber en qué presentación tendría más salida y poder elaborar productos de acuerdo al requerimiento de los posibles clientes, y así no tener desperdicios, tanto nosotros como empresa y ellos como consumidores.

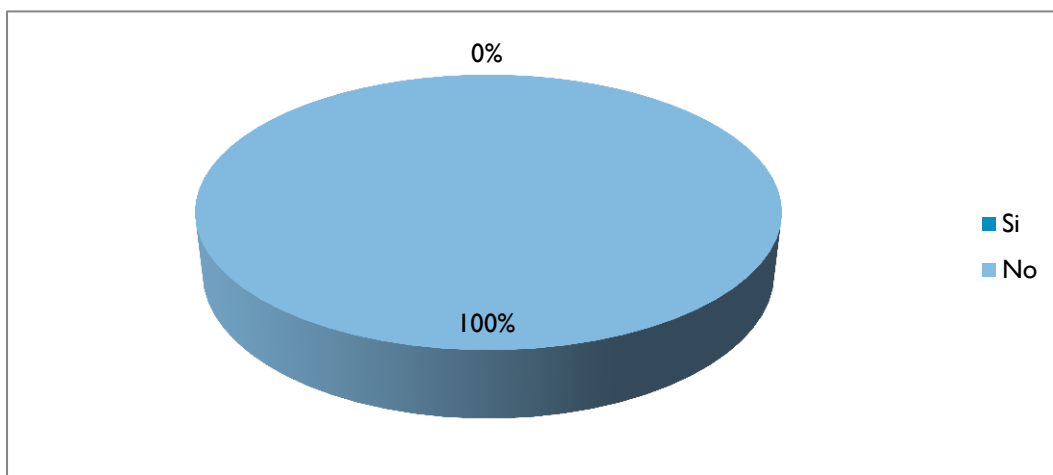
15. ¿Usted conoce alguna empresa productora de derivados de la leche de cabra en la provincia Santa Elena?

TABLA 24 Competidores

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
15	Si	0	0,00
	No	323	100,00
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 24 Competidores



Fuente: Encuestador
Elaborado Por: Roxana Mirabá Pozo

El análisis de esta pregunta nos refleja que la mayoría de las personas saben que en nuestra provincia no existe ninguna otra empresa que produzca derivados de la leche de cabra, lo que permite saber que nuestra empresa será la única en el mercado provincial y puede captar cliente y fidelizarlos, no se deja atrás que la leche de vaca podría ser competencia pero esta no cumple con todos los nutrientes como la leche de cabra.

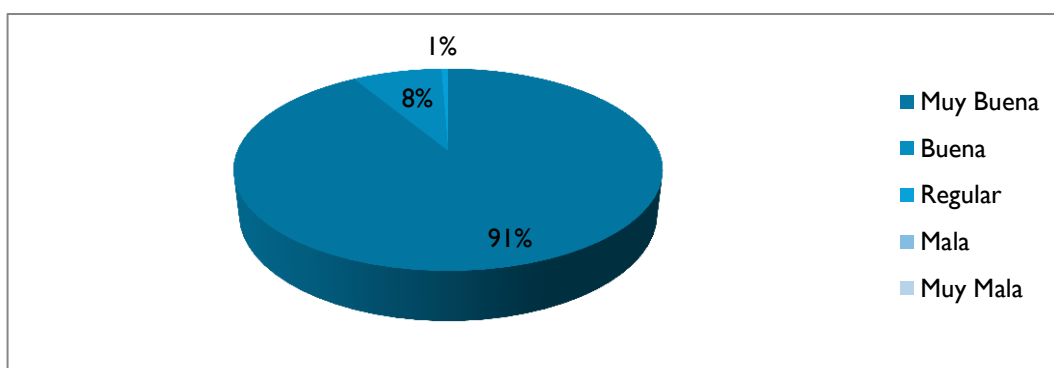
16. ¿Qué le parece la idea de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra?

TABLA 25 Creación de la empresa productora

Nº	ITEM	FRECUENCIA	%
16	Muy Buena	295	91,33
	Buena	26	8,05
	Regular	2	0,62
	Mala		0,00
	Muy Mala		0,00
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 25 Creación de la empresa productora



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta fue desarrollada para saber qué le parece la idea de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra, la mayoría de las personas está muy de acuerdo y le parece una idea muy buena. Ya que esta sería la única en el mercado y además por que ofrecerá un producto de calidad y cumpliendo expectativa de los posibles consumidores.

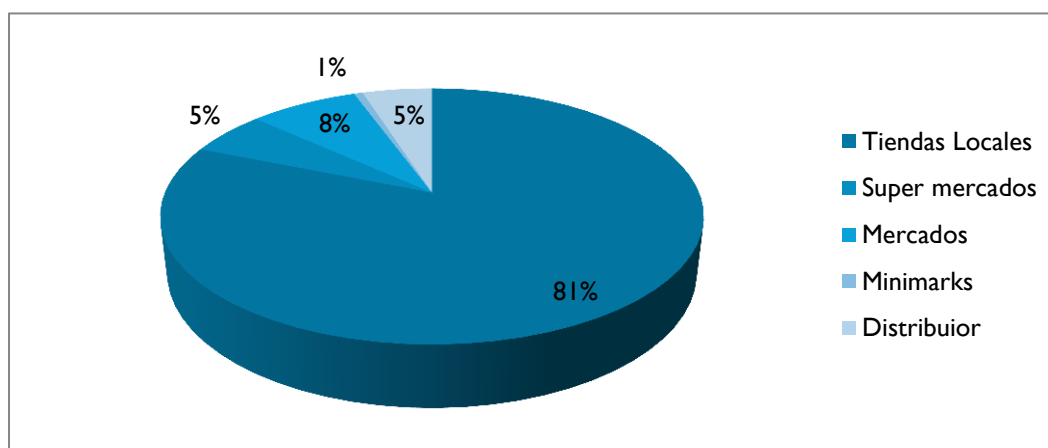
17. ¿Dónde le gustaría que existiera los lugares de venta del producto?

TABLA 26 Puntos de ventas

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
17	Tiendas Locales	262	81,11
	Supermercados	18	5,57
	Mercados	25	7,74
	Minimarks	2	0,62
	Distribuidor	16	4,95
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO 26 Puntos de ventas



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta es muy importante porque nos permitirá saber dónde le gustaría que existieran los puntos de ventas de nuestros productos, el cual la mayoría de las personas lo prefieren en las tiendas locales porque es la fuente más cercana de adquirirla y no tener dificultades para trasladarse a otros lugares, sino que estén al alcance del consumidor.

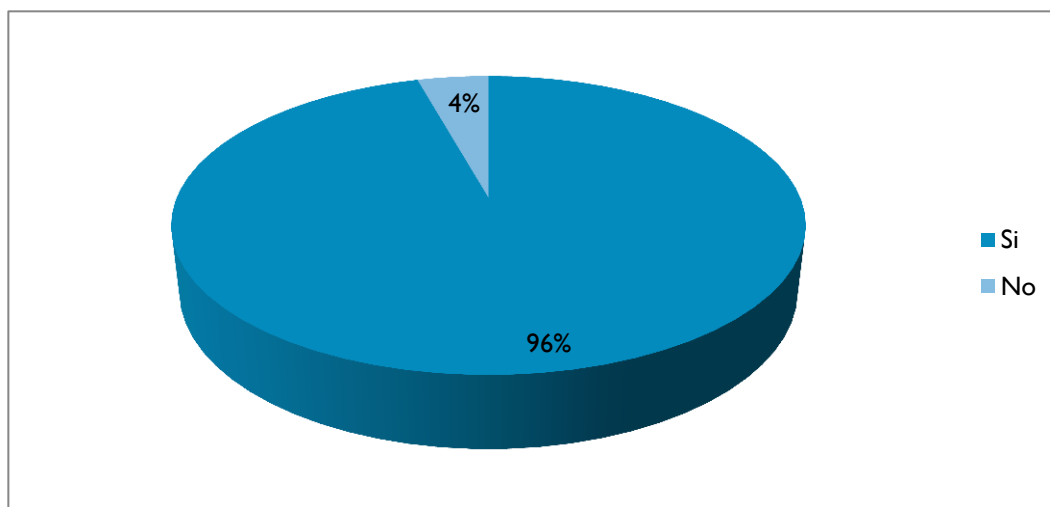
18. ¿Usted consumiría nuestros productos?

TABLA N° 27 POSIBLES CONSUMIDORES

N°	ITEM	FRECUENCIA	%
18	Si	309	95,67
	No	14	4,33
	TOTAL	323	100,00

Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

GRÁFICO N°27 POSIBLES CONSUMIDORES



Fuente: Encuestador
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Esta pregunta se basa en saber cuánta gente estaría dispuesta a adquirir nuestros productos y así poder justificar por qué nuestra empresa será factible por lo y la mayoría si consumirían nuestros productos, esta pregunta permite tener información clara para poder crear la empresa productora de derivados de la leche de cabra.

3.3 Conclusiones y recomendaciones

De acuerdo a los estudios realizados hemos analizado toda la información obtenida, el cual nos demuestra que si es posible y factible el proyecto:

3.3.1 Conclusiones

- ✚ Contamos con la aceptación de los productos de la leche de cabra como es el yogurt, queso y leche, aun habiendo en el mercado los mismos productos pero con la diferencia que son menos nutritivos

- ✚ Nuestra meta será posicionarnos en la mente del consumidor y mediante buena publicidad utilizando los medios de comunicación existentes en nuestra Provincia.

- ✚ Gracias a las herramienta utilizadas como es la encuesta se puede demostrar que estos productos tendrá buena acogida en el mercado, aun habiendo personas que no les gustaría consumir aun si probarlos, mediante la publicidad y una degustación del producto se los podrá captar y fidelizarlos

3.3.2 Recomendaciones

- ✚ Nuestro producto será nuevo en el mercado por lo tanto es necesario realizar un plan de mercadeo y así poder dar a conocer los nutrientes y beneficios que estos productos poseen.
- ✚ De acuerdo a las encuesta se identificó que el queso no tiene mucha aceptación en el mercado, es muy necesario presentar otro tipo de queso y así despertar curiosidad y más que eso queden captados
- ✚ Reforzar el posicionamiento del mercado mediante campañas publicitarias y así abarcar más mercados.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE LA LECHE DE CABRA EN LA COMUNA AGUADITA, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

4.1. Análisis de la demanda

Podemos decir que la demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado desea tener para satisfacer una de sus necesidades específicas con un precio determinado.

Por lo tanto vamos introducir nuestros productos a base de leche de cabra en la Provincia de Santa Elena, considerando el número de habitantes de esta población. Para esto se determinara el mercado actual de la demanda.

Dentro de la clasificación de los lácteos, la leche, el yogurt y el queso son productos los cuales diariamente son consumidos.

Por lo tanto la adquisición de este producto tiene el objetivo de satisfacer una necesidad, y la venta de nuestros productos dependerá de los gustos de la población

Por lo mismo mediante las encuestas se pudo identificar que muchos habitantes de la provincia si tienen esta necesidad de adquirir un producto bajo en grasas, un producto el cual lo consumen a diario. La empresa productora de derivados de la leche de cabra cumplirá con todas estas expectativas lo que provoque una fidelización del cliente.

Presentamos varios tipos de demanda las cuales se clasifican en:

CUADRO 6 Tipos de demanda

Su oportunidad	Demanda satisfecha
	Demanda insatisfecha
Su necesidad	Demanda de bienes necesarios
	Demanda de bienes no necesarios
Su temporalidad	Demanda continua
	Demanda estacional
Su destino	Demanda de bienes finales
	Demanda de bienes intermedios

Fuente: Google

Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.1.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El perfil del consumidor

El cliente o consumidor es muy importante porque de acuerdo a los aspectos del producto y sus necesidades realiza sus gasto y esto permite que el mercado este en constantes movimientos.

Se debe considerar que un cliente o consumidor satisfecho es aquel que vuelve a comprar y además es quien recomienda a otros haciendo que nuestra empresa crezca. Todos los consumidores tienen necesidades diferentes el cual está influido por el sexo, la edad, nivel de ingreso u otros aspectos. Por lo mismo las personas que podrían consumir estos productos serán toda la población ya sean niños, jóvenes, adultos y tercera edad, ya que es un producto muy nutritivo, aunque se ha considerado la población de 18-80 años de edad ya que serían personas quienes tendría ingresos independiente y podrían adquirir los productos.

Comportamiento de los consumidores

El analizar el comportamiento de los posibles consumidores nos estamos refiriendo a la actitud y comportamiento del mismo por lo tanto se considera las necesidades, gustos y preferencias al momento de escoger un producto.

El producto que ofrecerá la empresa productora de derivados de la leche de cabra cumplirá con las expectativas del cliente satisfaciendo sus necesidades.

Una de las características del consumidor es que desconoce los beneficios que tiene la leche de cabra, en conjunto con sus derivados , por lo mismo al consumir el producto le parecería muy extraño, por eso se ha considerado el comportamiento del consumidor como algo importante, por lo cual con una buena publicidad el consumidor podrá conocer los beneficios del producto y la importancia que tiene para su salud.

Además el lanzamiento al mercado de nuestros productos innovadores. Los posibles consumidores creerán que son del mismo precio y calidad de las otras empresas productora de la leche de vaca, y empresas productoras de la leche de chiva, estas ubicadas en Quito. También no conocen que la empresa estará ubicada en la comuna Aguadita provincia de Santa Elena y que sus proveedores son de esta misma localidad lo que permitirá que el costo de la materia prima influye en los precios de los productos los mismos que serán accesible para los clientes.

Segmentación del consumidor

La leche de cabra y sus derivados están dirigidos a todo tipo de persona de diferentes edades, religión, cultura o género, lo cual se ha considerado a personas de 18 a 80 años.

Habitantes que deseen adquirir nuestros productos fabricados con la leche de la cabra de nuestro sector, una leche rica en nutrientes, bajas en grasas y mucho mejor que la leche de vaca, todo esto con precios muy accesible al cliente.

El mercado nos ha permitido analizar las oportunidades de segmento a los que se presenta la empresa, nos permite identificar los potenciales clientes a quienes se puede ofrecer el producto.

Factores que afectan la demanda

El análisis de la demanda nos permite identificar lo que afecta a la empresa debido a las exigencias del consumidor con respecto al producto, de acuerdo a sus gustos y preferencia, tanto en su modelo de empaçado, como en su sabor, color, texturas, etc.

Necesidad del producto

Es fundamental analizar la necesidad que tiene el consumidor por adquirir la leche y sus derivados, ya que es un producto rico en nutrientes, bajo en grasas tanto que este puede reemplazar la leche materna, e incluso consumir sin ninguna preocupación las personas que tienen problemas de grasa.

Precio

El precio es muy importante ya que este permite el que la empresa se mantenga en el mercado y así poder crecer, la determinación del precio en un producto depende de la calidad que este tenga considerando todas sus características.

El precio del producto se puede plantear de acuerdo a los costos que este tenga, como también observando la competencia.

4.1.2. Determinación de la población objetivo

La población el cual nos hemos direccionado es la Provincia de Santa Elena que tiene una población de 176285, considerando la edad se ha escogido de 18 a 80 años de edad de diferente género o raza, tanto masculino como femenino.

4.1.3. Identificación de los clientes meta

Género. Cuando hablamos del género nos estamos refiriendo a ambos sexos, masculino o femenino sin discriminar creencias o etnias

Edad. Está dirigido a las personas de 18 a 80 años de edad de la provincia de Santa Elena o del país en general

Ingresos aproximados. El consumo de los productos están de acuerdo a la decisión de comprar

Nacionalidad. Nuestra empresa está dirigida al consumidor ecuatoriano. Pero en caso que el proyecto tenga una buena aceptación en el mercado y se mantenga no se descartaría la idea de exportar

Geografía

FIGURA 1 Mapa de la provincia de Santa Elena



Fuente: Google
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.1.4. Frecuencia de uso/ compra

Dentro del mercado, la leche es un producto muy importante ya que la mayoría de las personas lo consumen, más que por deseo, una necesidad.

Este producto se lo puede utilizar para diferentes cosas, en diferentes momentos, por lo mismo su utilización es diaria. En su mayoría las personas lo consumen observando la cantidad más no la calidad del producto, así mismo considerando el precio ya que está al alcance de muchas familias.

Por lo mismo si nos damos cuenta en el mercado un litro de leche de vaca no sobrepasa al \$1.50 esto permite que su utilización es diaria.

La empresa productora de derivados de la leche de cabra, comercializará la leche y sus derivados como son el yogurt y queso, dándoles un precio no afectado la economía si no ayudando a llevar una vida con salud. Los productos que se van a lanzar serán innovadores de calidad, nutricional y con costos de acuerdo a la calidad del producto y cómodos para adquirirlos.

Se ha estudiado la demanda actual de los productos que se va a lanzar al mercado como son los derivados de la leche de cabra, considerando el número de personas que se encuentran interesadas por adquirirlos, por eso se ha estimado el porcentaje de respuesta de las personas en la encuesta realizada en la Provincia de Santa Elena.

Para esto detallaremos mediante el cuadro N° 5 la determinación del mercado actual de la demanda donde se podrá observar que dentro de la población objetivo el 96% consumirán nuestros productos ya sea la leche, el queso y el yogurt. Basándonos al porcentaje obtenido mediante las encuestas realizadas en la provincia de Santa Elena.

CUADRO 7 Determinación del mercado actual de la demanda

MERCADO			
	Leche	Yogurt	Queso
Mercado	176285		
Porcentaje de aceptación del producto	96%		
Mercado de posibles consumidores	169234		
Porcentaje de cada producto (encuesta preg. 8)	47%	36%	17%
Mercado Actual	79540	60924	28770

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.1.5. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se consideró la tasa de crecimiento anual T.C.A. como es el 5%, a 10 años, cual en el año 2022 se obtendrá una tasa de crecimiento de 13127 consumidores.

CUADRO 8 Proyección de la demanda

AÑO	POBLACION	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL
2013	169234	8462
2014	177695	8885
2015	186580	9329
2016	195909	9795
2017	205704	10285
2018	215990	10799
2019	226789	11339
2020	238129	11906
2021	250035	12502
2022	262537	13127

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.2. Análisis de la oferta

Llamamos oferta a la cantidad de bienes o servicios que se ofrece al mercado para satisfacer una necesidad a un precio determinado. Por lo mismo la empresa productora de derivados de la leche de cabra “CAPRILAC” ofrecerá la leche, el yogurt, y el queso.

Los principales abastecedores de la leche serán los capricultores de la asociación “Nuestra Esperanza” del recinto Campo Blanco perteneciente a la comuna Aguadita, parroquia Colonche, además se ha considerado otros lugares el cual nos pueden abastecer y lograr con la producción meta, como son recinto Bellavista de la comuna Manantial de Guangala, y la comuna Bajadita de Colonche.

Esta empresa ocasionará un efecto muy importante en las personas que tengan este tipo de ganado ya que al observar que existe una empresa adquisitiva de esta materia prima podrán darle valor a este ganado ya que por medio de ellos obtendrán buenos ingresos.

Los abastecedores de la leche de cabra, directamente serán los de la Asociación de capricultores conformados por 60 socios lo cual esto permitirá abastecernos. Detallamos nuestros posibles ingresos de materia prima

CUADRO 9 Cabras a disposición para la producción

Nº DE PRODUCTORES	Nº DE CABRAS	TOTAL DE CABRAS
60	2	120

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Este cuadro nos da a conocer el número de cabras que los socios podrán a disposición para la producción con este número se empezara, serán cabras escogida, la de mejor raza, las cabras escogidas serán 120 ya que cada productor escogerá 2 de todas claro de la mejor raza para así brindar un producto de calidad.

CUADRO 10 Litros de leche de cabra diarios

TOTAL DE CABRAS	LITROS PRODUCCION DE CABRA	TOTAL LITROS
120	2	240

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

CUADRO 11 Cabras a disposición para la producción

	LECHE LITROS
SEMANA	1680
MES	6720
AÑO	80640

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.2.1. Identificación de los competidores

Nuestra empresa dentro de nuestra provincia no tiene competidores, empresas que ofrezcan este tipo de producto, pero se ha considerado como competencia a empresas abastecedora de leche de vaca ya que es la más común y adquisitiva en el mercado por no existir una muy buena como es la de cabra.

NESTLÉ ECUADOR S.A.

LA LECHERA

Tipo de industria: Industria Láctea
Datos de la empresa: Nestlé Ecuador S.A.
Presencia en Ecuador: 1990
Categoría de productos: Productos Lácteos

LA LECHERA de Nestlé fue lanzada en el año 1990, siendo Nestlé la compañía pionera en entrar al mercado de LECHES UHT. Con el transcurso de los años, LA LECHERA fue consolidando su liderazgo en el mercado y construyendo su posicionamiento con los consumidores ecuatorianos. La principal estrategia es siempre asegurar la calidad del producto y diferenciarse de los competidores en la mente de consumidores y shoppers.

Desde su lanzamiento, la comunicación de LA LECHERA siempre se ha centrado en comunicar tanto los atributos racionales como emocionales. Además de su amplio liderazgo en ventas dentro de la categoría, LA LECHERA siempre ha liderado las innovaciones en el segmento de las leches UHT: formato de 1 litro y 200ml en envases TetraPak, subsegmentos (leche semidescremada, descremada y deslactosada), abre fácil, etc.

La visión a futuro es seguir fortaleciendo la marca y sus ventas, a través de diferenciación en comunicación e innovación. Por esto, LA LECHERA es EL PODER DE CADA DÍA

Atributos de marca

A lo largo de los años, LA LECHERA ha logrado consolidar su liderazgo gracias a que ha construido los siguientes atributos en sus consumidores.

Calidad: LA LECHERA es un sinónimo de calidad. El desarrollo de los ganaderos, los procesos de recolección, transporte, fabricación y distribución así lo garantizan. Tradición y experiencia: LA LECHERA es la referencia de leche para los consumidores ecuatorianos. Es la marca PIONERA en leches UHT del Ecuador. Nutrición: Además de entregar todos los beneficios de la leche (calcio, proteínas, carbohidratos, etc), LA LECHERA tiene adicionada VIT D, que favorece la absorción del calcio en los huesos.

Sabor: LA LECHERA es la preferida por los ecuatorianos por su excelente sabor, ya que es 100% PURA, SIN SUERO NI ADULTERANTES.

Respaldo Nestlé: LA LECHERA cuenta con el respaldo de la compañía LÍDER mundial en nutrición, salud y bienestar.

INDULAC S.A

Tipo de industria: Industria Láctea

Datos de la empresa: Indulac S.A.

Categoría de productos: Productos Lácteos

INDULAC S.A, es una industria láctea con casi 50 años en el mercado ecuatoriano, se inició bajo el sueño de un visionario, un sueño de grande, contra todo pronóstico.

Misión

Elaborar productos lácteos de un alto valor nutritivo para un gran sector de la población, empleando materia prima de la mejor calidad, recursos tecnológicos de vanguardia y con un equipo humano profesional, capaz y altamente productivo. Su principal valor es el compromiso de satisfacer a sus clientes, manteniendo siempre la ética, responsabilidad y calidad como pilares de la actividad que realizan.

Visión

Apoyar el desarrollo agropecuario reconociendo su esfuerzo y estimulando una producción de calidad y con ello ofrecer un servicio a la comunidad, brindando productos altamente nutricionales que alimenten y ayuden a combatir la desnutrición de ésta y de las futuras generaciones, inspirados en un compromiso social y ético, conservando el liderazgo en el mercado nacional.

Sus productos se caracterizan por ser económicos y de excelente calidad entre los cuales mencionamos: Leche en funda, poma, tetra pack, yogurt, queso, manjar, jugos y fresquitos.

Tres generaciones y medio siglo de experiencia hacen que los consumidores afirmen que INDULAC es la “mama de las leches ecuatorianas”.

4.3. Demanda insatisfecha

Los productos como son la leche, el yogurt y el queso de la empresa “CAPRILAC S.A” está dirigido para todo tipo de persona segmentándonos a las personas de 18 a 80 años de edad. Esta empresa no tiene competencia ya que no existe ningún otra empresa que elabore productos a base de la leche de cabra en la provincia de Santa Elena, pero si se ha considerado como competencia a las empresas productoras de leche de vaca, pero nuestra empresa la supera ya que la leche que se ofrecerá es mucho mejor que la de vaca ya que es baja en grasa y llna de nutrientes

4.4. Marketing mix

El marketing mix es la combinación y el análisis de las cuatro P como es el producto, precio, plaza o distribución y la promoción.

4.4.1. Producto

La empresa “CAPRILAC S.A.” ofrecerá productos a base de la leche de cabra, estos productos serán saludables, ya que son bajos en grasa, y muy nutritivos debido a sus componentes. Nuestros productos están dirigidos a la provincia de Santa Elena y el país, a continuación detallamos los productos que se fabricaran y se lanzaran al mercado ecuatoriano

CUADRO 12 EL TIPO DE EMPAQUE DEL PRODUCTO

Producto	Empaque	Cantidad
Leche de cabra	Tetra pack	200 ml.
Yogurt de leche cabra	Tetra pack	200 ml.
Queso de leche de cabra	Al vacío	200 gm.

Fuente: empresa CABRALAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

El empaque

Todo producto debe tener una envoltura o empaque para esto se utilizará tetra pack y al vacío utilizando las fundas de mayor resistencia, todo empaque debe tener información del producto y así poder despejar alguna duda que tenga el consumidor, saber que el producto que está comprando es de calidad.

Detallamos lo siguiente:

✚ Nombre del producto

✚ Fecha de elaboración y caducidad

- ✚ Código de barras
- ✚ Marca del producto
- ✚ Cantidad del producto
- ✚ Aspectos nutricionales
- ✚ Contactos de la empresa

Tetra pack. Este tipo de empaque permitirá que el producto tenga mayor durabilidad y una mejor conservación y así este no pierda su valor nutricional, color, y sabor **Al vacío.** Para mayor conservación de los componentes del queso y su valor nutricional, se utilizaran las fundas llamadas “cryovac”

Logotipo. La empresa tiene que ser reconocida por lo mismo mediante el logotipo

FIGURA 2 El logotipo



Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Precio

El precio es muy importante ya que de acuerdo a este las personas nos consumirán y nuestra empresa podrá crecer, ampliar y hacer otros departamentos

4.4.1.1. Estrategias de precios

En la presentación de un producto el precio influye mucho ya que la mayoría de las personas prefieren la cantidad que la calidad, por esto se ha estudiado tres métodos.

Fijación de precios de penetración

Fijación de precios para ajustarse a la competencia

Precio alzado

4.5. Estrategias de distribución

4.5.1. Identificación del canal óptimo

La empresa productora “CAPRILAC” para la distribución del producto, y que este llegue al consumidor se ha considerado los canales de distribución.

Canal	Recorrido
Directo.....	Consumidor Final
Corto.....	Consumidor Final
Largo.....	Consumidor Final

4.5.2. Promoción

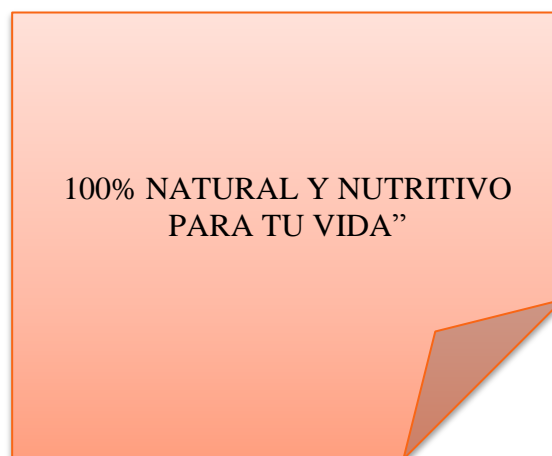
Cuando una empresa empieza a producir, necesita posesionarse en la mente del consumidor para esto se deberá trabajar con estrategias de mercadeo y poder tener buenos ingresos mediante altas ventas de los productos.

Nuestra empresa utilizara campañas publicitarias y que el cliente sienta interés por conocer el producto, lanzamiento de página web de la empresa y redes sociales mediante el Facebook, además se promocionara mediante, radio y la prensa como es el diario súper, todo esto de la Provincia de Santa Elena.

4.5.3. Slogan

Nuestra empresa se basa en brindar un producto rico en nutrientes mucho mejor que los de la leche de vaca. Para esto tenemos el siguiente slogan “100% vital y nutritivo para tu salud”, este eslogan se estableció de acuerdo al producto que se ofrece es de calidad por los beneficios que tiene el producto, los nutrientes y carbohidratos

FIGURA 3 EL SLOGAN



Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.5.4. Presupuesto de promoción

CUADRO 13 PRESUPUESTO DE LANZAMIENTO

PROMOCIÓN				
<u>PRODUCTOS</u>	<u>cantidad</u>	<u>valor</u> <u>unitario</u>	<u>TOTAL</u> <u>PROMOCIÓN.</u>	ANUAL
SUPER	3	75	225	2700
cuñas Radiales	5	6	30	360
Valla publicitaria	1	120	120	1440
TOTAL DE PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN.			S/. 375,00	S/. 4.500,00

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.6. Estrategias competitivas

En el estudio de nuestro proyecto se ha considerado estrategias para demostrar a la competencia cuan bueno es nuestro producto, por lo mismo que mediante publicidad se dará a conocer lo importante que es la cabra y los beneficios que tiene la leche para su vida.

4.7. Estudio técnico

Este análisis se la realiza para determinar el tamaño de la empresa, cuáles son sus instalaciones, donde estará ubicado y cómo será la administración de la empresa, el cual se encargara de producir y comercializar los productos derivados de la leche de cabra, en la comuna aguadita, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

FIGURA 4 MODELO DE INFRAESTRUCTURA

	Dept. control de calidad	Dept. despacho	Secretaria	Baños
Área de alimentación de cabras	Almacenamiento	Dep. de ventas		Vestidores
		Dep. Financiero		Comedor
		Dep. Administracion.		
	Área fría	Departamento de producción del queso	Departamento de producción del yogurt	
Área de descanso de cabras	Área de ordeñar las cabras	Laboratorio	Departamento Producción de la leche	
		Área de materia prima	Área de recepción de leche	

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.7.1. Infraestructura de la empresa

Para el desarrollo de nuestro proyecto hemos considerado la infraestructura el edificio donde se va a fabricar los productos esta infraestructura estará ubicada en el recinto Campo Blanco de la comuna Agudita de la parroquia colonche. En esta infraestructura se realizara la distribución de las oficinas y dentro de ellas sus respectivas maquinarias, etc. Por lo tanto para la división de estos departamentos u oficinas se tendrá que considerar los procesos de producción.

La planta de la empresa con sus respectivas oficinas son aquellas donde se ubicaran las maquinarias, el proceso de producción, todo esto permitirá que la empresa funcione de una forma organizada y así obtener buenos resultado al momento de la producción. Para poder distribuir los diferentes departamentos es importante considerar el proceso de la producción para saber cuáles serán las actividades a efectuar. La infraestructura tendrá un área 900m²

4.7.2. Capacidad instalada

La capacidad instalada de la empresa se la determina considerando la demanda del producto, infraestructura disponible, materia prima.

4.7.3. Tamaño

Para determinar la producción cuanto se va a producir, la empresa tiene que considerar cuanto se va a procesar, capacidad de los equipos, los recursos necesarios a utilizar, todo esto permite analizar cuál será el tamaño adecuado y demás implemento, observar cual es la aceptación de los productos en el mercado.

El tamaño es muy importante ya que este debe tener una amplitud extensa ya que el proceso de los productos debe tener su departamento adecuado y espaciado para tener un producto de calidad.

4.7.4. Ubicación del proyecto

Es importante analizar la ubicación de la empresa por lo tanto la empresa estará ubicada en el recinto Campo Blanco de la Comuna Aguadita, parroquia colonche, se ha escogido este lugar porque tiene la ventaja de obtener la materia prima al instante. Para esto analizaremos, la macro localización y la micro localización.

Macro localización: Trata de dar a conocer la ubicación geográfica del proyecto. Es muy importante que la empresa “CAPRILAC” obtenga la materia prima disponible, todos los servicios básicos, mano de obra. Materia prima disponible. Nosotros vamos a tener la producción propia y así reducir los costos ya que los socios son los que tienen las cabras que nos abastecerán de la leche, y por estar a disposición la leche esta nos permitirá tener un producto de calidad.

Mano de obra disponible. En la comunidad existe mucha gente el cual esta presta a trabajar ya que son personas de escasos recursos debido a la falta de empleo que existe en esta comunidad.

La existencia de energía eléctrica esta disponible, con respecto al agua hay un pequeño problema pero se lo puede hacer llegar por medio de tanqueros. Micro localización. Esta explica y da a conocer dónde va a estar ubicada la empresa detallando el lugar, para la ubicación de la empresa se cuenta con terreno suficiente y disponible el cual este es un aporte de los socios que van a ser parte de esta empresa, este lugar está ubicado en el recinto Campo Blanco, comuna Aguadita, Parroquia Colonche.

FIGURA 5 ubicación del proyecto



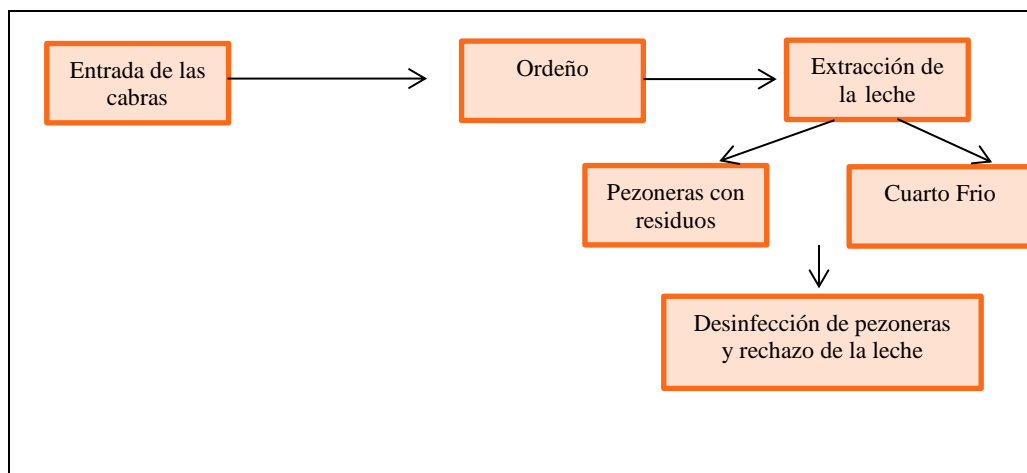
Fuente: Google
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.7.5. Descripción de los procesos de producción

Para obtener los productos mediante su elaboración, es muy necesario llevar un proceso, para todo este proceso se utilizaran las maquinarias y más implementos a utilizar, y mano de obra. Además se llevara un proceso para la obtención de la materia prima, por lo mismo se debe conocer los beneficios y demás componente que tiene las cabra, y sus ventajas. La cabra es un animal pequeño lo cual requiere poco espacio, por lo tanto facilita el llevarlo de un lugar a otro y el lugar de ellos son más pequeños lo cual requieren de bajos costos sus alimentación no es tan complicada ya que se alimenta de todo tipo de arbusto.

Las cabras empiezan a reproducir de 8 a 10 meses, y muchas tienen partos de gemelos, y a menudo 2 partos al año, esta especie se adapta a cualquier ambiente ya sea en temperatura y alimentación. Para el proceso de obtención de la materia prima de calidad se debe seleccionar las mejores cabras para el ordeño. La cabra con una buena ubre y bien proporcionada, se la ordeña dos veces al día, lo cual permite tener leche suficiente para el proceso de los productos.

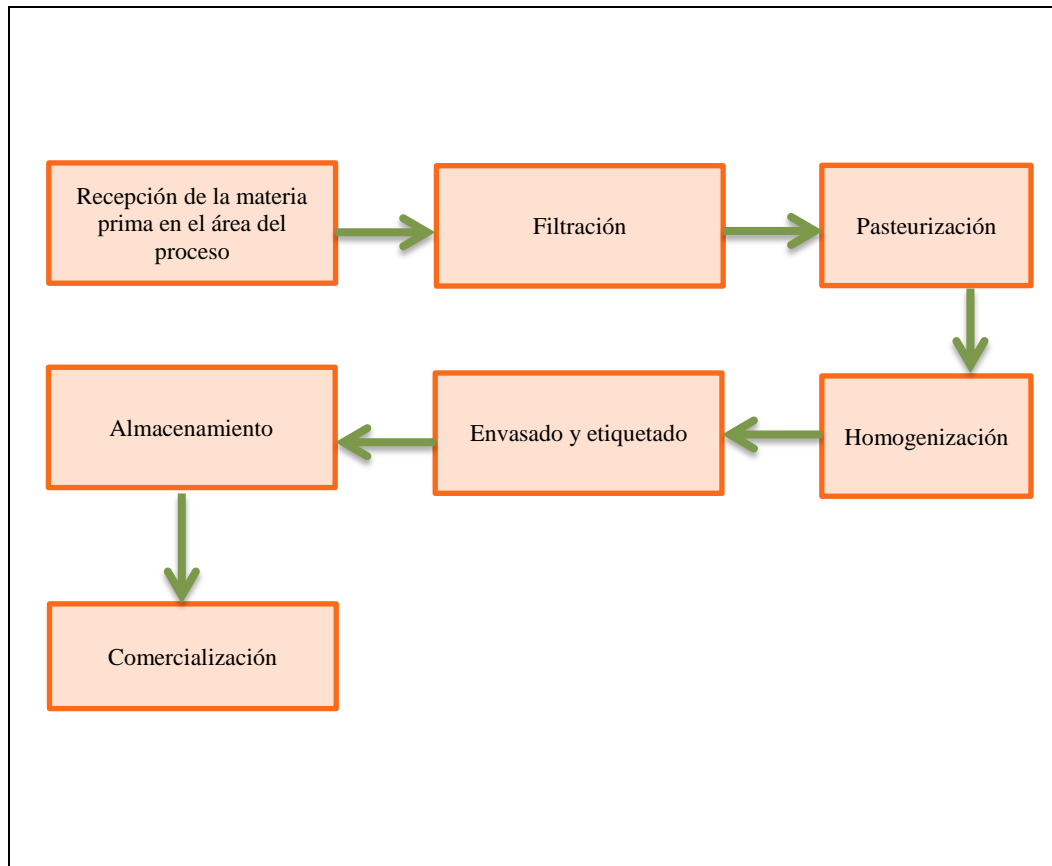
CUADRO 14 Diagrama De Flujos De La Obtención De La Leche De Cabra



Fuente: Empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

4.7.5.1. Diagrama de flujos de los procesos de producción

CUADRO 15 Diagrama De Flujos De Elaboración De La Leche De Cabra

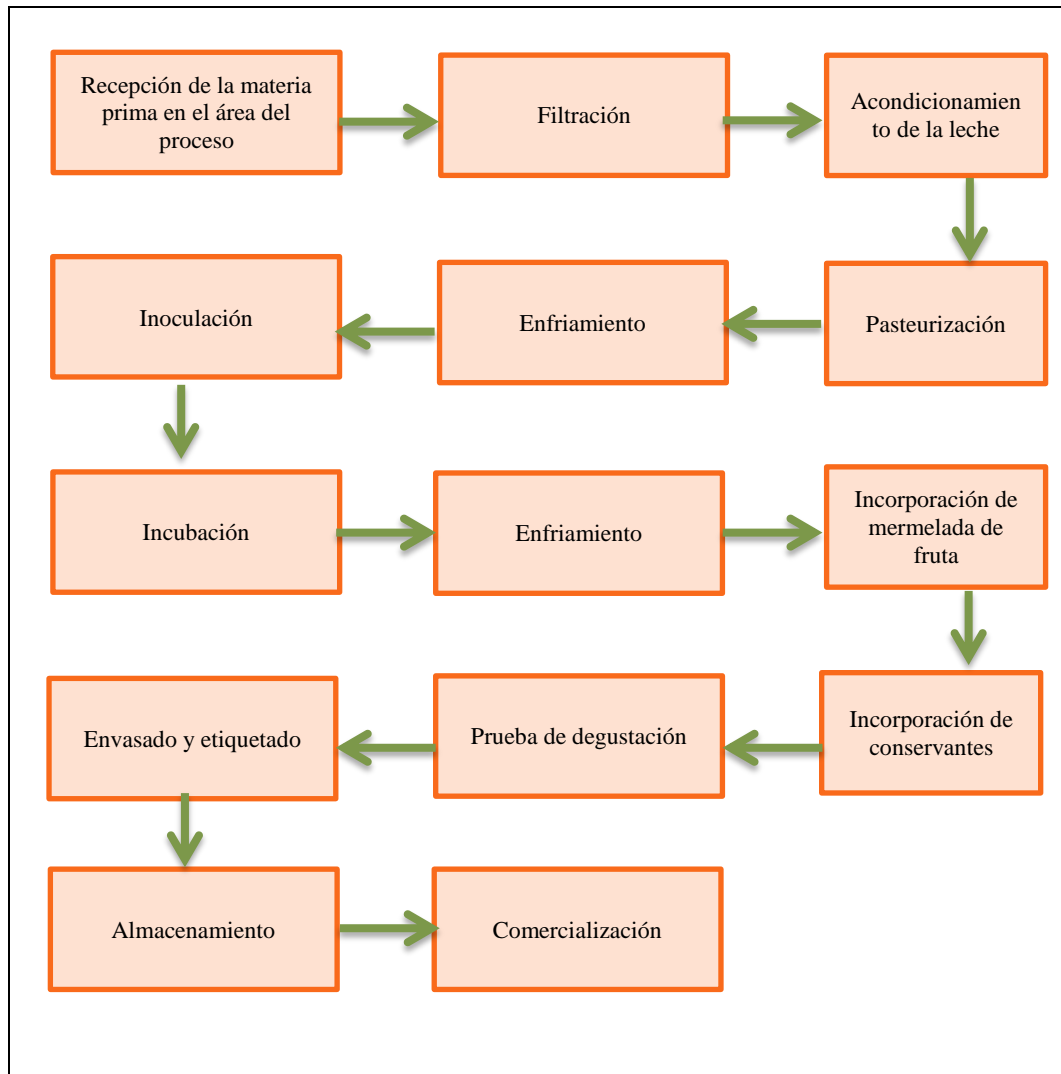


Fuente: Empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

Para la venta de la leche de cabra se debe llevar un proceso.

En primer lugar se debe hacer la respectiva recepción de materia prima en el área del proceso para llevar a la respectiva filtración y así obtener una leche limpia de cualquier tipo de pelos tierra o basura que se transmite mediante el ordeño, después se procede a la debida pasteurización y homogenización después se realiza el respectivo envasado y etiquetado se lleva al almacenamiento para su comercialización.

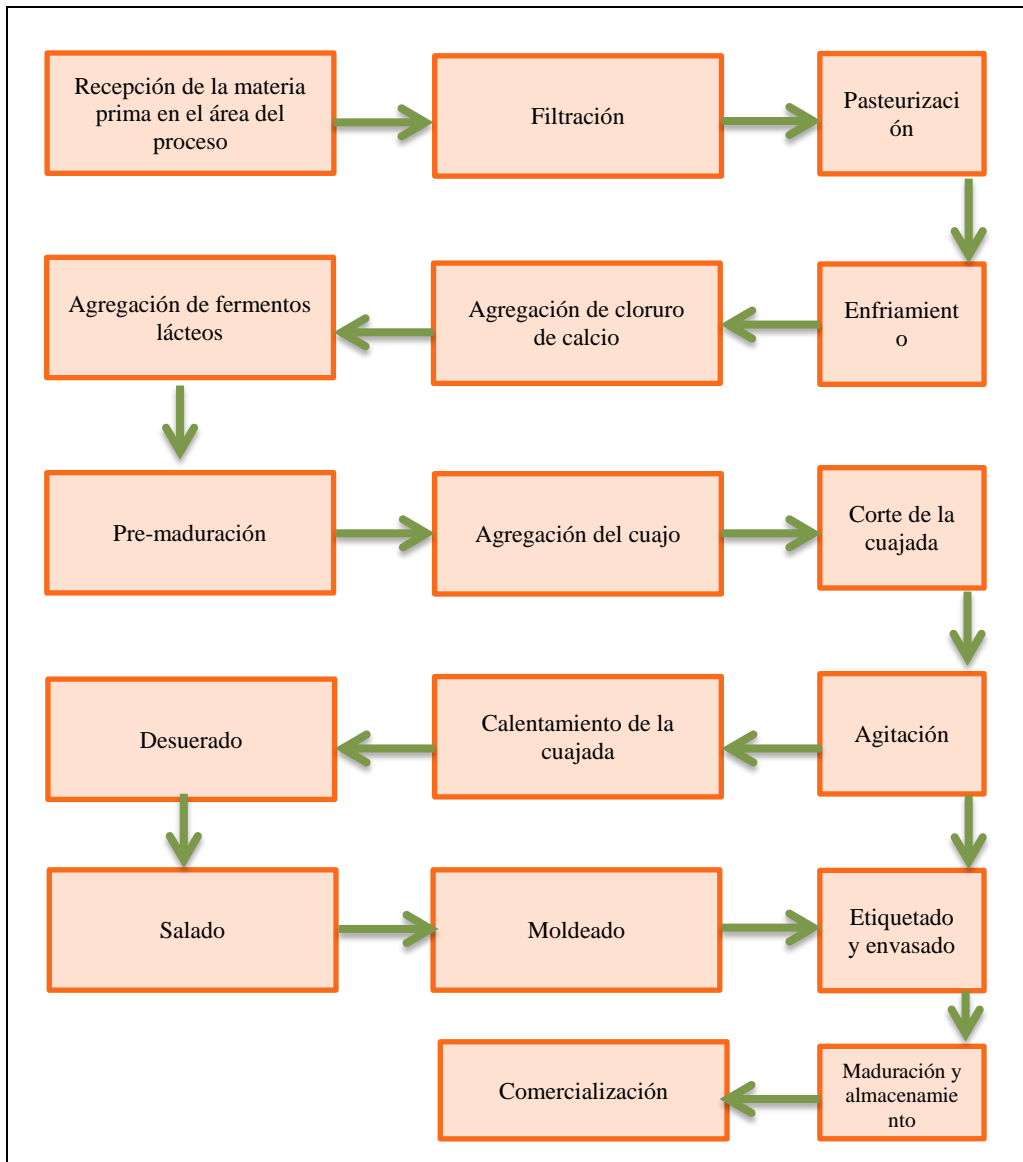
CUADRO 16 Diagrama De Flujos De Elaboración Del Yogurt De Cabra



Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

Para la elaboración de yogurt se receipta la materia prima y se le realiza la debida filtración y así eliminar cualquier residuo que permita no tener una buena calidad en el producto, se acondiciona la leche y pasa a la pasteurización se la enfría e inocula para incubarla y así poder enfriar para incorporar la fruta o saborizantes que permitan dar sabor, se realiza la prueba para degustar y así poder envasar y etiquetar el producto luego se lo almacena para comercializar y sacar a la venta.

CUADRO 17 Diagrama De Flujos De Elaboración Del Queso De Cabra



Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

Para la elaboración del queso, se realiza casi el mismo proceso de los otros dos productos, un poco más amplio si porque después de la filtración se agrega el cloruro de calcio y fermentos lácteos y se lleva a la pre maduración luego se agrega el cuajo, se corta la cuajada y se agita para calentar y luego desuerar, se procede a salar y moldear para poder empacar y ubicar su respectiva etiqueta y así almacenar el producto para comercializarlo.

4.7.6. Recursos tecnológicos

La tecnología es muy importante ya que para la fabricación de los productos se debe utilizar maquinarias, herramientas entre otros ya que de acuerdo a la modernización del medio y este mundo globalizado todo cambia, se estar preparados ante la competencia por lo mismo debemos utilizar maquinarias que permitan tener un producto de calidad y llamativo mediante un buen logotipo y publicidad.

4.7.7. Recursos de maquinarias, equipos y herramientas

Para la elaboración de los productos son necesarias las maquinarias para poder tener una producción más rápida y eficiente y así poder a tiempo satisfacer las necesidades del cliente.

CUADRO 36 Equipo A Utilizarse Para La Producción

EQUIPO	DESCRIPCION Y COMPONENTES	VALOR
Tina pasteurizadora	Capacidad de 1000 litros Conexiones de agua caliente y fría para enfriado rápido Quemadores a gas para calentamiento de agua	1200
Cuarto frío	1 condensadora de 3hp, 220v electrónico Válvula de expansión Control de temperatura Paredes con aislamiento térmico	3000
Mesa para fabricación de quesos	De acero inoxidable con capacidad de 200 quesos	600
Accesorios para fabricación de quesos	Lira para corte de cuajo y Paleta de madera 50 bandejas para transporte del queso Prensa para 100 Tacos de madera con molde pvc de 4" Quemador a gas y Encintadora	800
Instrumentos del laboratorio	Termómetro de pasteurización 2 matraz Lactómetro y Salímetro Instrumento para toma de medidas Pipeta de 10/1 ml	600
Codificadora		1200
Llenadora	2 llenadora de buena calidad	3000
TOTAL		19802

Fuente: Empresa CAPRILAC S.A.

Elaborado por: Roxana Mirabá Pozo

También se debe considerar la mano de obra que se va a necesitar para el funcionamiento de la empresa ya que el personal es muy importante para poder llevar un control y orden al momento de la fabricación de los productos.

Además el personal es quien mediante sus conocimientos y habilidades fabricará productos muy buenos y de calidad

CUADRO 37 El personal de trabajo

N°	CARGO
1	Gerente general
1	Jefe de producción
1	Jefe de Marketing
1	Jefe de ventas
1	Secretaria
1	Contador
11	Operarios

Fuente: empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

4.8. Estudio administrativo, organizacional y legal

4.8.1. Marco legal

El marco legal se basa en llevar todos los parámetros que disponen la ley de compañías

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISION LEGISLATIVA Y CODIFICACION

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

**RESUELVE: EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE
COMPAÑIAS.**

SECCION I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil. Este artículo permite que los habitantes de la comuna aguadita pueda unir capitales y poder crear esta empresa

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- * La compañía en nombre colectivo;
- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas. Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente.

El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuar con ellas el juicio.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, esta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 12.- Será ineficaz contra terceros cualquiera limitación de las facultades representativas de los administradores o gerentes que se estipulare en el contrato social o en sus reformas.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto.

La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Art. 14.- La falta de inscripción, una vez vencido el plazo señalado en el artículo anterior, será sancionada por el Superintendente de Compañías o el juez, en su caso, con multa de diez a doscientos sucres por cada día de retardo, sin que la multa pueda exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social, pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

1. Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
2. Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
3. Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;

b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,

c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Art. 24.- Cuando la Superintendencia de Compañías lo juzgare conveniente podrá exigir a compañías no sujetas a su vigilancia, los datos e informaciones que creyere necesarios.

Art. 25.- Si el Superintendente no recibiere oportunamente los documentos a que se refieren los artículos anteriores, o si aquellos no contuvieren todos los datos requeridos o no se encontraren debidamente autorizados, impondrá al administrador de la compañía remisa una multa de conformidad con el Art. 457 de esta Ley, salvo que antes del vencimiento del plazo se hubiere obtenido del Superintendente la prórroga respectiva, por haberse comprobado la imposibilidad de presentar oportunamente dichos documentos y datos. La multa podrá repetirse hasta el debido cumplimiento de la obligación exigida. Si dentro de los treinta días posteriores al vencimiento de los respectivos plazos, el Superintendente no recibiera, por falta de pronunciamiento de la junta general de accionistas o socios, los referidos documentos impondrá a la compañía una multa de cincuenta a quinientos sucres por cada día de retraso, hasta la debida presentación de los mismos. La multa no podrá exceder del monto fijado en el **Art. 457** de esta Ley. El Superintendente podrá exigir la presentación del balance general anual y del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias de una compañía sujeta a su

vigilancia, una vez transcurrido el primer trimestre del año, aun cuando dichos documentos no hubieren sido aprobados por la junta general de accionistas o de socios.

Así mismo, en cualquier tiempo, el Superintendente podrá pedir que una compañía sujeta a su vigilancia le presente su balance de situación a determinada fecha.

Este balance deberá ser entregado dentro de los quince días siguientes al mandato del Superintendente, bajo las mismas sanciones previstas en los incisos anteriores, salvo que la compañía, por razones justificadas, hubiere obtenido prórroga del plazo.

4.8.2. Acta de constitución

La empresa productora de derivados de la leche de cabra aún no está constituida por lo que no se especifica fechas

4.8.3. Misión

Ser una empresa encargada de mejorar el nivel de vida de las personas ofreciendo productos derivados de la leche de cabra de excelente calidad, a precios aceptables por el mercado, aplicando procesos de alta calidad para la elaboración y comercialización de dichos productos

4.8.4. Visión

Lograr que nuestros clientes de la provincia de Santa Elena, nos reconozcan como un proveedor innovador y confiable; que nuestros productos sean alternativos para personas intolerantes a altos niveles de lactosa.

Objetivos generales

4.8.5. Objetivo general

Ofrecer productos innovadores a base de leche de cabra con precios competitivos y de calidad, implementando estrategias de comercialización y distribución.

4.8.5.1.Objetivos específicos

- Lograr que los clientes se fidelicen con nuestra empresa, y así poder obtener un alto índice de ventas
- Formar un buen equipo de trabajo con eficiencia
- Conseguir un margen de utilidad que cubra las expectativas de los socios
- Obtener productos que cumplan con los estándares de calidad a precios accesibles.

4.8.6. Valores institucionales

Ética profesional

Protección al medio ambiente

Trabajo en equipo y respeto entre los trabajadores

Conservación de la salud humana

Competitividad y calidad

Compromiso y responsabilidad

4.9. Estudio económico financiero

Cuando hablamos del estudio económico financiero nos estamos refiriendo a la parte financiera de nuestra empresa por lo que dentro de este tema hablaremos de como inicio la empresa cual ha sido su inversión y cómo vamos a conseguir créditos y financiar nuestro proyecto y cuando se va a recuperar lo invertido.

4.9.1. Inversión inicial

Nuestra empresa CAPRILAC S.A. iniciará con la siguiente inversión el cual se detallan en el cuadro N°17. Para iniciar se ha considerado realizar un presupuesto donde se reflejara cuanto será la inversión de cada área de proceso, en primer lugar la infraestructura el cual es importante para nuestra producción este edificio está valorado en \$12500.00, las maquinarias necesarias e importante para el proceso de fabricación de los productos derivados de la leche de cabra valoradas en \$19502.00. del mismo modo los muebles de oficina como los escritorios sillas y demás están valorados en \$3592,04 para esto también necesario considerar los equipos de computación ya que de acuerdo a la globalización es importante estar actualizados y no quedarnos atrás de la competencia por que estos están valorados en \$2270.00, también es necesario tener un vehículo ya que por la distancia de la ubicación de nuestra empresa es una forma más rápida de poder trasladarse este vehículo tiene un valor de \$15000.00. Por lo tanto la inversión de nuestros activos fijos contempla el \$52864.04 dólares.

4.9.1.1. Activos fijos

Nuestros activos fijos como anteriormente nombramos dentro de nuestra inversión inicial, se invertirán en el edificio el cual es la infraestructura, en las maquinarias y equipos, muebles de oficina, los equipos de computación y un vehículo.

4.9.1.2. Activos intangibles

Los activos intangible como su nombre lo indica no se puede tocar será el efectivo que se tendrá por lo tanto será la los aportes de los socios ara empezar.

4.9.1.3. Capital de trabajo

Dentro de nuestro capital de trabajo intervienen los gastos de publicidad y promoción el cual tiene un valor de \$4500.00 los gastos legales de constitución que tienen un valor de \$900.00 y los suministros varios de oficina que son de \$150.00 en total de nuestro capital de trabajo se utilizarán \$5550.00

4.9.1.4. Resumen de inversión inicial

Para la creación de la empresa productora de derivados de la leche de cabra se iniciara con \$58414.04 el cual es lo que se necesita para poner en marcha la empresa pero esto se lo financiará el cual se detalla a continuación

4.9.2. Financiamiento

El financiamiento es la manera el cual se obtendrá el efectivo para poder poner en marcha la empresa, considerando que nuestro proyecto está valorado en \$58414.04 se ha tomado en cuenta dos formas de obtener este dinero. La primera es mediante el aporte de los socios el cual ellos cubrirán con el 15% de la financiación como son \$8762.11 para esto se considera los 60 socios los cuales pertenecerán a nuestra empresa. La otra forma de financiar será mediante un crédito a la CFN el cual cubrirá con un 85% de la deuda como son los \$49651.93 dólares. Estas son las dos formas e financiar aunque no podemos dejar atrás otras entidades las cuales también nos pueden financiar en beneficio a una comunidad o sociedad. Para esto están el MIES, MAGAP, entre otras.

4.9.2.1. Amortización de la deuda

La deuda se la cancelara mediante abonos mensuales por lo que la tasa anual de la deuda es del 10% y la tasa mensual será del 0.83% y se la financiara a 120 meses el cual se podrá cancelar toda la deuda para esto se detallan en anexos, Cuadro 22.

4.9.2.2. Resumen de la deuda

Nuestro financiamiento se lo resumirá de la siguiente manera en el año 1 el abono a la deuda será de \$4965,19 más el interés de \$4696.25 en total ese año se cancelara un pago de \$9661.44 y así sucesivamente.

Considerando el porcentaje del interés y el restante que quede del pago, cada mes disminuirá el valor por lo tanto en el último año se cancelara \$9289.05

4.9.3. Proyección de ventas

Nuestra empresa tiene proyectado 120 leches en tetra pack. 90 yogurt en tetra pack y 70 quesos en fundas al vacío diariamente, con un valor unitario de \$0.75 la leche, \$0.75 el yogurt y \$0.85 el queso lo general al año entre la venta de los tres productos se obtendrá \$874944.00

4.9.4. Proyección de costos de venta

Cada producto fabricado tiene su costo por lo tanto el costo de la producción de los tres productos anualmente es de \$716889.60 por lo que analizando estos costos nos genera una rentabilidad lo cual permitirá que la empresa permanezca posesionada en el mercado, mente del consumidor y poder ampliar en un tiempo determinado

4.9.5. Costos operativos

4.9.5.1. Costos operativos proyectados

Dentro de los costos operativos se detallan cuanto serán nuestros gastos en la cancelación de sueldos y beneficios a los empleados por lo que en ANEXOS el CUADRO 26 detallan los gastos anuales se realizaran.

Además también refleja los gastos de agua, luz, internet, materiales de oficina, entre otros. Entonces nuestros costos operativos suben año a año debido a los movimientos que tiene el mercado.

4.9.6. Depreciación

La depreciación que realizará nuestra empresa será de acuerdo a los equipos y maquinarias que tenga nuestra empresa y considerando los años de vida útil por lo que el edificio tiene 20 años de vida útil, las maquinarias y muebles de oficina tienen 10 años, los equipos de computación tienen 3 años, esto estos se devalúan, o pierden su valor a medida que pasa el tiempo.

4.9.7. Estado de resultados proyectados (pyg)

El estado de resultado o también llamado estado de pérdidas y ganancias nos refleja si nuestra inversión tendrá buena acogida al mercado y mediante esa inversión se obtendrá una pérdida o ganancia para esto nuestra utilidades netas anuales varían ya que cada año podremos captar más clientes se podrá fabricar más, gastar más entre otros por lo tanto en el primer año tendremos una utilidad de \$25570,12.

El segundo año se obtendrá \$25526.40, y así sucesivamente.

4.9.8. Flujo de caja proyectado

Dentro del flujo de caja proyectado nos detalla y refleja cuan se podrá tener y recupera la inversión por lo tanto en el CUADRO 29 presenta que en 2 años de producción se puede recuperar y al tercer año se obtiene una utilidad propia.

4.9.9. Evaluación financiera del flujo

4.9.9.1. Tasa de descuento

La tasa de descuento que se presenta en el estado de situación inicial es del 13.50%.

4.9.9.2. Valor actual neto (van)

Para obtener el valor monetario se debe restar la suma de los flujos descontados. El valor actual del neto VAN es la resta entre todos los ingresos y egresos con un valor de \$96308.47.

4.9.9.3. Tasa interna de retorno (tir)

También conocido como el interés máximo que se puede pagar por un proyecto por lo cual es del 38.91%.

4.9.9.4. Periodo de recuperación de la inversión del proyecto

El periodo el cual se va a recuperar la deuda se ve reflejada en el flujo de caja proyectado el cual es de dos años este periodo es el que nos permite salir de la deuda y así el siguiente año poder tener una utilidad neta si tener que pagar alguna deuda y así cada socio pueda gozar de los beneficios.

4.10. Evaluación del situación inicial

En la evaluación de situación inicial nos da a conocer los activos, pasivos y nuestro patrimonio año a año y cuál es su crecimiento por lo tanto el primer año se empieza con \$198034,35

4.11. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el que nos permite ver de una manera clara hasta qué punto se puede producir cada producto sin tener pérdidas es la medida exacta para poder producir la leche, yogurt y queso

4.12. Análisis de impacto proyectado

El impacto que se ha proyectado es que en dos años se recuperará el dinero financiado y así poder tener una utilidad el cual haga que nuestra empresa continúe creciendo.

BIBLIOGRAFÍA

- Carlos Eduardo Méndez Álvarez. Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales.
- Abraham Gutiérrez M. Métodos y técnicas de investigación
- Equipo de redactores de EDIBOSCO Metodología de la investigación
- Agustín Reyes Ponce Administración de empresas
- Fernández Saúl (2007), Los proyectos de inversión Editorial Tecnológica de Costa Rica Primera Edición, Colombia.
- Flores Juan (2007), Proyecto de inversiones para las Pyme: Creación de empresa, ECOE Ediciones, Primera
- Ceferino García G Metodología de investigación
- Delgado, Susana, (2010) Recursos humanos: administración y finanzas Ediciones Paraninfo, Cuarta Edición, España

PÁGINAS WEB

- 1) Secretaría nacional de planificación y desarrollo senplades plan nacional de desarrollo social y productivo 2007 – 2015
- 2) Plan_nacional_del_buen_vivir
- 3) Investigación de Mercados .Guía maestra para el profesional. Pope, Jeffrey L. Editorial Norma, 2004
- 4) <http://www.cabralac.co/>
- 5) <http://www.gastronomiaycia.com/2008/06/01/leche-de-cabra/cabra>
- 6) <http://salonemprendedor.blogspot.com>
- 7) www.marketingpower.com
- 8) <http://www.milk.mb.ca/Nutritin/lactose.htm>
- 9) <http://www.delpastor.com/>
- 10) <http://www.costos.com/>

ANEXOS

ANEXO 1 Plan de Acción

CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE LA LECHE DE CABRA EN LA COMUNA AGUADITA, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA.				
Problema principal: De qué manera influyen las estrategias de elaboración y producción en el desarrollo económico de la comuna Aguadita, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena				
Fin del proyecto: Evaluar la influencia de las estrategias de elaboración y producción en el desarrollo económico mediante estudios que involucren a los comuneros, socios, clientes y distribuidores		Indicadores: Encuesta a posibles beneficiarios		
Propósito del proyecto: La creación de una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna Aguadita, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena		Número de personas dispuestas a adquirir los productos derivados de la leche de cabra		
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del objetivo	Actividades
Lograr que los clientes se fidelicen con nuestra empresa, y así poder obtener un alto índice de ventas	Encuesta a los clientes de la Provincia de Santa Elena	Publicidad de acuerdo a las exigencias de los clientes, información obtenida por las encuestas	Jefe de Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicar vallas publicitarias 2. promocionar los productos mediante el súper 3. dar a degustar nuestros productos
Formar un buen equipo de trabajo con eficiencia.	Entrevista a los trabajadores de la empresa CAPRILAC S.A.	Realizar capacitaciones para todo el personal de la empresa CAPRILAC S.A.	Jefe de producción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Charlas del proceso de producción y su importancia 2. Bonos de productividad 3. Personal seleccionado
Conseguir un margen de utilidad que cubra las expectativas de todos los socios	Entrevista a todos los socios de la empresa CAPRILAC S.A.	Realizar capacitaciones para todos los socios con el fin de coordinar las actividades de la empresa que nos permitan lograr el cumplimiento de los objetivos planteados	Gerente general	<ol style="list-style-type: none"> 1. Socializar a socios y empleados de la empresa. 2. Charlas de motivación personal 3. Realizar una buena publicidad
Obtener productos que cumplan con los estándares de calidad	Entrevista a todos los socios de la empresa CAPRILAC S.A.	Obtener Maquinarias eficientes Utilizar de manera adecuada los recursos tecnológicos	Gerente general	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar financiamiento con CFN. 2. Seleccionar maquinarias de buena calidad 3. Administrar de forma adecuada los recursos de la empresa

ANEXO 2 Cuestionario a consumidores

Cuestionario para la encuestas a proveedores y consumidores



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL
 CUESTIONARIO

Estimado amigo (o) su opinión nos interesa!

Le solicitamos unos minutos, para conocer su opinión sobre el proyecto de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna aguadita, parroquia colonche, provincia de Santa Elena, su opinión nos ayudara a tener una información muy clara para el cumplimiento de nuestro objetivos y así saber sus gustos y preferencias.

Datos de Control

Sector: _____ F M Sexo: _____

Edad: _____

Marque con una X la respuesta elegida

1. ¿Consume usted leche?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cada qué tiempo consume leche?

Diariamente	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input type="checkbox"/>
Mensualmente	<input type="checkbox"/>

3. ¿Conoce Los Beneficios De La Leche De Cabra?

Si	<input type="checkbox"/>	¿Cuáles son?
No	<input type="checkbox"/>	

4. ¿Ha probado leche de cabra?

Si	<input type="checkbox"/>	¿Dónde?
No	<input type="checkbox"/>	

5. Para los que contestaron si en la P3.

¿Le gusto el producto?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

6. ¿Usted Conoce Los Derivados De La Leche De Cabra?

Si	<input type="checkbox"/>	¿Cuáles son?
No	<input type="checkbox"/>	

7. ¿Qué productos de la leche de cabra ha probado?

Queso	
Yogurt	
Leche	
Ninguno	

8. ¿Cuál de los siguientes productos le gustaría consumir?

Queso	
Yogurt	
Leche	

9. Queso ¿con qué frecuencia lo consumiría?

Diario	
Mensual	
Semanal	

10. Yogurt ¿con qué frecuencia lo consumiría?

Diario	
Mensual	
Semanal	

11. Leche ¿con qué frecuencia lo consumiría?

Diario	
Mensual	
Semanal	

12. Queso ¿con qué presentación lo consumiría?

100 gm	
150 gm	
200 gm	
300 gm	

13. Yogurt ¿con qué presentación lo consumiría?

200 ml	
300 ml	
400 ml	
½ litro	

14. Leche ¿con qué presentación lo consumiría?

200 ml	
300 ml	
400 ml	
½ litro	

15. ¿Usted Conoce Alguna Empresa Productora De Derivados De La Leche De Cabra?

Si		Cuales
No		

16. ¿Qué Le Parece la idea de crear una Empresa Productora De Derivados De La Leche De Cabra?

Muy buena	
Buena	
Regular	
Mala	
Muy mala	

17. ¿Dónde Le Gustaría Que Existiera Los Lugares De Venta del producto?

Tiendas	
Supermercados	
Mercados	
Minimarks	
Otros... cuales	

18. ¿Usted consumiría los productos?

Si	
No	

19. ¿Le Gustaría Que Existiera Una Empresa Productora De Derivados De La Leche De Cabra ubicada en la comunidad Aguadita?

Si	
No	

ANEXO 3 Cuestionario a proveedores



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

CUESTIONARIO

Estimado amigo (o) su opinión nos interesa!

Le solicitamos unos minutos, para conocer su opinión sobre el proyecto de crear una empresa productora de derivados de la leche de cabra en la comuna aguadita, parroquia colonche, provincia de Santa Elena, su opinión nos ayudara a tener una información muy clara para el cumplimiento de nuestro objetivos y así saber sus gustos y preferencias.

Datos de Control

Sector: _____

F		M	
---	--	---	--

Sexo: _____

Edad: _____

Marque con una X la respuesta elegida

1. ¿Cuál es su actividad?

Agricul/ganadería	
Pesca	

2. ¿Qué tiempo ha trabajado en esta actividad?

5-25 años	
25-50 años	
Siempre	

3. ¿Forma parte de una asociación o trabaja independiente?

asociatividad	
independiente	

4. ¿Cuántos son sus ingresos que obtiene por su actividad?

\$ 60		\$ 250	
\$120		\$ 300	
\$ 200			

5. ¿Cuándo vende sus productos tienen dificultad?

Si	
No	

6. ¿Cómo realiza la venta de su producto?

Venta a comerciantes	
Exportación	

7. ¿Cuántos litros de leche obtiene por cada cabra?

1 litro	
2 litros	
4 litros	

8. ¿Cuándo tiene que vender sus productos ah obtenido apoyo de alguna institución?

Si	
No	

9. Si hubiera una empresa productora de leche de cabra, vendería sus productos

Si	
No	

ANEXO 4 Inversión inicial

ACTIVOS FIJOS.				
Pasteurizadora	1,00	1.200,00	1.200,00	
Cuarto frío	1,00	3.000,00	3.000,00	
Mesa para fabricación de queso	1,00	600,00	600,00	
Accesorios para la fabricación de queso	1,00	800,00	800,00	
Codificadora	1,00	1.200,00	1.200,00	
Llenadora	2,00	3.000,00	6.000,00	
Instrumentos para laboratorio	1,00	600,00	600,00	
coches manuales de carga	6,00	12,00	72,00	
transformador de energía	3,00	1.500,00	4.500,00	
balanza electrónica	1,00	330,00	330,00	
gaveta plástica	20,00	30,00	600,00	
tanques para agua de 100 lts	4,00	150,00	600,00	
total de maquinarias y equipos de producción			19.502,00	19502
Marcador automático de entrada y salida	1,00	190,00	190,00	
Dispensador de agua	3,00	35,00	105,00	
Aire acondicionado Samsung	1,00	670,00	670,00	
Teléfono Inalámbrico	2,00	20,00	40,00	
Escritorio tipo gerente	2,00	250,00	500,00	
sillón gerencial	1,00	100,00	100,00	
escritorio tipo secretario	1,00	150,00	150,00	
sillón sencillo	1,00	85,00	85,00	
silla tipo secretaria	3,00	75,00	225,00	
archivadores 4 gavetas	3,00	150,68	452,04	
mesa de junta con 12 sillas	1,00	180,00	180,00	
juego de muebles	3,00	180,00	540,00	
cesto para basura	4,00	40,00	160,00	
cesto para basura grande	3,00	65,00	195,00	
			3.592,04	
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINAS				3592
Laptop Hp	1,00	1.000,00	1.000,00	
Impresora Multifuncional	1,00	150,00	150,00	
Equipo de cómputo completa	2,00	560,00	1.120,00	
			0	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.				2.270,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS.				25.364,04

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 5 Activos fijos

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNITARIO	P. TOTAL
EDIFICIO.		\$ 12.500,00	\$ 12.500,00
MAQUINARIAS Y EQUIPO		\$ 19.502,00	\$ 19.502,00
MUEBLES DE OFICINA		\$ 3.592,04	\$ 3.592,04
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.		\$ 2.270,00	\$ 2.270,00
VEHICULO		\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Total Activos Fijos			\$ 52.864,04

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 6 Capital de trabajo

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNITARIO	P. TOTAL
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.		\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
Gastos legales de constitución		\$ 900,00	\$ 900,00
Suministros varios de oficina		\$ 150,00	\$ 150,00

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 7 Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL.	CANT.	PRECIO UNITARIO	P. TOTAL
ACTIVO FIJO			
EDIFICIO.		\$ 12.500,00	\$ 12.500,00
MAQUINARIAS Y EQUIPO		\$ 19.502,00	\$ 19.502,00
MUEBLES DE OFICINA		\$ 3.592,04	\$ 3.592,04
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.		\$ 2.270,00	\$ 2.270,00
VEHICULO		\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Subtotal Activos Fijos			\$ 52.864,04
CAPITAL DE TRABAJO			
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.		\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
Gastos legales de constitución		\$ 900,00	\$ 900,00
Suministros varios de oficina		\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL DE INVERSIÓN			\$ 58.414,04

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 8 Financiamiento

% DE FINANCIAMIENTO		
APORTE DE SOCIO	15%	\$ 8.762,11
APORTE VIA CREDITO	85%	\$ 49.651,93
TOTALES	100%	\$ 58.414,04

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 9 Amortización de la deuda

PRESTAMO	\$ 49.651,93
% TASA ANUAL	10,00%
% TASA MENSUAL	0,83%
TIEMPO /MESES	120 MESES

PERIODO	PAGO	INTERES	ABONO	SALDO
0				\$ 49.651,93
1	\$ 824,08	\$ 410,32	\$ 413,77	\$ 49.238,17
2	\$ 820,64	\$ 406,87	\$ 413,77	\$ 48.824,40
3	\$ 817,19	\$ 403,42	\$ 413,77	\$ 48.410,64
4	\$ 813,74	\$ 399,97	\$ 413,77	\$ 47.996,87
5	\$ 810,29	\$ 396,53	\$ 413,77	\$ 47.583,10
6	\$ 806,84	\$ 393,08	\$ 413,77	\$ 47.169,34
7	\$ 803,40	\$ 389,63	\$ 413,77	\$ 46.755,57
8	\$ 799,95	\$ 386,18	\$ 413,77	\$ 46.341,81
9	\$ 796,50	\$ 382,73	\$ 413,77	\$ 45.928,04
10	\$ 793,05	\$ 379,29	\$ 413,77	\$ 45.514,27
11	\$ 789,60	\$ 375,84	\$ 413,77	\$ 45.100,51
12	\$ 786,16	\$ 372,39	\$ 413,77	\$ 44.686,74
13	\$ 782,71	\$ 368,94	\$ 413,77	\$ 44.272,97
14	\$ 779,26	\$ 365,49	\$ 413,77	\$ 43.859,21
15	\$ 775,81	\$ 362,05	\$ 413,77	\$ 43.445,44
16	\$ 772,36	\$ 358,60	\$ 413,77	\$ 43.031,68
17	\$ 768,92	\$ 355,15	\$ 413,77	\$ 42.617,91
18	\$ 765,47	\$ 351,70	\$ 413,77	\$ 42.204,14
19	\$ 762,02	\$ 348,25	\$ 413,77	\$ 41.790,38
20	\$ 758,57	\$ 344,81	\$ 413,77	\$ 41.376,61
21	\$ 755,12	\$ 341,36	\$ 413,77	\$ 40.962,85
22	\$ 751,68	\$ 337,91	\$ 413,77	\$ 40.549,08
23	\$ 748,23	\$ 334,46	\$ 413,77	\$ 40.135,31
24	\$ 744,78	\$ 331,01	\$ 413,77	\$ 39.721,55
25	\$ 741,33	\$ 327,56	\$ 413,77	\$ 39.307,78
26	\$ 737,88	\$ 324,12	\$ 413,77	\$ 38.894,01
27	\$ 734,43	\$ 320,67	\$ 413,77	\$ 38.480,25
28	\$ 730,99	\$ 317,22	\$ 413,77	\$ 38.066,48
29	\$ 727,54	\$ 313,77	\$ 413,77	\$ 37.652,72
30	\$ 724,09	\$ 310,32	\$ 413,77	\$ 37.238,95
31	\$ 720,64	\$ 306,88	\$ 413,77	\$ 36.825,18
32	\$ 717,19	\$ 303,43	\$ 413,77	\$ 36.411,42
33	\$ 713,75	\$ 299,98	\$ 413,77	\$ 35.997,65
34	\$ 710,30	\$ 296,53	\$ 413,77	\$ 35.583,89
35	\$ 706,85	\$ 293,08	\$ 413,77	\$ 35.170,12
36	\$ 703,40	\$ 289,64	\$ 413,77	\$ 34.756,35
37	\$ 699,95	\$ 286,19	\$ 413,77	\$ 34.342,59
38	\$ 696,51	\$ 282,74	\$ 413,77	\$ 33.928,82

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

PERIODO	PAGO	INTERES	ABONO	SALDO
39	\$ 693,06	\$ 279,29	\$ 413,77	\$ 33.515,06
40	\$ 689,61	\$ 275,84	\$ 413,77	\$ 33.101,29
41	\$ 686,16	\$ 272,40	\$ 413,77	\$ 32.687,52
42	\$ 682,71	\$ 268,95	\$ 413,77	\$ 32.273,76
43	\$ 679,27	\$ 265,50	\$ 413,77	\$ 31.859,99
44	\$ 675,82	\$ 262,05	\$ 413,77	\$ 31.446,22
45	\$ 672,37	\$ 258,60	\$ 413,77	\$ 31.032,46
46	\$ 668,92	\$ 255,16	\$ 413,77	\$ 30.618,69
47	\$ 665,47	\$ 251,71	\$ 413,77	\$ 30.204,93
48	\$ 662,03	\$ 248,26	\$ 413,77	\$ 29.791,16
49	\$ 658,58	\$ 244,81	\$ 413,77	\$ 29.377,39
50	\$ 655,13	\$ 241,36	\$ 413,77	\$ 28.963,63
51	\$ 651,68	\$ 237,92	\$ 413,77	\$ 28.549,86
52	\$ 648,23	\$ 234,47	\$ 413,77	\$ 28.136,10
53	\$ 644,79	\$ 231,02	\$ 413,77	\$ 27.722,33
54	\$ 641,34	\$ 227,57	\$ 413,77	\$ 27.308,56
55	\$ 637,89	\$ 224,12	\$ 413,77	\$ 26.894,80
56	\$ 634,44	\$ 220,68	\$ 413,77	\$ 26.481,03
57	\$ 630,99	\$ 217,23	\$ 413,77	\$ 26.067,27
58	\$ 627,55	\$ 213,78	\$ 413,77	\$ 25.653,50
59	\$ 624,10	\$ 210,33	\$ 413,77	\$ 25.239,73
60	\$ 620,65	\$ 206,88	\$ 413,77	\$ 24.825,97
61	\$ 617,20	\$ 203,44	\$ 413,77	\$ 24.412,20
62	\$ 613,75	\$ 199,99	\$ 413,77	\$ 23.998,43
63	\$ 610,31	\$ 196,54	\$ 413,77	\$ 23.584,67
64	\$ 606,86	\$ 193,09	\$ 413,77	\$ 23.170,90
65	\$ 603,41	\$ 189,64	\$ 413,77	\$ 22.757,14
66	\$ 599,96	\$ 186,19	\$ 413,77	\$ 22.343,37
67	\$ 596,51	\$ 182,75	\$ 413,77	\$ 21.929,60
68	\$ 593,06	\$ 179,30	\$ 413,77	\$ 21.515,84
69	\$ 589,62	\$ 175,85	\$ 413,77	\$ 21.102,07
70	\$ 586,17	\$ 172,40	\$ 413,77	\$ 20.688,31
71	\$ 582,72	\$ 168,95	\$ 413,77	\$ 20.274,54
72	\$ 579,27	\$ 165,51	\$ 413,77	\$ 19.860,77
73	\$ 575,82	\$ 162,06	\$ 413,77	\$ 19.447,01
74	\$ 572,38	\$ 158,61	\$ 413,77	\$ 19.033,24
75	\$ 568,93	\$ 155,16	\$ 413,77	\$ 18.619,48
76	\$ 565,48	\$ 151,71	\$ 413,77	\$ 18.205,71
77	\$ 562,03	\$ 148,27	\$ 413,77	\$ 17.791,94
78	\$ 558,58	\$ 144,82	\$ 413,77	\$ 17.378,18
79	\$ 555,14	\$ 141,37	\$ 413,77	\$ 16.964,41
80	\$ 551,69	\$ 137,92	\$ 413,77	\$ 16.550,64
81	\$ 548,24	\$ 134,47	\$ 413,77	\$ 16.136,88
82	\$ 544,79	\$ 131,03	\$ 413,77	\$ 15.723,11
83	\$ 541,34	\$ 127,58	\$ 413,77	\$ 15.309,35
84	\$ 537,90	\$ 124,13	\$ 413,77	\$ 14.895,58
85	\$ 534,45	\$ 120,68	\$ 413,77	\$ 14.481,81
86	\$ 531,00	\$ 117,23	\$ 413,77	\$ 14.068,05
87	\$ 527,55	\$ 113,79	\$ 413,77	\$ 13.654,28
88	\$ 524,10	\$ 110,34	\$ 413,77	\$ 13.240,52
89	\$ 520,66	\$ 106,89	\$ 413,77	\$ 12.826,75

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A

PERIODO	PAGO	INTERES	ABONO	SALDO
90	\$ 517,21	\$ 103,44	\$ 413,77	\$ 12.412,98
91	\$ 513,76	\$ 99,99	\$ 413,77	\$ 11.999,22
92	\$ 510,31	\$ 96,55	\$ 413,77	\$ 11.585,45
93	\$ 506,86	\$ 93,10	\$ 413,77	\$ 11.171,69
94	\$ 503,42	\$ 89,65	\$ 413,77	\$ 10.757,92
95	\$ 499,97	\$ 86,20	\$ 413,77	\$ 10.344,15
96	\$ 496,52	\$ 82,75	\$ 413,77	\$ 9.930,39
97	\$ 493,07	\$ 79,31	\$ 413,77	\$ 9.516,62
98	\$ 489,62	\$ 75,86	\$ 413,77	\$ 9.102,85
99	\$ 486,18	\$ 72,41	\$ 413,77	\$ 8.689,09
100	\$ 482,73	\$ 68,96	\$ 413,77	\$ 8.275,32
101	\$ 479,28	\$ 65,51	\$ 413,77	\$ 7.861,56
102	\$ 475,83	\$ 62,06	\$ 413,77	\$ 7.447,79
103	\$ 472,38	\$ 58,62	\$ 413,77	\$ 7.034,02
104	\$ 468,93	\$ 55,17	\$ 413,77	\$ 6.620,26
105	\$ 465,49	\$ 51,72	\$ 413,77	\$ 6.206,49
106	\$ 462,04	\$ 48,27	\$ 413,77	\$ 5.792,73
107	\$ 458,59	\$ 44,82	\$ 413,77	\$ 5.378,96
108	\$ 455,14	\$ 41,38	\$ 413,77	\$ 4.965,19
109	\$ 451,69	\$ 37,93	\$ 413,77	\$ 4.551,43
110	\$ 448,25	\$ 34,48	\$ 413,77	\$ 4.137,66
111	\$ 444,80	\$ 31,03	\$ 413,77	\$ 3.723,90
112	\$ 441,35	\$ 27,58	\$ 413,77	\$ 3.310,13
113	\$ 437,90	\$ 24,14	\$ 413,77	\$ 2.896,36
114	\$ 434,45	\$ 20,69	\$ 413,77	\$ 2.482,60
115	\$ 431,01	\$ 17,24	\$ 413,77	\$ 2.068,83
116	\$ 427,56	\$ 13,79	\$ 413,77	\$ 1.655,06
117	\$ 424,11	\$ 10,34	\$ 413,77	\$ 1.241,30
118	\$ 420,66	\$ 6,90	\$ 413,77	\$ 827,53
119	\$ 417,21	\$ 3,45	\$ 413,77	\$ 413,77
120	\$ 413,77	\$ 0,00	\$ 413,77	\$ 0,00

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A

ANEXO 10 Resumen de la deuda

	PAGO	INTERES	ABONO	DEUDA
AÑO 0				\$ 49.651,93
AÑO 1	\$ 9.661,44	\$ 4.696,25	\$ 4.965,19	\$ 44.686,74
AÑO 2	\$ 9.620,06	\$ 4.654,87	\$ 4.965,19	\$ 39.721,55
AÑO 3	\$ 9.578,69	\$ 4.613,49	\$ 4.965,19	\$ 34.756,35
AÑO 4	\$ 9.537,31	\$ 4.572,12	\$ 4.965,19	\$ 29.791,16
AÑO 5	\$ 9.495,93	\$ 4.530,74	\$ 4.965,19	\$ 24.825,97
AÑO 6	\$ 9.454,56	\$ 4.489,36	\$ 4.965,19	\$ 19.860,77
AÑO 7	\$ 9.413,18	\$ 4.447,99	\$ 4.965,19	\$ 14.895,58
AÑO 8	\$ 9.371,80	\$ 4.406,61	\$ 4.965,19	\$ 9.930,39
AÑO 9	\$ 9.330,43	\$ 4.365,23	\$ 4.965,19	\$ 4.965,19
AÑO 10	\$ 9.289,05	\$ 4.323,86	\$ 4.965,19	\$ 0,00

\$ 94.752,44

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 11 Proyección de las ventas

INGRESO POR VENTAS						
PRODUCTOS.	PRECIO	No de personas CONSUMO DIARIO	FRECUENCIA	DIARIO	MENSUAL	TOTAL DE INGRESOS
LECHE DE CABRA EN TETRAPACK	0,75	120	1	90	\$ 2.520,0	\$ 30.240,0
YOGURT DE LECHE DE CABRA.	0,75	90	1	67,5	\$ 1.890,0	\$ 22.680,0
QUESO DE CABRA.	0,85	70	1	59,5	\$ 1.666,0	\$ 19.992,0
TOTAL POR INGRESO MENSUAL		280			\$ 6.076,0	\$ 72.912,0
TOTAL POR INGRESO ANUAL					\$ -	\$ 874.944,0

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 12 Proyección del costo de ventas

COSTO POR VENTAS.						
PRODUCTOS.	COSTO DE VENTA	No de personas CONSUMO DIARIO	FRECUENCIA	DIARIO	MENSUAL	TOTAL DE INGRESOS
LECHE DE CABRA EN TETRAPACK	0,63	120	1	75,6	\$ 2.116,8	\$ 25.401,6
YOGURT DE LECHE DE CABRA.	0,63	90	1	56,7	\$ 1.587,6	\$ 19.051,2
QUESO DE CABRA.	0,65	70	1	45,5	\$ 1.274,0	\$ 15.288,0
TOTAL DE COSTOS MENSUAL						\$ 59.740,8
TOTAL DE COSTOS ANUAL						\$ 716.889,6

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A

ANEXO 13 Costos operativos

COSTOS OPERATIVOS AÑO 1				AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Sueldos de empleados	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL
GERENTE GENERAL	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 535,00	\$ 6.420,00	1	\$ 572,45	\$ 6.869,40	1	\$ 612,52	\$ 7.350,26	1	\$ 655,40	\$ 7.864,78
JEFE DE PRODUCCIÓN.	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	1	\$ 481,50	\$ 5.778,00	1	\$ 515,21	\$ 6.182,46	1	\$ 551,27	\$ 6.615,23	1	\$ 589,86	\$ 7.078,30
JEFE DE MARKETING.	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	1	\$ 481,50	\$ 5.778,00	1	\$ 515,21	\$ 6.182,46	1	\$ 551,27	\$ 6.615,23	1	\$ 589,86	\$ 7.078,30
JEFE DE VENTAS.	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	1	\$ 481,50	\$ 5.778,00	1	\$ 515,21	\$ 6.182,46	1	\$ 551,27	\$ 6.615,23	1	\$ 589,86	\$ 7.078,30
SECRETARIA.	1	\$ 320,00	\$ 3.840,00	1	\$ 342,40	\$ 4.108,80	1	\$ 366,37	\$ 4.396,42	1	\$ 392,01	\$ 4.704,17	1	\$ 419,45	\$ 5.033,46
CANTADOR.	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 535,00	\$ 6.420,00	1	\$ 572,45	\$ 6.869,40	1	\$ 612,52	\$ 7.350,26	1	\$ 655,40	\$ 7.864,78
OPERARIOS.	11	\$ 318,00	\$41.976,00	11	\$ 340,26	\$ 44.914,32	11	\$ 364,08	\$48.058,32	11	\$ 389,56	\$51.422,40	11	\$ 416,83	\$ 55.021,97
Beneficios sociales															
Decimo tercero		\$ 514,00	\$ 6.168,00		\$ 549,98	\$ 6.599,76		\$ 588,48	\$ 7.061,74		\$ 629,67	\$ 7.556,07		\$ 673,75	\$ 8.084,99
Decimo cuarto		\$ 374,00	\$ 4.488,00		\$ 411,40	\$ 4.936,80		\$ 452,54	\$ 5.430,48		\$ 497,79	\$ 5.973,53		\$ 547,57	\$ 6.570,88
Vacaciones		\$ 257,00	\$ 3.084,00		\$ 274,99	\$ 3.299,88		\$ 294,24	\$ 3.530,87		\$ 314,84	\$ 3.778,03		\$ 336,87	\$ 4.042,49
Aportacion patronal		\$ 324,41	\$ 3.892,86		\$ 347,11	\$ 4.165,36		\$ 371,41	\$ 4.456,94		\$ 397,41	\$ 4.768,92		\$ 425,23	\$ 5.102,75
Fondo de reserva					\$ 549,98	\$ 6.599,76		\$ 588,48	\$ 7.061,74		\$ 629,67	\$ 7.556,07		\$ 673,75	\$ 8.084,99
Gastos Basicos:															
Luz	1	\$ 560,00	\$ 6.720,00	1	\$ 579,60	\$ 6.955,20	1	\$ 599,89	\$ 7.198,63	1	\$ 620,88	\$ 7.450,58	1	\$ 642,61	\$ 7.711,35
Agua	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	1	\$ 517,50	\$ 6.210,00	1	\$ 535,61	\$ 6.427,35	1	\$ 554,36	\$ 6.652,31	1	\$ 573,76	\$ 6.885,14
Telefono	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00	1	\$ 155,25	\$ 1.863,00	1	\$ 160,68	\$ 1.928,21	1	\$ 166,31	\$ 1.995,69	1	\$ 172,13	\$ 2.065,54
Servicio de Internet	1	\$ 140,00	\$ 1.680,00	1	\$ 144,90	\$ 1.738,80	1	\$ 149,97	\$ 1.799,66	1	\$ 155,22	\$ 1.862,65	1	\$ 160,65	\$ 1.927,84
Materiales de Oficina															
Plan de Comunicacion y Marketing		\$ 172,42	\$ 2.069,00		\$ 181,04	\$ 2.172,45		\$ 190,09	\$ 2.281,07		\$ 199,59	\$ 2.395,13		\$ 209,57	\$ 2.514,88
Material de Limpieza															
Permisos															
Permiso de Bomberos	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00
Permiso de Funcionamiento	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00
COSTOS OPERATIVOS			\$ 110.084,86			\$ 123.905,13			\$ 132.084,61			\$ 140.828,75			\$ 150.177,73

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

Fuente Empresa CAPRILAC S.A

ANO 6			ANO 7			ANO 8			ANO 9			ANO 10		
No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL	No	MENSUAL	ANUAL
1	\$ 701,28	\$ 8.415,31	1	\$ 750,37	\$ 9.004,38	1	\$ 802,89	\$ 9.634,69	1	\$ 859,09	\$ 10.309,12	1	\$ 919,23	\$ 11.030,76
1	\$ 631,15	\$ 7.573,78	1	\$ 675,33	\$ 8.103,94	1	\$ 722,60	\$ 8.671,22	1	\$ 773,18	\$ 9.278,21	1	\$ 827,31	\$ 9.927,68
1	\$ 631,15	\$ 7.573,78	1	\$ 675,33	\$ 8.103,94	1	\$ 722,60	\$ 8.671,22	1	\$ 773,18	\$ 9.278,21	1	\$ 827,31	\$ 9.927,68
1	\$ 631,15	\$ 7.573,78	1	\$ 675,33	\$ 8.103,94	1	\$ 722,60	\$ 8.671,22	1	\$ 773,18	\$ 9.278,21	1	\$ 827,31	\$ 9.927,68
1	\$ 448,82	\$ 5.385,80	1	\$ 480,23	\$ 5.762,80	1	\$ 513,85	\$ 6.166,20	1	\$ 549,82	\$ 6.597,83	1	\$ 588,31	\$ 7.059,68
1	\$ 701,28	\$ 8.415,31	1	\$ 750,37	\$ 9.004,38	1	\$ 802,89	\$ 9.634,69	1	\$ 859,09	\$ 10.309,12	1	\$ 919,23	\$ 11.030,76
11	\$ 446,01	\$ 58.873,51	11	\$ 477,23	\$ 62.994,66	11	\$ 510,64	\$ 67.404,28	11	\$ 546,38	\$ 72.122,58	11	\$ 584,63	\$ 77.171,16
	\$ 720,91	\$ 8.650,94		\$ 771,38	\$ 9.256,50		\$ 825,37	\$ 9.904,46		\$ 883,15	\$ 10.597,77		\$ 944,97	\$ 11.339,62
	\$ 547,57	\$ 6.570,88		\$ 547,57	\$ 6.570,88		\$ 547,57	\$ 6.570,88		\$ 547,57	\$ 6.570,88		\$ 547,57	\$ 6.570,88
	\$ 360,46	\$ 4.325,47		\$ 385,69	\$ 4.628,25		\$ 412,69	\$ 4.952,23		\$ 441,57	\$ 5.298,89		\$ 472,48	\$ 5.669,81
	\$ 454,99	\$ 5.459,94		\$ 486,84	\$ 5.842,13		\$ 520,92	\$ 6.251,08		\$ 557,39	\$ 6.688,66		\$ 596,41	\$ 7.156,86
	\$ 720,91	\$ 8.650,94		\$ 771,38	\$ 9.256,50		\$ 825,37	\$ 9.904,46		\$ 883,15	\$ 10.597,77		\$ 944,97	\$ 11.339,62
1	\$ 665,10	\$ 7.981,25	1	\$ 688,38	\$ 8.260,60	1	\$ 712,48	\$ 8.549,72	1	\$ 737,41	\$ 8.848,96	1	\$ 763,22	\$ 9.158,67
1	\$ 593,84	\$ 7.126,12	1	\$ 614,63	\$ 7.375,53	1	\$ 636,14	\$ 7.633,68	1	\$ 658,40	\$ 7.900,85	1	\$ 681,45	\$ 8.177,38
1	\$ 178,15	\$ 2.137,84	1	\$ 184,39	\$ 2.212,66	1	\$ 190,84	\$ 2.290,10	1	\$ 197,52	\$ 2.370,26	1	\$ 204,43	\$ 2.453,22
1	\$ 166,28	\$ 1.995,31	1	\$ 172,10	\$ 2.065,15	1	\$ 178,12	\$ 2.137,43	1	\$ 184,35	\$ 2.212,24	1	\$ 190,81	\$ 2.289,67
	\$ 220,05	\$ 2.640,63		\$ 231,05	\$ 2.772,66		\$ 242,61	\$ 2.911,29		\$ 254,74	\$ 3.056,86		\$ 267,47	\$ 3.209,70
1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00	1	\$ 47,00	\$ 47,00
1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00	1	\$ 120,00	\$ 120,00
		\$ 159.517,58			\$ 169.485,93			\$ 180.125,85			\$ 191.483,40			\$ 203.607,82

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 14 Depreciación de edificio

ACTIVO	EDIFICIO.		
VALOR	\$ 12.500,00		
AÑOS DE VIDA UTIL	20		
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 12.500,00
1	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 11.875,00
2	\$ 625,00	\$ 1.250,00	\$ 11.250,00
3	\$ 625,00	\$ 1.875,00	\$ 10.625,00
4	\$ 625,00	\$ 2.500,00	\$ 10.000,00
5	\$ 625,00	\$ 3.125,00	\$ 9.375,00
6	\$ 625,00	\$ 3.750,00	\$ 8.750,00
7	\$ 625,00	\$ 4.375,00	\$ 8.125,00
8	\$ 625,00	\$ 5.000,00	\$ 7.500,00
9	\$ 625,00	\$ 5.625,00	\$ 6.875,00
10	\$ 625,00	\$ 6.250,00	\$ 6.250,00
11	\$ 625,00	\$ 6.875,00	\$ 5.625,00
12	\$ 625,00	\$ 7.500,00	\$ 5.000,00
13	\$ 625,00	\$ 8.125,00	\$ 4.375,00
14	\$ 625,00	\$ 8.750,00	\$ 3.750,00
15	\$ 625,00	\$ 9.375,00	\$ 3.125,00
16	\$ 625,00	\$ 10.000,00	\$ 2.500,00
17	\$ 625,00	\$ 10.625,00	\$ 1.875,00
18	\$ 625,00	\$ 11.250,00	\$ 1.250,00
19	\$ 625,00	\$ 11.875,00	\$ 625,00
20	\$ 625,00	\$ 12.500,00	\$ 0,00

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 15 Depreciación de Maquinarias

ACTIVO	MAQUINARIAS Y EQUIPO		
VALOR	\$ 19.502,00	\$ 2.250,00	6750
AÑOS DE VIDA UTIL	10		
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 19.502,00
1	\$ 1.950,20	\$ 1.950,20	\$ 17.551,80
2	\$ 1.950,20	\$ 3.900,40	\$ 15.601,60
3	\$ 1.950,20	\$ 5.850,60	\$ 13.651,40
4	\$ 1.950,20	\$ 7.800,80	\$ 11.701,20
5	\$ 1.950,20	\$ 9.751,00	\$ 9.751,00
6	\$ 1.950,20	\$ 11.701,20	\$ 7.800,80
7	\$ 1.950,20	\$ 13.651,40	\$ 5.850,60
8	\$ 1.950,20	\$ 15.601,60	\$ 3.900,40
8	\$ 1.950,20	\$ 17.551,80	\$ 1.950,20
10	\$ 1.950,20	\$ 19.502,00	\$ 0,00

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 16 Depreciación de los muebles de oficina

ACTIVO	MUEBLES DE OFICINA.		
VALOR	\$ 3.592,04		
AÑOS DE VIDA UTIL	10		
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 3.592,04
1	\$ 359,20	\$ 359,20	\$ 3.232,84
2	\$ 359,20	\$ 718,41	\$ 2.873,63
3	\$ 359,20	\$ 1.077,61	\$ 2.514,43
4	\$ 359,20	\$ 1.436,82	\$ 2.155,22
5	\$ 359,20	\$ 1.796,02	\$ 1.796,02
6	\$ 359,20	\$ 2.155,22	\$ 1.436,82
7	\$ 359,20	\$ 2.514,43	\$ 1.077,61
8	\$ 359,20	\$ 2.873,63	\$ 718,41
9	\$ 359,20	\$ 3.232,84	\$ 359,20
10	\$ 359,20	\$ 3.592,04	\$ 0,00

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 17 Equipos de computación

ACTIVO	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.		
VALOR	\$ 2.270,00		
AÑOS DE VIDA UTIL	3		
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 2.270,00
1	\$ 756,67	\$ 756,67	\$ 1.513,33
2	\$ 756,67	\$ 1.513,33	\$ 756,67
3	\$ 756,67	\$ 2.270,00	\$ 0,00

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 18 Depreciación Inicial

PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 52.864,04
1	\$ 5.286,40	\$ 5.286,40	\$ 47.577,64
2	\$ 5.286,40	\$ 10.572,81	\$ 42.291,23
3	\$ 5.286,40	\$ 15.859,21	\$ 37.004,83
4	\$ 5.286,40	\$ 21.145,62	\$ 31.718,42
5	\$ 5.286,40	\$ 26.432,02	\$ 26.432,02
6	\$ 5.286,40	\$ 31.718,42	\$ 21.145,62
7	\$ 5.286,40	\$ 37.004,83	\$ 15.859,21
8	\$ 5.286,40	\$ 42.291,23	\$ 10.572,81
9	\$ 5.286,40	\$ 47.577,64	\$ 5.286,40
10	\$ 5.286,40	\$ 52.864,04	\$ 0,00

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S

ANEXO 19 estado de resultados proyectados

Columna1	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESOS EFECTIVO		\$ 874.944,00	\$ 950.845,39	\$ 984.124,98	\$ 1.018.569,36
EGRESOS EN EFECTIVO					
(-) COSTOS VARIABLES		\$ 716.889,60	\$ 779.079,77	\$ 806.347,56	\$ 834.569,73
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 158.054,40	\$ 171.765,62	\$ 177.777,42	\$ 183.999,63
(-) COSTOS OPERATIVOS		\$ 110.084,86	\$ 123.905,13	\$ 132.084,61	\$ 140.828,75
(-) DEPRECIACION		\$ 3.691,07	\$ 3.691,07	\$ 3.691,07	\$ 2.934,40
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 44.278,47	\$ 44.169,42	\$ 42.001,74	\$ 40.236,47
(-) INTERESES BANCARIOS		\$ 4.696,25	\$ 4.654,87	\$ 4.613,49	\$ 4.572,12
(-) IMPUESTO LUAF					
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 39.582,22	\$ 39.514,55	\$ 37.388,24	\$ 35.664,36
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS		\$ 5.937,33	\$ 5.927,18	\$ 5.608,24	\$ 5.349,65
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 8.074,77	\$ 8.060,97	\$ 7.627,20	\$ 7.275,53
(=) UTILIDAD NETA		\$ 25.570,12	\$ 25.526,40	\$ 24.152,81	\$ 23.039,17

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 20 Flujo de caja proyectado

Columna1	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS EFECTIVO		\$ 874.944,00	\$ 950.845,39	\$ 984.124,98
EGRESOS EN EFECTIVO				
(-) COSTOS VARIABLES		\$ 716.889,60	\$ 779.079,77	\$ 806.347,56
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 158.054,40	\$ 171.765,62	\$ 177.777,42
(-) COSTOS OPERATIVOS		\$ 110.084,86	\$ 123.905,13	\$ 132.084,61
(-) DEPRECIACION		\$ 3.691,07	\$ 3.691,07	\$ 3.691,07
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 44.278,47	\$ 44.169,42	\$ 42.001,74
(-) INTERESES BANCARIOS		\$ 4.696,25	\$ 4.447,99	\$ 4.406,61
(-) IMPUESTO LUAF				
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 39.582,22	\$ 39.721,43	\$ 37.595,13
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS		\$ 5.937,33	\$ 5.958,21	\$ 5.639,27
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 8.074,77	\$ 8.103,17	\$ 7.669,41
(=) UTILIDAD NETA		\$ 25.570,12	\$ 25.660,05	\$ 24.286,45
(+) DEPRECIACION		\$ 3.691,07	\$ 3.691,07	\$ 3.691,07
(=) FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ (58.414,04)	\$ 29.261,19	\$ 29.351,12	\$ 27.977,52
FLUJO DESCONTADO	\$ -	\$ (29.152,85)	\$ 198,26	\$ 28.175,79
PERIODO DE RECUPERACION		2 AÑOS		

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 1.018.569,36	\$ 1.054.219,28	\$ 1.091.116,96	\$ 1.129.306,05	\$ 1.168.831,76	\$ 1.209.740,87	\$ 1.252.081,80
\$ 834.569,73	\$ 863.779,67	\$ 894.011,96	\$ 925.302,38	\$ 957.687,96	\$ 991.207,04	\$ 1.025.899,29
\$ 183.999,63	\$ 190.439,61	\$ 197.105,00	\$ 204.003,67	\$ 211.143,80	\$ 218.533,84	\$ 226.182,52
\$ 140.828,75	\$ 150.177,73	\$ 159.517,58	\$ 169.485,93	\$ 180.125,85	\$ 191.483,40	\$ 203.607,82
\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40
\$ 40.236,47	\$ 37.327,48	\$ 34.653,02	\$ 31.583,34	\$ 28.083,55	\$ 24.116,03	\$ 19.640,30
\$ 4.365,23	\$ 4.323,86	\$ 4.489,36	\$ 4.447,99	\$ 4.406,61	\$ 4.365,23	\$ 4.323,86
\$ 35.871,24	\$ 33.003,62	\$ 30.163,65	\$ 27.135,36	\$ 23.676,94	\$ 19.750,80	\$ 15.316,44
\$ 5.380,69	\$ 4.950,54	\$ 4.524,55	\$ 4.070,30	\$ 3.551,54	\$ 2.962,62	\$ 2.297,47
\$ 7.317,73	\$ 6.732,74	\$ 6.153,39	\$ 5.535,61	\$ 4.830,10	\$ 4.029,16	\$ 3.124,55
\$ 23.172,82	\$ 21.320,34	\$ 19.485,72	\$ 17.529,44	\$ 15.295,30	\$ 12.759,02	\$ 9.894,42
\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40	\$ 2.934,40
\$ 26.107,22	\$ 24.254,74	\$ 22.420,12	\$ 20.463,84	\$ 18.229,71	\$ 15.693,42	\$ 12.828,83
\$ 54.283,01	\$ 78.537,75	\$ 100.957,88	\$ 121.421,72	\$ 139.651,43	\$ 155.344,85	\$ 168.173,67

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 21 Evaluación de situación inicial

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
CORRIENTES	\$ 136.145,68	\$ 173.436,23	\$ 174.809,21	\$ 175.341,51
Efectivo	\$ 108.916,55	\$ 138.748,98	\$ 139.847,37	\$ 140.273,21
Cuentas por cobrar	\$ 27.229,14	\$ 34.687,25	\$ 34.961,84	\$ 35.068,30
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 47.577,64	\$ 42.291,23	\$ 37.004,83	\$ 31.718,42
IVA PAGADO	\$ 13.210,18	\$ 14.868,62	\$ 15.850,15	\$ 16.899,45
RFIR PAGADA POR ADELANTADO	\$ 1.100,85	\$ 1.239,05	\$ 1.320,85	\$ 1.408,29
TOTAL ACTIVOS	\$ 198.034,35	\$ 231.835,13	\$ 228.985,04	\$ 225.367,67
PASIVOS				
DEUDA BANCARIA	\$ 44.686,74	\$ 39.721,55	\$ 34.756,35	\$ 29.791,16
UTILIDAD POR PAGAR	\$ 5.937,33	\$ 5.927,18	\$ 5.608,24	\$ 5.349,65
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ 8.074,77	\$ 8.060,97	\$ 7.627,20	\$ 7.275,53
IVA COBRADO	\$ 104.993,28	\$ 114.101,45	\$ 118.095,00	\$ 122.228,32
IESS POR PAGAR		\$ 4.165,36	\$ 4.456,94	\$ 4.768,92
PATRIMONIO				
CAPITAL APORTADO	\$ 8.762,11	\$ 8.762,11	\$ 8.762,11	\$ 8.762,11
UTILIDAD NETA	\$ 25.570,12	\$ 25.526,40	\$ 24.152,81	\$ 23.039,17
UTILIDAD ANTERIOR	\$ 10,00	\$ 25.570,12	\$ 25.526,40	\$ 24.152,81
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 198.034,35	\$ 231.835,13	\$ 228.985,04	\$ 225.367,67

AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 175.077,92	\$ 153.307,60	\$ 173.745,24	\$ 172.420,60	\$ 170.451,72	\$ 167.775,23
\$ 140.062,33	\$ 122.646,08	\$ 138.996,19	\$ 137.936,48	\$ 136.361,37	\$ 134.220,18
\$ 35.015,58	\$ 30.661,52	\$ 34.749,05	\$ 34.484,12	\$ 34.090,34	\$ 33.555,05
\$ 26.432,02	\$ 21.145,62	\$ 15.859,21	\$ 10.572,81	\$ 5.286,40	\$ -
\$ 18.021,33	\$ 19.142,11	\$ 20.338,31	\$ 21.615,10	\$ 22.978,01	\$ 24.432,94
\$ 1.501,78	\$ 1.595,18	\$ 1.694,86	\$ 1.801,26	\$ 1.914,83	\$ 2.036,08
\$ 221.033,04	\$ 195.190,50	\$ 211.637,62	\$ 206.409,77	\$ 200.630,96	\$ 194.244,24
\$ 24.825,97	\$ 19.860,77	\$ 14.895,58	\$ 9.930,39	\$ 4.965,19	\$ -
\$ 4.919,51	\$ 4.524,55	\$ 4.070,30	\$ 3.551,54	\$ 2.962,62	\$ 2.297,47
\$ 6.690,53	\$ 6.153,39	\$ 5.535,61	\$ 4.830,10	\$ 4.029,16	\$ 3.124,55
\$ 126.506,31	\$ 130.934,03	\$ 135.516,73	\$ 140.259,81	\$ 145.168,90	\$ 150.249,82
\$ 5.102,75	\$ 5.459,94	\$ 5.842,13	\$ 6.251,08	\$ 6.688,66	\$ 7.156,86
\$ 8.762,11	\$ 8.762,11	\$ 8.762,11	\$ 8.762,11	\$ 8.762,11	\$ 8.762,11
\$ 21.186,69	\$ 19.485,72	\$ 17.529,44	\$ 15.295,30	\$ 12.759,02	\$ 9.894,42
\$ 23.039,17	\$ 10,00	\$ 19.485,72	\$ 17.529,44	\$ 15.295,30	\$ 12.759,02
\$ 221.033,04	\$ 195.190,50	\$ 211.637,62	\$ 206.409,77	\$ 200.630,96	\$ 194.244,24

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

ANEXO 22 Punto de equilibrio

LECHE DE CABRA EN TETRAPACK										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRECIO PROMEDIO	\$ 0,75	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,86	\$ 0,89	\$ 0,92	\$ 0,95	\$ 0,99	\$ 1,02
C.V PROMEDIO	\$ 0,63	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,70	\$ 0,72	\$ 0,75	\$ 0,77	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,86
CF.	\$ 36.694,95	\$ 41.301,71	\$ 44.028,20	\$ 46.942,92	\$ 50.059,24	\$ 53.172,53	\$ 56.495,31	\$ 60.041,95	\$ 63.827,80	\$ 67.869,27
CANTIDAD DE EQ.	305791	332542	342506,656	352832	363531	373082	382991	393270	403930	414982
INGRESOS DE EQ.	\$ 229.343,46	\$ 258.135,69	\$ 275.176,27	\$ 293.393,23	\$ 312.870,28	\$ 332.328,29	\$ 353.095,68	\$ 375.262,19	\$ 398.923,75	\$ 424.182,96

Fuente Empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

YOGURT DE LECHE DE CABRA.										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 0,75	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,86	\$ 0,89	\$ 0,92	\$ 0,95	\$ 0,99	\$ 1,02
C.V PROMEDIO	\$ 0,63	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,70	\$ 0,72	\$ 0,75	\$ 0,77	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,86
CF.	\$ 36.694,95	\$ 41.301,71	\$ 44.028,20	\$ 46.942,92	\$ 50.059,24	\$ 53.172,53	\$ 56.495,31	\$ 60.041,95	\$ 63.827,80	\$ 67.869,27
CANTIDAD DE EQ.	\$ 305.791,28	\$ 332.541,95	\$ 342.506,66	\$ 352.831,84	\$ 363.531,16	\$ 373.082,00	\$ 382.991,42	\$ 393.270,25	\$ 403.929,74	\$ 414.981,56
INGRESOS DE EQ.	\$ 229.343,46	\$ 258.135,69	\$ 275.176,27	\$ 293.393,23	\$ 312.870,28	\$ 332.328,29	\$ 353.095,68	\$ 375.262,19	\$ 398.923,75	\$ 424.182,96

Fuente Empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

QUESO DE CABRA.										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5	AÑO 5
PRECIO PROMEDIO	\$ 0,85	\$ 0,88	\$ 0,91	\$ 0,94	\$ 0,98	\$ 1,01	\$ 1,04	\$ 1,08	\$ 1,12	\$ 1,16
C.V PROMEDIO	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,70	\$ 0,72	\$ 0,75	\$ 0,77	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,86	\$ 0,89
CF.	\$ 36.694,95	\$ 41.301,71	\$ 44.028,20	\$ 46.942,92	\$ 50.059,24	\$ 53.172,53	\$ 56.495,31	\$ 60.041,95	\$ 63.827,80	\$ 67.869,27
CANTIDAD DE EQ.	\$ 183.474,77	\$ 199.525,17	\$ 205.503,99	\$ 211.699,11	\$ 218.118,70	\$ 223.849,20	\$ 229.794,85	\$ 235.962,15	\$ 242.357,84	\$ 248.988,94
INGRESOS DE EQ.	\$ 155.953,55	\$ 175.532,27	\$ 187.119,86	\$ 199.507,40	\$ 212.751,79	\$ 225.983,24	\$ 240.105,06	\$ 255.178,29	\$ 271.268,15	\$ 288.444,41

Fuente Empresa CAPRILAC S.A.
Elaborado por Roxana Mirabá Pozo

ANEXO 23 Análisis de impacto proyectado

2 AÑOS	
TASA INTERNA DE RETORNO.	38,91%
B	
TASA DE DESCUENTO = 10,0% + 3,50%	Inflación + interes cambiar
TASA DE DESCUENTO =	13,50%
VALOR ACTUAL	\$ 96.308,47

Elaborado por Roxana Mirabá Pozo
Fuente Empresa CAPRILAC S.A.

Capítulo 5

Sección tercera (Formas de trabajo y su retribución)

Art. 323. Se reconocen todas las modalidades de trabajo como sectores sociales productivos, sean en relación de dependencia o autónomos e incluidas las labores de auto sustento y cuidado humano. El Estado protegerá el derecho al trabajo.

Art. 325. La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual y colectiva. El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo con la ley.

Sección quinta (Intercambios económicos y comercio justo)

Art. 333. El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado, y fomentará la competencia en igualdad de oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 334.El Estado velará e impulsará el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 335.El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

Sección sexta (Ahorro e Inversión)

Art. 336.El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión y en el país. Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de los migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad y calidez.

PLAN DEL BUEN VIVIR

Objetivos del plan para el buen vivir

1.- Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad

Estamos comprometidos en superar las condiciones de desigualdad y exclusión, con una adecuada distribución de la riqueza sin discriminación de sexo, etnia, nivel social, religión, orientación sexual ni lugar de origen. Queremos construir un

porvenir compartido sostenible con todas y todos los ecuatorianos. Queremos lograr el buen vivir.

2.- Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

Trabajamos por el desarrollo de los y las ciudadanas, fortaleciendo sus capacidades y potencialidades a través del incentivo a sus sentimientos, imaginación, pensamientos, emociones y conocimientos.

3.- Mejorar la calidad de vida de la población

Buscamos condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecemos la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentable y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos.

4.- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable

Promovemos el respeto a los derechos de la naturaleza. La Pacha Mama nos da el sustento, nos da agua y aire puro. Debemos convivir con ella, respetando sus plantas, animales, ríos, mares y montañas para garantizar un buen vivir para las siguientes generaciones.

5.- Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

La soberanía es integral y radica en el pueblo. El Estado la garantiza y defiende, reconociendo la unidad en la diversidad. Inspirados en el sueño de Bolívar, construimos la integración de América Latina.

6.- Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas

Garantizamos la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

7.- Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común

Construimos espacios públicos seguros y diversos que nos permitan eliminar las discriminaciones. Contribuimos a que florezcan todas las culturas, las artes y la comunicación como derechos y posibilidades para establecer diálogos diversos y disfrutar el uso creativo del tiempo libre.

8.- Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

Unidos en la diversidad, somos un país plurinacional e intercultural que garantiza los derechos de las personas y colectividades sin discriminación alguna. Valoramos nuestra diversidad como una fuente inagotable de riqueza creativa y transformadora.

9.- Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia

Garantizamos a todas las personas el respeto a los derechos humanos y el acceso a la justicia. Queremos una igualdad entre hombres y mujeres que proteja, en forma integral, a niñas, niños y adolescentes. Promovemos una justicia social, solidaria, imparcial, democrática, intergeneracional y transnacional.

10.- Garantizar el acceso a la participación pública y política

Construimos una democracia en la cual todas y todos nos involucremos y participemos activa y responsablemente en los procesos públicos, políticos y económicos del país. Buscamos el fortalecimiento de las organizaciones, comunidades, pueblos y nacionalidades, para ejercer nuestros derechos y deberes ciudadanos.

11.- Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.

12.- Construir un Estado Democrático para el Buen Vivir

Construimos un Estado cercano y amigable que planifica y coordina sus acciones de manera descentralizada y desconcentrada. Promovemos la inversión pública para alcanzar la satisfacción de las necesidades humanas con servicios públicos de calidad.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

Transformación Social y Desarrollo Humano

El objetivo básico es garantizar el cumplimiento de los derechos económicos, sociales y culturales, con metas a nivel cantonal.

1. El derecho al trabajo y a condiciones laborales equitativas y satisfactorias.
2. El derecho a la seguridad social y al seguro social.

3. El derecho a la protección y asistencia a la familia.
4. El derecho a la alimentación.
5. El derecho a la vivienda.
6. El derecho a la educación.
7. El desarrollo científico y tecnológico.
8. El derecho al deporte y a la recreación.
9. Los derechos culturales.
10. El derecho a la salud física y mental.
11. El derecho a la prevención y protección contra riesgos y desastres naturales.
12. El derecho a un medio ambiente sano y el derecho al agua.
13. La igualdad de derechos entre hombres y mujeres.
14. Los derechos humanos de las personas con discapacidad.
15. Los derechos de los niños, adolescentes y jóvenes.
16. Los derechos económicos, sociales y culturales de las personas mayores.
17. Los derechos de los pueblos indígenas, afro ecuatorianos y montubios.
18. Los derechos de los migrantes

GLOSARIO

Pasteurización: proceso de calentamiento de un líquido, en particular de la leche, hasta una temperatura que oscila entre 55 y 70 °C para destruir las bacterias perjudiciales, sin producir cambios materiales en la composición, en el sabor, o en el valor nutritivo del líquido. El proceso se llama así en honor del químico francés Louis Pasteur, quien lo ideó en 1865 con el fin de inhibir la fermentación del vino y de la leche. La leche se pasteuriza al calentarla a 63 °C durante 30 minutos, luego se enfría con rapidez, y se envasa a una temperatura de 10 °C. La cerveza y el vino se pasteurizan al ser calentados a unos 60 °C durante unos 20 minutos; también se hace, según un método más reciente, calentando a 70 °C durante 30 segundos y envasando en condiciones estériles.

Homogenización: Acción y efecto de homogeneizar. || 2. Tratamiento al que son sometidos algunos líquidos, especialmente la leche, para evitar la separación de sus componentes

Cuajo El primer paso en la elaboración de quesos es permitir que la leche templada se agrie, precipitando la cuajada, de la que se obtienen queso y suero, el residuo líquido de la leche.

Desuerar tr. Ecuad. En la elaboración de los quesos, separar el suero de la leche.

Térmico Pertenece o relativo al calor o la temperatura. || 2. Que conserva la temperatura

Matraz instrumento de laboratorio que se utiliza sobre todo para contener y medir líquidos. Es un recipiente de vidrio de forma esférica o troncocónica con un cuello cilíndrico. Los dos tipos de matraces que se emplean más comúnmente son el matraz erlenmeyer (o simplemente erlenmeyer) y el matraz aforado o volumétrico.

El primero tiene forma troncocónica, con cuello corto, y suele llevar una escala graduada que permite medir distintos volúmenes de líquido. El matraz aforado tiene forma de pera y un cuello largo y estrecho con una raya o enrase que marca la capacidad exacta del matraz a una cierta temperatura; se utiliza sobre todo para preparar y conservar disoluciones de una concentración determinada

Pipeta instrumento de laboratorio que se utiliza para medir o transvasar pequeñas cantidades de líquido. Es un tubo de vidrio abierto por ambos extremos y más ancho en su parte central. Su extremo inferior, terminado en punta, se introduce en el líquido; al succionar por su extremo superior, el líquido asciende por la pipeta.

Los dos tipos de pipeta que se utilizan en los laboratorios con más frecuencia son la pipeta de Mohr o graduada y la pipeta de vertido. En la primera se pueden medir distintos volúmenes de líquido, ya que lleva una escala graduada. La pipeta de vertido posee un único enrase circular en su parte superior, por lo que sólo puede medir un volumen.

La capacidad de una pipeta oscila entre menos de 1 ml y 100 ml. En ocasiones se utilizan en sustitución de las probetas, cuando se necesita medir volúmenes de líquidos con más precisión

ABREVIATURAS

MAGAP: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

CFN: Corporación Financiera Nacional

BNF: Banco Nacional De Fomento

MIES: Ministerio De Inclusión Económico Y Social

RUC: Registro Único del Contribuyente

ANEXO 24 Imágenes del proceso de producción



ANEXO 25 Carta Aval

ANEXO 26 Certificado de revisión de la redacción y ortografía