



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN:**

**Previo a la obtención del título de:**

**INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Estudio de prefactibilidad para la elaboración de Vino de arroz (sake)  
elaborado en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Cantón Daule.**

**TUTOR:**

**Ing. Verni Jácome Santos**

**AUTORA:**

**Mosquera Castro Maylin Leidy**

**PORTOVIEJO – MANABI – ECUADOR**

**2020**

## **Certificado del Tutor de Titulación**

Ing. Verni Jácome Mgs., en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico que los egresada Maylin Mosquera Castro, es la autora de la Tesis de Grado titulada: “Estudio de pre-factibilidad para la elaboración de vino de arroz (sake) elaborado en el Cantón Daule.”, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Ing. Verni Jácome

**TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **Certificado del tribunal**

El trabajo de investigación “Estudio de pre-factibilidad para la elaboración de vino de arroz (sake) elaborado en el Cantón Daule”, presentado por la egresada: Maylin Leidy Mosquera Castro, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

---

Ing. Andrea Ruiz Vélez Mgs.

**Coordinadora de la carrera**

---

Ing. Verni Jácome Mgs.

**Tutor trabajo investigación**

---

Ing. Yandres García Mgs.

**Miembro del tribunal**

---

Ing. Martha García Briones Mgs.

**Miembro del tribunal**

## Declaración de autoría

Mosquera Castro Maylin Leidy, autora de este trabajo de titulación denominado **“Estudio de pre-factibilidad para la elaboración de Vino de arroz (sake) elaborado en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Cantón Daule.”**, declaro que el mismo es de mi completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de mi entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

---

Mosquera Castro Maylin Leidy

**Egresada de la carrera de Gestión Empresarial**

## **Agradecimiento**

Este trabajo de tesis es uno de los grandes pasos para mi formación profesional y personal, por tal motivo no puedo dejar de agradecer a todas las personas que influyeron de una manera u otra.

En primer lugar, agradecer a Dios pues es quien nos mantiene en pie para seguir en lucha día a día, y sin el nada fuera posible.

Agradezco de todo corazón a mis padres por haberme apoyado en los estudios, a mi esposo por haberme apoyado para culminar mis estudios universitarios, con su cariño, predisposición, apoyo incondicional, y muchas paciencias durante todos estos años.

**Mosquera Castro Maylin Leidy**

## **Dedicatoria**

El esfuerzo de este trabajo es dedicado con mucho cariño y aprecio a las personas que me acompañaron en cada uno de mis pasos para este logro:

Dedico en primer lugar a Dios, quien me ha dado la fortaleza para continuar cuando he estado a punto de caer.

De igual forma este trabajo de tesis se lo dedico a mis padres, quienes han sabido formarme con sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos difíciles.

**Mosquera Castro Maylin Leidy**

## Resumen

La presente investigación refiere al Estudio de pre-factibilidad para la elaboración de vino de arroz (sake) elaborado en el Cantón Daule, el mismo que consta de varios capítulos como forma de llegar a conocer la viabilidad y factibilidad del mismo.

El capítulo I plantea el problema del porque y para que se realizará esta investigación, delimitándolo en todas sus partes, prestando las justificaciones del mismo, así como los objetivos que se esperan alcanzar.

En el capítulo II este detalla el marco teórico, referencial y conceptual como base de criterios, expresiones y argumentaciones propias y de personas extras y profesionales en el tema, que con su aporte mejoren la indagación, además de la hipótesis de estudio con sus respectivas variables y Operacionalización.

En el capítulo III se muestra el estudio metodológico, el cual expresa de forma clara la modalidad de la investigación, tipo, fuentes de información, métodos e instrumentos se aplicarían para la obtención de información, así como la población y muestra considera para el estudio con sus respectivos análisis de los resultados.

El capítulo IV muestra la formulación del proyecto, el análisis e interpretación de los resultados conforme a la aplicación de las encuestas, los cuales a través de un análisis minucioso permitirá conseguir un criterio, más preciso.

En el capítulo V se detalla la propuesta de la investigación, en donde hace descripción minuciosa de los recursos necesarios para poder operar, así como el desarrollo de los distintos indicadores, balances y estados que determina la factibilidad de la misma.

**Palabras Clave:** Prefactibilidad, financieros, estudio, producción

## **Abstract**

This research refers to the pre-feasibility study for the production of rice wine (sake) made in the Canton Daule, which consists of several chapters as a way to get to know the viability and feasibility of the same.

Chapter I raises the problem of why and for which this research will be carried out, delimiting it in all its parts, providing the justifications for it, as well as the objectives that are expected to be achieved.

In chapter II this details the theoretical, referential and conceptual framework as the basis of criteria, expressions and arguments of their own and of extra people and professionals on the subject, who with their contribution improve the investigation, in addition to the study hypothesis with its respective variables and Operationalization.

Chapter III shows the methodological study, which clearly expresses the research modality, type, sources of information, methods and instruments that would be applied to obtain information, as well as the population and sample considered for the study with their respective analysis of the results.

Chapter IV shows the formulation of the project, the analysis and interpretation of the results according to the application of the surveys, which through a detailed analysis will allow to obtain a more precise criterion.

Chapter V details the research proposal, where it makes a detailed description of the resources necessary to operate, as well as the development of the different indicators, balances and statements that determine the feasibility of the same.

**Keywords:** Pre-feasibility, financial, study, production

## Tabla de contenido

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Portada.....	i
Certificado del Tutor de Titulación.....	ii
Certificado del tribunal .....	iii
Declaración de autoría.....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria .....	vi
Resumen.....	vii
Abstract .....	viii
Tabla de contenido .....	ix
Lista de tablas.....	xv
Lista de Figuras .....	xviii
Capítulo I.....	1
1. Problematización .....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Antecedentes generales .....	1
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4 Planteamiento del problema .....	3

1.5 Preguntas de la investigación .....	5
1.6. Delimitación del problema .....	5
1.7 Justificación.....	6
1.8 Objetivos .....	9
1.8.1 Objetivo general .....	9
1.8.2 Objetivos específicos.....	9
Capítulo II .....	11
2. Contextualización .....	11
2.1 Marco teórico .....	11
2.2 Marco conceptual .....	27
2.3 Marco legal.....	31
2.4 Marco ambiental.....	33
2.5 Variable de la investigación .....	35
2.5.1 Variable independiente.....	35
2.5.2 Variable dependiente .....	35
2.6 Operacionalización de las variables .....	37
Capítulo III.....	40
3. Marco metodológico.....	40
3.1 Plan de investigación.....	40

3.1.1 Diseño de la investigación.....	40
3.2 Tipos de investigación.....	46
Investigación descriptiva.....	46
3.3 Fuentes de información.....	48
3.4 Población.....	49
3.5 Muestra.....	51
3.6 Análisis de los resultados.....	53
Capítulo IV.....	57
4. Formulación del proyecto.....	57
4.1. Análisis e interpretación de resultados.....	57
4.1.1 Encuestas.....	56
4.2 Microambiente.....	68
4.3. Macroambiente Análisis PEST.....	73
4.4. Estudio de mercado.....	81
4.4.1 Productos.....	81
4.4.2 Precio.....	84
4.4.3 Promoción.....	87
4.4.4 Estrategia promocional.....	87
4.3 Estudio técnico.....	96

4.3.1 Dimensión y característica .....	98
4.3.2 Localización del proyecto .....	101
4.3.3 Tecnología del proyecto productivo .....	102
4.3.4 Ingeniería del proyecto .....	104
4.3.5 Maquinarias y equipos.....	109
4.4 Estudio administrativo.....	113
4.4.2. Organigrama.....	118
4.4.3 Funciones del talento humano .....	119
4.5 Estudio legal.....	133
4.5.1 Tipo de empresa .....	133
4.5.2 Tramite legal.....	135
4.5.3 Requisito tributario.....	137
Capítulo V.....	141
5. Propuesta .....	141
5.1. Título de la propuesta .....	141
5.2. Autor de la propuesta .....	141
5.3. Empresa auspiciante .....	141
5.3. Empresa auspiciante .....	141
5.4. Área que cubre la propuesta .....	141

5.5. Fecha de presentación .....	141
5.6. Fecha de terminación.....	141
5.7 Duración del proyecto .....	142
5.8. Participantes del proyecto .....	142
5.9. Objetivo general de la propuesta .....	142
5.10. Objetivos específicos.....	142
5.11. Beneficiarios directos .....	142
5.12. Beneficiarios indirectos .....	143
5.13. Impacto de la propuesta.....	143
5.14. Descripción de la propuesta .....	143
5.14.1. Ingresos .....	144
5.14.2 Costos de materiales directos .....	145
5.14.3. Costos totales.....	147
5.14.4. Gastos .....	147
5.14.5. Prestamos del proyecto (tabla de amortización).....	148
5.14.6. Estados financieros.....	150
5.14.7. Flujo de caja .....	153
5.14.8. Evaluación económica.....	155
5.14.9. Evaluación financiera .....	158

5.14.8. Relación beneficio – costo .....	159
5.14.10. Tiempo de recuperación de la inversión.....	160
5.14.11. Análisis de sensibilidad .....	160
5.15. Importancia.....	162
5.16. Metas del proyecto .....	162
5.17. Finalidad de la propuesta.....	162
Referencias.....	164
Apéndices.....	172

## Lista de tablas

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
<b>Tabla 1</b> <i>Variable independiente</i> .....	37
<b>Tabla 2</b> <i>Variable dependiente</i> .....	38
<b>Tabla 3</b> <i>Plan de acción</i> .....	45
<b>Tabla 4</b> <i>Población objetiva</i> .....	50
<b>Tabla 5</b> <i>Formula</i> .....	51
<b>Tabla 6</b> <i>Muestra</i> .....	52
<b>Tabla 7</b> <i>Consumo de bebidas</i> .....	57
<b>Tabla 8</b> <i>Licores preferidos</i> .....	58
<b>Tabla 9</b> <i>Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas</i> .....	59
<b>Tabla 10</b> <i>Cantidad de consumo de vino</i> .....	60
<b>Tabla 11</b> <i>Marca del producto a consumir</i> .....	61
<b>Tabla 12</b> <i>Precio del licor</i> .....	62
<b>Tabla 13</b> <i>Lugar donde se adquiere vino</i> .....	63
<b>Tabla 14</b> <i>Tiene conocimientos de vino de arroz</i> .....	64
<b>Tabla 15</b> <i>Consumiría vino de arroz</i> .....	65
<b>Tabla 16</b> <i>Costo de adquisición a pagar por el vino de arroz</i> .....	66
<b>Tabla 17</b> <i>Principales países importadores</i> .....	68

<b>Tabla 18</b> <i>Cotización de varios proveedores</i> .....	69
<b>Tabla 19</b> <i>Segmentación demográfica</i> .....	70
<b>Tabla 20</b> <i>Segmentación geográfica</i> .....	71
<b>Tabla 21</b> <i>Balanza Comercial</i> .....	77
<b>Tabla 22</b> <i>Precios referenciales</i> .....	86
<b>Tabla 23</b> <i>Proyección de oferta</i> .....	91
<b>Tabla 24</b> <i>Distribución de la población por edades</i> .....	93
<b>Tabla 25</b> <i>Tecnología para la producción</i> .....	102
<b>Tabla 26</b> <i>Procedimiento de producción</i> .....	105
<b>Tabla 27</b> <i>Ingredientes para la producción</i> .....	107
<b>Tabla 28</b> <i>Cotización de maquinarias</i> .....	109
<b>Tabla 29</b> <i>Detalle de gastos de publicidad</i> .....	111
<b>Tabla 30</b> <i>Proyección de ventas</i> .....	112
<b>Tabla 31</b> <i>Manual de políticas de la empresa</i> .....	116
<b>Tabla 32</b> <i>Funciones del talento humano</i> .....	119
<b>Tabla 33</b> <i>Asistente administrativa</i> .....	120
<b>Tabla 34</b> <i>Contabilidad</i> .....	121
<b>Tabla 35</b> <i>Operarios</i> .....	122
<b>Tabla 36</b> <i>Vendedor</i> .....	123

<b>Tabla 37</b> <i>Sueldos y salarios mensuales</i> .....	124
<b>Tabla 38</b> <i>Trámite en el cuerpo de bomberos</i> .....	137
<b>Tabla 39</b> <i>Costos de la propiedad planta y equipo</i> .....	144
<b>Tabla 40</b> <i>Volumen en ventas</i> .....	144
<b>Tabla 41</b> <i>Ingresos por ventas</i> .....	145
<b>Tabla 42</b> <i>Costos de producción de materiales directos</i> .....	145
<b>Tabla 43</b> <i>Costos anuales de materiales de producción directos</i> .....	146
<b>Tabla 44</b> <i>Estructura del costo total</i> .....	147
<b>Tabla 45</b> <i>Gastos</i> .....	147
<b>Tabla 46</b> <i>Datos de préstamo bancario</i> .....	148
<b>Tabla 47</b> <i>Resumen de tabla de amortización de préstamo</i> .....	148
<b>Tabla 48</b> <i>Amortización de préstamo</i> .....	149

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Provincia del Guayas del cantón Daule .....	50
<i>Figura 2.</i> Consumo de bebidas .....	57
<i>Figura 3.</i> Licores preferidos .....	58
<i>Figura 4.</i> Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas.....	59
<i>Figura 5.</i> Cantidad de consumo de vino .....	60
<i>Figura 6.</i> Marca del producto a consumir .....	61
<i>Figura 7.</i> Precio del licor .....	62
<i>Figura 8.</i> Lugar donde se adquiere vino .....	63
<i>Figura 9.</i> Tiene conocimientos de vino de arroz .....	64
<i>Figura 10.</i> Consumiría vino de arroz.....	65
<i>Figura 11.</i> Costo de adquisición a pagar por el vino de arroz.....	66
<i>Figura 12.</i> Localización geográfica .....	70
<i>Figura 13.</i> Nivel Socioeconómico del Cantón Daule parroquia Juan Bautista ....	79
<i>Figura 14.</i> Presentación del producto .....	82
<i>Figura 15.</i> Tamaño del producto .....	83
<i>Figura 16.</i> Logotipo del producto.....	85
<i>Figura 17.</i> Proyección de oferta .....	92
<i>Figura 18.</i> Macro localización.....	97

<b>Figura 19.</b> Micro localización .....	98
<b>Figura 20.</b> Dimensiones de los departamentos .....	101
<b>Figura 21.</b> Sistema de vigilancia .....	103
<b>Figura 22.</b> Sistema contra incendios .....	103
<b>Figura 23.</b> Control de asistencia .....	104
<b>Figura 24.</b> Ingeniería en proyectos .....	105
<b>Figura 25.</b> Procedimiento .....	106
<b>Figura 26.</b> Preparación .....	108
<b>Figura 27.</b> Diseños de marketing.....	112
<b>Figura 28.</b> FODA empresarial .....	114
<b>Figura 29.</b> Organigrama institucional.....	118
<b>Figura 30.</b> Procesos de reclutamiento del personal .....	126
<b>Figura 31.</b> Diagrama del personal .....	128
<b>Figura 32.</b> Contratación del personal .....	130
<b>Figura 33.</b> Presentación del personal.....	132
<b>Figura 34:</b> Estado de resultado anual proyectado .....	150
<b>Figura 35.</b> Estado de situación financiera proyectado.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Figura 36.</b> Flujo de caja proyectado .....	154

<b>Figura 37.</b> Evaluación económica .....	155
<b>Figura 38.</b> Punto de equilibrio anual USD .....	156
<b>Figura 39.</b> Gráfico de punto de equilibrio .....	157
<b>Figura 40.</b> Evaluación financiera .....	158
<b>Figura 41.</b> Cálculo del VAN .....	159
<b>Figura 42.</b> Cálculo del TIR.....	159
<b>Figura 43.</b> Tiempo de recuperación de inversión.....	160
<b>Figura 44.</b> Análisis de sensibilidad pesimista .....	160
<b>Figura 45.</b> Análisis de sensibilidad moderado .....	161
<b>Figura 46.</b> Análisis de sensibilidad optimista.....	161

# Capítulo I

## 1. Problematicación

### 1.1 Tema

Estudio de pre-factibilidad para la elaboración de vino de arroz (sake) elaborado en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Cantón Daule.

### 1.2 Antecedentes generales

Fundamentalmente el arroz se sitúa en Asia. Es importante acotar que el cultivo hace 7000 años en China, unos 4000 años en la India y unos 500 años más tarde en Indonesia. Inclusive comenzó a cultivarse en las zonas tropicales de Asia y, a partir de allí, consiguió ir adaptándose a otras zonas. Por último no se sabe exactamente como se introdujo en Europa, aunque se especula que los viajeros que comercializaban con Oriente lo introdujeron en la Europa Oriental sobre el año 800 A.C. Los musulmanes lo introdujeron en España con su invasión y que, a partir de aquí, se extendió a Italia y Francia. (Masats, 2019)

El arroz se configura como una fundamental fuente alimenticia para la población mundial, por consiguiente, la producción de este producto posee una considerable importancia a nivel socioeconómico, político y en especial en lo que concierne a la seguridad alimenticia; en el Ecuador la producción de arroz es evidentemente trascendental puesto que representa en la dieta de los ecuatorianos el más significativo aporte de calorías.

Sobre todo se originaron unos 558 millones de toneladas en todo el universo de los cuales 510 millones se originaron en Asia. El principal país del mundo es China que produce más del 30% de la población universal.

El cultivo de esta gramínea se establece como el más extenso dado que la superficie arroceras a nivel nacional cubre aproximadamente 400.000 has, de las cuales el 95% se concentra en los tramos concluyentes de los ríos Daule y Babahoyo.

Es un hecho destacable que una considerable parte del cultivo de arroz ha sido producido por agricultores que no poseen ni tecnología ni insumos que permitan agregar valor al producto final, parte del procesamiento de arroz se efectúa de forma artesanal, claro está que con el devenir de los años se han suscitado cambios pausados pero no reprochables por ejemplo las piladoras de arroz han ido tecnificándose poco a poco, pero solo se limitan a “pilar” el arroz, mas no a emprender una visión que vaya más allá de la tradicional forma de producción, lo que deja en evidencia una diáfana carencia en capacidades de innovación que conlleve a la superación de la actual estructura productiva no solo que concierne al Cantón Daule sino en el contexto nacional, hechos que permita alcanzar una expansión de los mercados y paralelamente generar más empleo lo que se verá reflejado en un crecimiento en la estabilidad laboral. (Hidalgo, 2014)

El Ecuador se ha caracterizado por ser un país agrícola exportador de materias primas e importador de productos elaborados, colocándose en una clara desventaja frente a los países que cuentan con una matriz productiva más tecnificada e industrializada.

En base a lo expuesto, se torna necesario realizar un análisis de las condiciones en las que se produce el arroz teniendo aquello como génesis surge la propuesta ineludible de lograr avances en materia de agregación de valor a la producción de este producto, de hecho, una de las ventajas primordiales es que dicho estudio se

llevará a cabo en un cantón que figura como uno de los mayores productores de arroz.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cómo determinar la viabilidad financiera para la elaboración de vino de arroz (sake) elaborado en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Cantón Daule en el periodo 2020?

### **1.4 Planteamiento del problema**

Este estudio busca determinar la pre-factibilidad de producción vino de arroz en el Cantón Daule, como se indicó el arroz se ubica entre los principales productos de cultivo, propio de la región Costa, especialmente en las provincias de Guayas y Los Ríos. En cantón Daule de la provincia del Guayas, se conoce que generalmente los precios de del arroz fluctúan constantemente y en algunas ocasiones producen pérdidas a los productores, a través de este estudio podemos apoyar al sector arrocero en la producción de nuevo producto como es el licor de arroz, donde su principal materia prima sería el arroz, y de esta forma se crea otra perspectiva de comercializare y generar un nuevo negocio y fuente de trabajo.

Son situaciones que motivan a buscar nuevos horizontes, ¿Por qué encasillarnos solo en la venta de materia prima? Son algunos productos que se pueden derivar del arroz como el caso de la harina, ya que se utiliza la de trigo que es importada y por esto es su alto costo. El licor es elaborado a base de la caña de azúcar, y ya sabemos que la producción de esta no alcanza para elaborar estas bebidas y por este motivo se va importar azúcar, lo que provocara un alza de precios.

Este producto en el Cantón Daule es nuevo y por lo tanto se deberá realizar una investigación adecuada en la zona arrocera y un plan estratégico de marketing para la aceptación del mismo en nuestro mercado de consumidor.

El cultivo del arroz se desarrolló en el Ecuador, por resultado del proceso interno de diversificación de la economía generada en el siglo XVIII, contribuyendo, después, a las reformas borbónicas y de las leyes de 1770 que liberalizaron y dinamizaron el tráfico marítimo Inter colonial. La producción y exportación de bienes primarios fue motivada efectivamente por la implementación de instrumentos de política fiscal, así como fomentando, no solo a la producción minera, sino la introducción de otros cultivos “tropicales”, como la caña de azúcar, el café, el cacao, el tabaco, de gran demanda en el mercado mundial, (Espinosa R., 2000).

Según Castro (2017); el rendimiento del cultivo de arroz en cáscara (20% de humedad y 5% de impurezas) en el Ecuador para el primer cuatrimestre del 2017. También entre los principales resultados obtenidos se encuentran los siguientes:

- El rendimiento promedio nacional de arroz fue de 3.92 t/ha.
- La provincia de Loja registró el mayor rendimiento, siendo 9.54 t/ha; mientras que Los Ríos presentó el rendimiento más bajo con 3.05 t/ha. Comparando con el mismo ciclo del año 2016.
- Se evidencia una reducción en el rendimiento nacional de 6%.

Daule llamado la capital arrocera del Ecuador, presenta problemas en la producción en cuanto a las plagas, problemas climáticos y también otros de los

problemas que preocupa a los productores es el bajo nivel de producción por falta de infraestructura debido al escaso financiamiento en esta etapa del ciclo de producción (Zambrano & Calero, 2015).

### **1.5 Preguntas de la investigación**

- ¿Qué lineamientos teóricos se aplicarán para realizar un estudio de prefactibilidad para la elaboración de vino de arroz (sake)?
- ¿Qué tendencia de consumo hay en el mercado de licores para determinar la demanda del vino de arroz?
- ¿Qué procesos se aplicarán en los estudios organizativos de la población y la metodología del proyecto?
- ¿Cuáles son los pasos legales a seguir para la elaboración y distribución del vino de arroz (sake)?
- ¿Cuáles son las consideraciones presupuestarias que se deben aplicar en la producción y comercialización del vino de arroz (sake) en la parroquia Juan Bautista en el Cantón Daule?

### **1.6. Delimitación del problema**

**Campo:** Empresarial

**Área:** Financiera

**Aspectos:** Prefactibilidad, Viabilidad financiera,

**Tema:** Estudio de prefactibilidad para la elaboración de vino de arroz (sake) elaborado en el Cantón Daule.

**Espacio:** Parroquia Juan Bautista Aguirre – Cantón Daule-Guaya

**Tiempo:** Año Fiscal 2020

**Línea de investigación:** Fomento a las micros, pequeñas y medianas empresas

### **1.7 Justificación**

Arroz es uno de los principales componentes de la canasta básica, y es el sustento económico de muchas familias en el cantón Daule, la siembra de arroz es la fuente principal de ingresos de las familias campesinas. A pesar de ser una zona 100% arrocería, este sector no cuenta con una piladora, por tanto, los agricultores se ven obligados a vender a intermediarios el arroz en cáscara inmediatamente realizada la cosecha, lo que no les permite comercializarlo directamente a los distribuidores que pueden ser microempresarios o a las cadenas de supermercados. (Cortez, 2017)

La cadena de valor donde participan tanto los productores materia prima como el acopiador rural y las piladoras procesamiento agroindustrial, los comerciantes mayoristas, los minoristas encargados de la distribución hacia el consumidor final, configura el canal de la distribución que modifica el precio y amplía las diferencias a través de la distribución del pago que hace el consumidor. Los factores de la comercialización fijan desde su comienzo, la calidad de semilla, granos y productos almacenados (humedad y temperatura).

Condicionamiento, afecta el momento de almacenar el arroz en las bodegas, para evitar mermas temporales, y requiere notificar la identificación visual.

En las áreas de riego especialmente, esta circunstancia de siembra - cosecha - preparación de suelo cíclica y permanente ocurre por circunstancias

socioeconómicas imperantes y que ningún Gobierno ha podido resolver. Estos aspectos relacionados son: crédito y comercialización» (Cortez, 2017, p. 18)

### **Viabilidad**

El alcance del proyecto está en dependencias de las posibilidades de recursos disponible para su realización, ya sea humana, materiales y financieros, así como el tiempo disponible para su ejecución, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica. La viabilidad de un proyecto depende de varios factores, técnicos, socio-cultura, económicos, ambiental, institucional y de gestión, financiero y política.

#### **Viabilidad técnica:**

El proyecto reúne característica, condiciones técnicas y operativas que aseguran el cumplimiento de sus metas y objetivo para la producción de vino de arroz (sake), con la determinación de cuantificación del monto total a invertir en relaciono con los costos de operación.

#### **Viabilidad socio –cultural:**

Ecuador es un país que identifica culturas y etnias, posee una amplia diversificación de razas permitiendo el intercambio cultural y brindando una identidad social a cada provincia de la nación. Es transcendental asentar que gracias a esta diversificación cultural es que se desarrollan necesidades, y ahí es donde se deben identificar las oportunidades de negocio, en una población determinada y con rasgos culturales específicos. Se esperan un impacto favorable en cuanto a los involucrados, son los clientes que verifican que a partir de exponer las soluciones a sus necesidades a través de la producción de vino de arroz (sake). (Ander, 2002)

**Viabilidad económica**

En relación a la demanda en el mercado de producción de arroz (sake) sin embargo se define el coste de satisfacción de todos los clientes según el sector económico al que corresponde, mediante el estudio de coste-beneficios, que busca satisfacer y cubrir en totalidad las necesidades del consumidor.

**Viabilidad ambiental**

El proyecto de pre-factibilidad de producción de vino de arroz (sake), en la actualidad comprende una parte fundamental y muy importante para la mejora de una organización el cuidado y prevención del medio ambiente por el que debemos impulsar y direccionar en el avance de las actividades propias de la micro empresa, partiendo de la conciencia y responsabilidad ambiental de cada uno de los colaboradores. Ser una empresa comprometida con la protección, cuidado y sanificación de los espacios en que los individuos interactúan, mantener un ambiente sano, limpio y agradable garantizando el adecuado manejo de residuo y distintos tipos de desechos. Gómez (2002)

**Viabilidad financiera**

El plan de ajustar los aspectos financieros del proyecto es considerar los productos, los que serán manejado para la producción del mismo, ingresos esperados, generado por el pronóstico de ventas esperada.

**Viabilidad política**

Actualmente en el Ecuador, cuenta cual es la tendencia del gobierno de turnos respecto al desarrollo real de la económica, el actual panorama político influye

debido que existe apertura y apoyo de parte del estado, para la contratación de la empresa de servicios integrales a través del Servicio Nacional de Contratación Pública. El portal se creó con el objeto de contratar el servicio de mejorar la producción y la economía del sector arrocero existe entre los productores e industriales. (Sapag, 2007)

## **1.8 Objetivos**

### **1.8.1 Objetivo general**

Elaborar un estudio de pre-factibilidad para la producción de vino de arroz (sake) en el Cantón Daule

### **1.8.2 Objetivos específicos**

- Identificar las referencias teóricas que contribuyan a la realización de un estudio de prefactibilidad para la elaboración de vino de arroz.
- Analizar el comportamiento de la demanda de los productos relacionados con el vino de arroz para identificar el proceso de su comercialización en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Cantón Daule
- Determinar los pasos administrativos y legales para la producción de vino arroz (sake), en el Cantón Daule.
- Elaborar un estudio financiero para la producción de vino arroz (sake) en el Cantón Daule con viabilidad económica.

## **Conclusión**

Teniendo en consideración que, en la actualidad a la gran cantidad de variedad de los vinos artesanales, por lo que este proyecto con base a las previas estadísticas que

se presentan, significara una oportunidad de desarrollo para los propietarios que busca oferta un tipo de vino de arroz, esto para que logre ser comercializado para lograr la rentabilidad para este tipo de emprendimiento.

Los objetivos planteados para este proyecto, demuestran una guía clara en la que se irá desarrollando a lo largo de este documento, con la cual será posible descubrir y plasmar aquellas acciones necesarias para que el proyecto sea sustentable a largo plazo dentro del mercado que se ha limitado previamente al inicio del proyecto, a través del título mismo.

## Capítulo II

### 2. Contextualización

#### 2.1 Marco teórico

Las definiciones de costo según las ciencias de la economía y contabilidad se obtienen de un valor monetario por la inversión de un producto o un servicio partiendo de ella se puede analizar un precio de venta al público y poder establecer una presupuestación financiera y la rentabilidad del producto o servicio. (Pérez J. , 2008).

Uno de los puntos más importantes es anticiparse y conocer las posibilidades de administración como alcanzar objetivos operativos, margen de distribución para la toma de decisiones permitir saber el qué, dónde, cuándo, en qué medida, cómo y por qué pasó lo que representará para nuestra inversión futura que se logrará aprovechar, el análisis de todos los factores convertidos a dinero que tiene incidencia en la elaboración de la prestación de un servicio.

La relación con la economía es estrecha los análisis de la oferta y la demanda, las estrategias para aumentar las utilidades y el costo debe ser menor al beneficio por percibir, el beneficio se obtiene de restar todo lo que obtuvo por los gastos e inversiones efectuadas, un administrador financiero debe conocer a ciencia cierta los principios económicos para interpretar el estudio de los costos y beneficios tomando en cuenta los flujos de efectivo para la toma de decisiones.

Principio económico que establece que deben tomarse decisiones financieras y llevar a cabo acciones sólo cuando los beneficios adicionales excedan los costos. (Lawrence, Gitman, 2007, p. 49). Esto asegura que el flujo de financiación de la

empresa desde la Planificación es necesario para satisfacer el crecimiento económico cuando estos demuestren ser mayor al costo, se debe llevar a cabo las acciones financieras.

### **Proyecto pre-factibilidad**

“La Preparación de Proyectos es el proceso que permite establecer los estudios de viabilidad técnica, económica, financiera, social, ambiental y legal con el objetivo de reunir información para la elaboración del flujo de caja del proyecto para tal efecto las entidades ejecutoras de proyectos deben realizar el estudio de Pre-factibilidad para sus proyectos de inversión, para la realización de este se deben aplicar metodologías de Preparación y Evaluación de Proyectos”.

(Thompson, 2009)

El estudio de Pre-Factibilidad de un proyecto social y productivo; comprende la información recopilada del resultado del diagnóstico, la descripción de la línea base, el análisis del mercado, el tamaño, localización; disponibilidad de insumos, tecnología, mano de obra, monto de la inversión; marco físico, social y político, entre otros. (Thompson, 2009)

El estudio de prefactibilidad de un proyecto benéfico y productivo; es el principal ciclo y la más importante, identifica el problema a solucionar; mediante la ejecución de los objetivos que persigue el proyecto, por lo cual se debe llevar a cabo los siguientes procesos:

Identificación de las organizaciones sociales a ser beneficiarias; Opción de Ideas; Determinación del cantón y las corporaciones; Línea base de las organizaciones; Establecimiento de las componentes productivas; Viabilidad

Productiva (investigación de mercado); Análisis Técnica en infraestructuras (Diseños, planos, memorias y seguridad); Análisis Técnica productividad agropecuaria (Especies, producción y tratamiento); Análisis Trasmisión de know-how (Preparación y técnicas de producción); Análisis financiera (Presupuestos estimados); Análisis ambiental (Impactos ambientales); Análisis cultural (Costumbres ancestrales); Análisis Genero (Intervención de la mujer); y, Financiamiento (Estado y ONGS)

Por otra parte se señala los datos principales de la organización de un Estudio de Prefactibilidad: Objeto; Situación; Disponibilidad de infraestructura e insumos; Posibles beneficiarios; Bienes o servicios a producir; Análisis del mercado; Investigación Financiera Colaboración de los organismos gubernamentales y no gubernamentales; y, dar afectación a la colaboración de las organizaciones sociales favorecidas del o los proyectos.

En otra palabra el estudio de Pre-factibilidad, se ajusta al análisis del Mercado, Técnico, Organizacional, Financiero de las alternativas de inversión que dan solución a él o los problemas indagados, acorde con el diagnóstico determinado en la zona de influencia elegida, mediante requerimientos expresados por una parroquia que se interesa en cambiar su forma de vida.

Estos requerimientos son expresados mediante el planteamiento de objetivos del estudio de Pre-factibilidad, los mismos que se podrán aplicar a través de la formulación y evaluación de proyectos.

El estudio de Pre-factibilidad, conlleva a un análisis exhaustivo de las diferentes alternativas; alternativas que se basan de una idea, la misma que genera una serie de

inquietudes; y que es necesario, conocer la investigación a fin de consolidar esta idea con los siguientes aspectos: Análisis del entorno mediante una serie de cuestionarios que deben responder la comunidad que será beneficiaria del proyecto; Diagnóstico de la situación actual del cantón en el que se ejecutará el proyecto; línea Base, que determine la situación actual de la población beneficiaria del proyecto; (Baena , 2014)

El Estudio de Mercado;

El análisis técnico o de ingeniería del proyecto;

El tamaño del proyecto que permita determinar su capacidad instalada;

La localización del proyecto, que incluye el análisis del aprovisionamiento y consumo de los insumos, así como la distribución de los productos;

Identificación y estimación aproximada en forma desagregada de los costos y beneficios del proyecto;

Identificación de la magnitud de las inversiones y las posibilidades de financiamiento;

Análisis de probables dificultades que podría encarar el proyecto durante su vida útil;

Evaluación de las proyecciones y determinar conveniencia de iniciar los estudios definitivos;

Se profundiza la investigación de las variables referentes a los proveedores (costo, producto, distribución, promoción) y, las opciones técnicas de producción;

Estimación de las inversiones y su financiamiento; análisis de legislación de contaminación ambiental y eliminación de desechos; evaluación socioeconómica del proyecto que permita determinar la conveniencia de su ejecución que incorpore los costos ambientales generados por las externalidades consistentes con la ficha ambiental; evaluación financiera privada del proyecto sin financiamiento que permita determinar su sostenibilidad operativa; análisis de sensibilidad y/o riesgo, cuando corresponda, de las variables que inciden directamente en la rentabilidad de las alternativas consideradas más convenientes; y, mediante los diferentes estudios de Pre-factibilidad del proyecto, dará lugar a que la Entidad Ejecutora del Proyecto, pueda tomar una de las siguientes decisiones: a. Postergar el proyecto; b. Reformular el proyecto; y, c. Abandonar el proyecto. (Baena , 2014)

La Pre-factibilidad es un estudio precedente de una idea para determinar si es factible convertirla en un proyecto. Al realizar su estudio, se toman en cuenta diversas variables y se determina sobre los aspectos centrales de la “idea”. Si el análisis demuestra viabilidad, tiene la posibilidad de que el proyecto se materialice.

En todo caso estudiar la pre-factibilidad; no es otra cosa que, recopilar información técnica, administrativa, financiera, económica, sociológica, cultural, ambiental, seguridad y otros datos de primordial importancia, que conlleven a elaborar eficientemente un Proyecto social y productivo. (Tapia & Granizo, 2017)

El objetivo principal de la idea de negocio es el producto o servicio que se aspira ofrecer al mercado, el medio que se va a utilizar para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico, constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la Pequeña y Mediana Empresa. (Becerra, 2013)

Algunas ideas podrán parecer más o menos originales o interesantes, todo dependerá del país donde se vive, del cliente al que se dirige, de las variables económicas de ese momento, de los pensamientos que se generan, etc., pero el objetivo principal es tomar cada idea y hacerla realidad.

Para el caso de implementar un proyecto de beneficio social, la idea surge del diagnóstico del sector que es considerado marginado y de qué manera se podrá mejorarlo; y así crear los medios necesarios que permitan mejorar sus condiciones de vida, como pueden ser: el mejoramiento del sector agropecuario, establecimiento de plantas industriales o comerciales, centros educativos y de salud, etc. (Tapia, 2017)

Así es que, si se desea que una Idea se haga realidad, hay que mantener animados a que se rompa lo preestablecido y hay que adelantarse a lo que los clientes potenciales quieren. Nada es difícil, hay que intentarlo y recordar que el hombre por naturaleza es un emprendedor en potencia. (Fernández, 2018)

El diagnóstico tiene como objetivo el obtener conocimientos para realizar medir, determinar, evaluar y caracterizar particularidades plantear cambios orientados a solucionar los problemas o cubrir necesidades que se haya detectado en una comunidad. (Tapia & Granizo, 2017)

Además, se igualan los orígenes que generan el hecho y sus efectos, accediendo a partir del análisis, formular estrategias de intrusión de acuerdo con las necesidades o potencialidades de cada organización o compañía.

En otras palabras el conocimiento es una situación que expresa el reconocimiento de los componentes que puedan fortalecer o retardar el desarrollo

de las acciones propuestas, permite crear un diagnóstico que posibilite confirmar la conveniencia de poner en marcha la idea o ideas iniciales. (Duque, 2019)

En estos métodos, el desarrollo implica que las principales acciones se orienten a la recopilación de toda aquella información que permita conocer el contexto y de esta forma entender mejor los planteamientos hechos de la investigación. (Sarmiento, 2007)

En lo esencial del conocimiento tanto de las organizaciones como de los delegados del progreso, al conocer su propia realidad para unos, y del resultado de su interacción permanente con el fenómeno de estudio para otros, admite tener acceso a investigación de primera mano, útil en la búsqueda del problema y sus repercusiones en forma mucho más directa. (Pérez, 2005)

Con el propósito de integrar al proceso del estudio de pre-factibilidad, es necesario elaborar una matriz de involucrados, quienes se identifican como grupo, los problemas que presentan, intereses de cada grupo, sus actitudes y recursos que pueden aportar al proyecto.

Utilizado para el estudio sobre la viabilidad de un proyecto de inversión desde un punto de vista rentable. En otras palabras, es la valoración de todos los efectos monetarios positivos (ingresos) y negativos (gastos) de una decisión económica o financiera para ultimar con reflexión sobre la misma desde el punto de vista de la racionalidad económica, con exclusión de factores subjetivos. (Nassir, 2001)

## **Viabilidad financiera**

Sin duda el estudio de la viabilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente capital para (marketing and web, 2017) costear los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y evolución del proyecto.

Por lo habitual, se dice que los buenos proyectos con rentabilidad alta, con un riesgo prudente y bien evaluado, halla financiamiento con cierta facilidad.

También se afirma que los proyectos deben ser evaluados con independencia de las fuentes de financiamiento. Lo que se observa en realidad es, que no es fácil conseguir recursos financieros si no se cuenta con garantías reales, y el acceso a créditos para los microempresarios tiene más de una dificultad. (Vera, 2017)

Es la capacidad de una Organización de adquirir fondos necesarios para satisfacer sus requerimientos funcionales a corto, mediano y largo plazo. Para obtener un buen desempeño, no basta con los criterios antepuestos, y la Organización debe proporcionar atención también a su capacidad de generar recursos que necesita; tener capacidad de pago de sus cuentas operativas, pero también un excedente de ingresos con respecto a los gastos es la primera dimensión de este criterio. Es decir, la Organización debe tener capacidad para crear, proporcionar y entregar productos, servicios o programas útiles. (Campo, 2014)

En la segunda dimensión corresponde con las fuentes y los tipos de ingresos sobre los cual se basan en los costos. El propósito es conocer la confiabilidad del flujo de fondos, puesto que indiscutiblemente las organizaciones que tienen fuentes múltiples y confiables, tienen menos conflictos.

En la tercera dimensión calificada es el contenido de la Organización de maniobrar dentro de los límites de sus honorarios o sus fuentes de ingresos, y depende de una buena medida de prácticas de gestión financiera, de la administración del efectivo, del manejo de las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar. Una Organización es viable financieramente si genera suficiente valor para mantener a los interesados directos comprometidos con su objetividad.

Por lo tanto lo proyecto de inversión no sólo como la creación de un nuevo negocio, de esta manera las inversiones que se logran hacer en un negocio en marcha tales como el perfeccionamiento de nuevo producto o la ventaja de nueva máquina para ofrecer servicios o productos. (Campo, 2014). Es un resultado que se adquiere al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

$$B/C = VAI / VAC$$

Es conveniente destacar la investigación de costo-beneficio, un proyecto o negocio será adecuado cuando la relación costo-beneficio es mayor que la unidad.

$$B/C > 1 \rightarrow \text{el proyecto es rentable}$$

Con el objetivo de descubrir y examinar la relación costo-beneficio son los siguientes:

1. Encontrar costos y beneficios: hallar la proyección de los costos de inversión o costos totales y los ingresos totales netos o beneficios netos del proyecto o negocio para un periodo de tiempo definitivo.
2. Reconciliar los costos y beneficios a un valor actual: debido a que los valores que hemos preparado no toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo

(hoy en día tendrían otro valor), debemos modificar a través de una tasa de depreciación.

3. Acertar la relación costo-beneficio: dividimos el precio actual de los beneficios entre el precio actual de los costos del proyecto. (Arturo, 2012).

Un proyecto de inversión según el autor Urbina (2010, p. 2). “Tiene por objeto conocer su rentabilidad económica social de tal forma que certifique resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y conveniente.” Es una mediación premeditada y planificada por parte de una persona o ente que desea crear cambios optimistas en una situación fija.

El termino Proyecto puede tomar significados diferentes y no siempre se emplea en el mismo sentido. La palabra viene del latín proiectus, que a su vez procede de proiicere, que significa administrar algo o alguna cosa hacia adelante. Maldonado (2014)

En otros léxicos, un proyecto no es ni más o menos que la búsqueda de una solución inteligente: idea, inversión, metodología o tecnología por aplicar al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana en todos sus alcances: nutrición, salud, domicilio, educación, cultura, visión y misión de vida, etc. (Rodríguez, 2018)

Dicho de otro modo la inversión debe recolectar la mayor cantidad de información viable para evitar el menor impacto de riesgo financieramente tomar en consideración en los plazos que debe recuperar el dinero son los más aptos para el bolsillo del inversor.

Proyecto de inversión, orientado a la producción de bienes y servicios con fines de rentabilidad financiera, suelen llamarse proyectos privados, ya que poseen un dueño que aporta el capital inicial.

La rentabilidad refleja el valor que se espera recibir, a razón del monto del capital y del tipo de negocio. Este indicador se mide en función de tasas de interés, el cual busca el mayor valor posible.

El tiempo, se refiere al lapso estimado en el cual dicha inversión se recupera, es decir, el periodo que tomará, retornar el capital invertido. El riesgo, es quizás uno de los elementos más relevantes, ya que toma en consideración, la probabilidad de obtener un resultado contrario a lo esperado.

De manera que la combinación perfecta de estos tres elementos define lo que sería una inversión ideal: satisfacción en la rentabilidad esperada, periodo corto de recuperación y un riesgo mínimo. (Torres, 2008).

### **Microempresa**

Monteros, (2005) Señaló “Una microempresa puede ser definida como un grupo a asociación de personas que, trabajan en forma organizada, utilizando sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para brindar un servicio o la elaboración de un producto los cuales son ofertados a sus consumidores, los cuales al cancelar dicho producto servirá para cubrir los costos y gastos que se efectúan en la operación del negocio” p.15

Torres (2005), Manifestó “La Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos

económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 100 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”.

Monteros, (2005) Manifestó “La microempresa tiene como misión producir, comercializar o intermediar bienes y/o servicios para la satisfacción de necesidades de la colectividad, con calidad y eficiencia, con accesibilidad a todos los sectores sociales, en la pretensión de convertirse en el eje de desarrollo del país” (p.20)

Cantos, (2006) Manifestó “Las características que mantiene una microempresa son las siguientes:

- Actividades de autoempleo
  - Máximo de 10 colaboradores
  - Un capital de trabajo de hasta 100000 USD que no incluya muebles y vehículos que sean herramientas de trabajo.
  - Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.
- (p.18)

### **Ventajas y desventajas de las microempresas**

Es cierto que las microempresas suponen algunas limitaciones para sus propietarios o administradores, pero a la vez reportan una serie de beneficios que cabe mencionar si aspiramos a una definición más completa del término:

#### **Ventajas:**

- Flexibilidad para adaptarse a los contextos y las situaciones.

- Decisiones y acciones rápidas a nivel interno.
- Comunicación directa entre sus integrantes; canales eficaces.
- Procesos ágiles; no existe la burocracia.
- Trato más cercano con los clientes o beneficiarios directos.

**Desventajas:**

- Está limitada a un mercado o espectro comercial muy reducido.
- Pocos recursos humanos o materiales.
- Dificultades de financiación; escaso respaldo económico.
- Escasas posibilidades de inversión y expansión.
- Reconocimiento limitado; reducidos círculos de incidencia.

Aunque no habrá un acuerdo universal sobre cualquier definición de microempresa, es imperativo tener una definición de trabajo para llevar a cabo un estudio de línea de base del sector. La definición que subyace a los hallazgos y conclusiones en este informe es:

Una "microempresa" es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que emplea menos de 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar. (Jibaja , 2010)

## **Estudio de mercado**

Un estudio de mercado comienza desde las personas que es lo que necesitan suplir sus necesidades conocerlas por medio de su cultura y personalidad.

Combinación de acciones que se realizan para encontrar la respuesta del mercado ante un producto o servicio las necesidades son mayormente creadas por la sociedad que los rodea. (Kloter & Armstrong, 2013, p. 36).

Para una mejor información sobre el estudio de mercado se debe tomar en cuenta:

- Los deseos, las necesidades, y demandas.
- Ofertas de mercado como los proveedores, producto, servicios, experiencias ver a la competencia.
- Valor el análisis con una visión más clara de las características de los productos y servicios que se quiere y satisfacción.
- Intercambios y relaciones para gestionar vínculos con los clientes.

Con un buen estudio de mercado se analizará la distribución geográfica y temporal de la demanda. Cuál es el target o nicho de mercado con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), cuál ha sido historialmente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máxime si su productos o servicio viene a aportar valores añadidos y ventajas competitivas, lo que puede revolucionar el sector, la oferta.

Análisis de precios del producto y estimación de tiempo de aplicación, su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas. Con respecto a la competencia, se necesitarán un mínimo de datos, quienes son y por

cada uno de ellos volúmenes de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costes de producción, etc. todo lo que podamos recabar. (Kloter & Armstrong, 2013, p. 36).

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

### **Estudio técnico**

Es definir variables relacionados con los ingresos y egresos de las perspectivas de la viabilidad del proyecto en cuán factible es fabricar o brindar un servicio analizando localización análisis o componentes que establecen el lugar donde el proyecto adquiere la máxima utilidad o el mínimo coste, equipos a utilizar por los recursos que se invierten, instalaciones necesarias el tamaño óptimo que permita alcanzar la máxima rentabilidad de la inversión por realizar y determinar si dicho tamaño es posible para el proyecto y la organización requerida.

Para poder resolver los puntos anteriormente mencionados el investigador debe meditar las siguientes interrogantes que resueltas permiten que el proyecto se enfoque a la prefactibilidad. (Urbina, 2010, p. 74).

### **Estudio organizacional**

Determina el volumen del operativo de la organización empresarial del proyecto con el fin de conocer, evaluar y mejorar las debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las fases de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde

con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y futura operación.

(Kloter & Armstrong, 2013)

Son varias las teorías en las cuales se basa el diseño organizacional:

La teoría clásica de la organización, por ejemplo, se basa en los principios de la organización propuestos por Henri Fayol, los cuales se refieren a:

- El principio de la división del trabajo para lograr la especialización.
- El principio de la unidad de dirección que postula la agrupación de actividades que tengan el mismo objetivo bajo la dirección de un solo administrador.
- El principio de la centralización, que establece el equilibrio entre centralización y descentralización.
- El principio de la autoridad y responsabilidad. Por otra parte, la teoría de la organización burocrática de Max Weber, señala que la organización debe adoptar ciertas estrategias de diseño para racionalizar las actividades colectivas. Entre estas se destacan la división del trabajo, la coordinación de las tareas y la delegación de autoridad y el manejo impersonal y formalista del funcionario. La tendencia actual, sin embargo, es que el diseño organizacional se haga de acuerdo con las circunstancias. (Kloter & Armstrong, 2013)

### **Objetivos del estudio organizacional:**

Específicamente, el objetivo del estudio organizacional es estipular la Estructura Organizacional Administradora óptima y los procedimientos de trabajo administrativos con la cual maneja el proyecto

una vez este se ponga en funcionamiento. Del estudio anterior, se deben estipular los requerimientos de fortunas humanos, de locación, muebles y enseres, equipos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos. (Flores & Valenzuela, 2018)

### **Estudio financiero**

“Es un procedimiento que aprueba analizar los resultados financieras de las decisiones de negocios. Para esto es obligatorio aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo diferentes mediciones y sacar cumplimientos.” (Porto & Merino, 2014). Es un procedimiento que permite recolectar la situación actual de la empresa y pronosticar la situación actual para tomar decisiones de inversión los datos relevantes y los transforman en indicadores económicos. p.140

Un proceso de valoración crítica de análisis la rentabilidad, solvencia y liquidez con la finalidad de determinar la capacidad del negocio o empresa, frente obligaciones a los plazos definidos anteriormente para generar resultados en el futuro.

## **2.2 Marco conceptual**

### **Contabilidad**

“La Ciencia y/o técnica que enseña a clasificar y registrar todas las transacciones financieras de un negocio o empresa para proporcionar informes que sirven de base para la toma de decisiones sobre la actividad” (Ayaviri, 2008)

**Estados financieros**

Según la NIC: Establecen una representación estructurada de la situación financiera y del desempeño financiero de una compañía. (Arturo, 2012).

**Análisis financiero**

Procedimiento utilizado para evaluar la estructura de las fuentes y usos de los recursos financieros. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos monetarios, y explicar los problemas y circunstancias que en ellos influyen. (Campo, 2014)

**Análisis de sensibilidad**

Es un término de la financiación, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.) (Horngren, 2000)

De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.

**Demanda**

La demanda es la cantidad de bien y servicios que puede ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o más (demanda total o de mercado). La demanda es una función matemática,  $y = f(x)$ . Puede ser expresada

gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda. (Arturo, 2012).

### **Estado de flujo de efectivo**

El flujo de efectivo proyectado es una herramienta básica para la administración financiero, con ello se planifica el uso eficiente de efectivo, manteniendo saldos razonablemente cercanos a las permanentes necesidades de efectivo.

Generalmente los flujos de efectivo proyectados ayudan a evitar cambios arriesgados en la situación de efectivo que pueden poner en peligro el crédito de la empresa hacia sus acreedores o excesos de capital durmiente en efectivo. (Horngren, 2000)

### **Oferta**

En la economía, es el ofrecimiento de bienes o servicios que los fabricantes están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado. Cuando es diferenciada por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, se fundan la llamada curva de oferta. Hay que diferenciar por tanto la curva de oferta, de una oferta actual o cantidad ofrecida (que en general sería un punto concreto de dicha oferta), que hace referencia a la totalidad de los productores que estarían dispuestos a vender a un determinado precio. (García M. , 2004)

**Payback**

El Playback o Plazo de Recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. (García M. , 2004)

**Región de producción**

La región económica de producción muestra las combinaciones de factores con un cierto coste que tienen sentido económico. (García M. , 2004)

**Tasa interna de retorno**

Es la tasa de utilidad o renta que ofrece una inversión. Es decir, es la proporción de un beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han abandonado del proyecto. (García M. , 2004)

**Valor actual neto**

También conocido como valor restaurado neto o valor presente neto (en inglés present value), cuyo acrónimo es VAN, es un medio que accede calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja de futuros, causados por una inversión. (Pérez, 2011)

**Eficiencia**

"Utilización de los recursos de la sociedad de la manera más eficaz posible para satisfacer las necesidades y los deseos de los individuos" (Samuelson y Nordhaus, 2002).

**Endeudamiento**

Evalúa el tamaño de la carga de endeudamiento del comercial relacionado con la capacidad para cancelar obligaciones. (García M. , 2004)

**Ratios financieras**

Indicadores que vinculan dos variables dentro de las finanzas del comercial para el análisis financiero y toma de decisiones. (Sanz, 2002)

**Rentabilidad**

Es una expresión económica de la productividad que relaciona no los insumos con los productos, sino los costos con los ingresos. (Santandreu, 2002)

**Ventas**

Contrato en que el vendedor se obliga a transmitir un derecho al comprador a cambio de una determinada cantidad de dinero. (Sanz, 2002)

**Estado de resultados integral**

Información de capital que muestra de manera exacta los ingresos obtenidos, los gastos que se originan y el beneficio o pérdida que se ha generado. (Arturo, 2012)

**2.3 Marco legal**

Fundamentación legal. La presente investigación se sustenta tanto en la Constitución de la República como en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y, el Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el Sector de los Supermercados:

## **Constitución de la república del Ecuador**

### **Título régimen de desarrollo capítulo cuarto soberanía económica sección primera sistema económico y política económica**

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. (Finder, 2008)

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

(Reglamento a Ley Organica Popular, 2012)

Título de la Economía Popular y Solidaria Capítulo I de la Forma de Organización de la Economía Popular y Solidaria

Sección 2 De Las Organizaciones del Sector Asociativo Art. 18.- Sector Asociativo. - Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente

Necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley. (Reglamento a Ley Organica Popular, 2012)

(Normas Regulatoria para Cadenas de Supermercados y sus Proveedores, 2017)  
 Capítulo I Ámbito, Objetivos y Obligaciones Art. 4.- Objetivos. - El presente Manual tiene por objetivos los siguientes:

g. Dar apertura e impulso a los proveedores, sean estas personas naturales, organizaciones sociales jurídicamente establecidas, MIPYMES, economía popular y solidaria, pequeñas y medianas empresas para que participen en este mercado sectorial como productores y proveedores;

1.2.2 Estudios de proyectos agrícolas en el Ecuador. En el Ecuador existen varios proyectos agropecuarios que han servido para el desarrollo de la agricultura en el país. Estos estudios han sido realizados por instituciones académicas superiores y profesionales que han visto la necesidad de aportar en el desarrollo agrícola.

(Reglamento a Ley Organica Popular, 2012)

## **2.4 Marco ambiental**

Acuerdo Ministerial No. 169 del Ministerio del Ambiente Como parte de la expedición de las normas pertinentes para sustituir el Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente, publicado en la Edición Especial número 2 del Registro Oficial del 31 de marzo de 2003, mediante Acuerdo Ministerial No. 169, de fecha 30 de agosto de 2011, publicado en el Registro Oficial 655, del 07 de marzo de 2012, se establece principios y definiciones necesarias para la gestión

ambiental. El Acuerdo Ministerial No. 169 define a los pasivos ambientales como: “aquellos daños ambientales y/o impactos ambientales negativos no reparados o restaurados respectivamente, o aquellos que han sido

El Ministerio del Medio Ambiente y los gremios en representación de los productores agrícolas, han trabajado en instrumentos para promover la gestión ambiental en las actividades del sector. Como parte de este proceso, el Ministerio y la Sociedad de Agricultores, suscribieron un convenio de cooperación con el objeto de elaborar un conjunto de guías de manejo ambiental para diversos subsectores agropecuarios, en el marco de “Política Ambiental Nacional de Producción más Limpia”. (Ley de Gestión ambiental, codificación, 2004)

De acuerdo con el objeto convenio, las guías de manejo ambiental deben convertirse en “herramientas administrativa alternativa para el manejo ambiental de las actividades del sector, que permita mejorar los procesos de planeación, facilitar la elaboración de estudios ambientales, establecer lineamientos de manejo ambiental, unificar los criterios de evaluación y seguimiento, fortalecer la gestión ambiental y optimiza los recursos” De manera concertada, los firmantes del convenio, los gremios del sector y las autoridades ambientales regionales, trabajaron en conjunto en la elaboración de las guías. Se estableció que éstas debían partir de los lineamientos básicos expuestos por los gremios de los productores pues son éstos quienes mejor conocen la actividad productiva específica, los problemas ambientales que pueden generar y, los correctivos técnicos y económicos más adecuados que se deben establecer para minimizarlos. Este documento fue elaborado bajo el amparo de un conjunto de investigaciones

que de arroz ha desarrollado y difundido, en los cuales se destacan los siguientes temas:

- Agricultura sostenible.
- Manejo integrado de plagas y enfermedades.
- Manejo integrado de malezas
- Producción de semilla certificada.
- Conservación del recurso suelo - agua.
- Fertilización del cultivo de arroz.
- Transferencia de tecnología.
- Variedades de arroz resistentes a plagas y enfermedades. (Castro, 2015)

## **2.5 Variable de la investigación**

### **2.5.1 Variable independiente**

#### **Proyecto de prefactibilidad**

Es el estudio de prefactibilidad es la recopilación de información de los diagnósticos, la descripción de la línea base, el análisis del mercado, el tamaño, disponibilidad de los insumos, mano de obra, monto de la inversión, marco físico, social y político, entre otro. (Tapia, 2017)

### **2.5.2 Variable dependiente**

#### **Elaboración del vino de arroz**

El vino de arroz es un vino transparente hecho con arroz fermentado y es conocido por su sabor fuerte y único, se usa con frecuencia en la cocina de los países de Asia Oriental y es un buen sustituto del mirin dulce o sake. Sin embargo, también

puedes disfrútalos directamente de la copa. Preparar vino de arroz implica usar solo dos ingredientes y mucha paciencia a medida que se fermenta. Al final, será recompensado con vino delicioso y versátil.

## 2.6 Operacionalización de las variables

**Tabla 1**  
*Variable independiente*

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS
<b>Proyecto de prefactibilidad</b> <b>El estudio de Pre-Factibilidad de un proyecto social y productivo; comprende la información recopilada del resultado del diagnóstico, la descripción de la línea base, el análisis del mercado, el tamaño, localización; disponibilidad de insumos, tecnología, mano de obra, monto de la inversión; marco físico, social y político, entre otros. (Neira, 2016)</b>	Estudio de mercado	Costo Beneficios	¿Consume regularmente bebidas alcohólicas? Al momento de escogerla marca del producto. ¿Por qué lo hace?	Encuesta: a la población de la parroquia Juan Bautista Aguirre
		Distribución	¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas? ¿Usted ha escuchado sobre el vino de arroz (Sake)?	
	Estudio técnico	Equipo	¿Se están cumpliendo con los procedimientos para la elaboración de vino de arroz?	
		Instalaciones	¿Se están llevando a cabo los procesos para la elaboración de vino de arroz?	
		Tamaño Optimo	¿Cuáles son las fases que se deben los costos de producción del vino de arroz?	

**Tabla 2***Variable dependiente*

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS
<b>Elaboración del vino de arroz</b>  <b>El vino de arroz es un vino transparente hecho con arroz fermentado y es conocido por su sabor fuerte y único, se usa con frecuencia en la cocina de los países de Asia Oriental y es un buen sustituto del mirin dulce o sake. Sin embargo, también puedes disfrútalos directamente de la copa. Prepara vino de arroz implica usar solo dos ingredientes y mucha paciencia a medida que se fermenta. Al final, será recompensado con vino delicioso y versátil.</b>	Producción	Costo	¿Se están cumpliendo con los procedimientos para la elaboración de vino de arroz?	Encuesta: a la población de la parroquia Juan Bautista Aguirre
		Beneficios		
	Insumo	Distribución	¿Se están llevando a cabo los procesos para la elaboración de vino de arroz?	
		Equipo	¿Cuáles son las fases que se deben los costos de producción del vino de arroz?	
		Instalaciones		

## **Conclusión**

Se logró identificar con la información previa recabada, que todo lo que abarca como la prefactibilidad, está ligado con aquellos proyectos, emprendimiento o empresa como tal, que se buscan establecer ofreciendo un producto o servicio, esto desde el punto de vista comercial.

Se identificó que la rentabilidad financiera depende del establecimiento de las ventas, consideración de los costos, así como la base al tipo financiamiento al cual se incurra, esto también tiene relación con lo que establezcan en el estudio técnico, así como del estudio organizacional donde establecen aspectos puntuales para la elaboración del vino de arroz.

## **Capítulo III**

### **3. Marco metodológico**

#### **3.1 Plan de investigación**

Es importante considerar que la previsión de las actividades investigadoras es modificable, que no es definitiva, que puede y, en la mayoría de los casos, debe variarse y perfeccionarse durante el desarrollo del proceso de la investigación. El plan de investigación es solo un instrumento de orientación general para el accionar del investigador; no debe concebirse como un conjunto de determinaciones rígidas, absolutamente imperativas e inmutables. (Arias, 2012)

##### **3.1.1 Diseño de la investigación**

###### **Diseño bibliográfico**

Namakforoosh (2005) Indicó “Se deben referenciar libros, revista, tesis de grado, referencias obtenidas por internet y ortos que se consultaron para realización de la propuesta. Se presenta la bibliografía de acuerdo a las normas Icontec o APA, actualizadas para la presentación de trabajos de grado y tesis.”

###### **Análisis documental**

Alfonso (1995), Indico “La investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos.

La investigación documental tiene la particularidad de utilizar como una fuente primaria de insumos, más no la única y exclusiva, el documento escrito en sus diferentes formas: documentos impresos, electrónicos y audiovisuales. (p.33)

Las formas de hacer referencias a todos estos documentos están amplia y detalladamente explicadas en los manuales de referencias, entre los cuales cabe mencionar: APA (2001) y el Comité Internacional de Editores de Revistas Biomédicas (2001).

Como en el proceso de investigación documental se dispone, esencialmente, de documentos, que son el resultado de otras investigaciones, de reflexiones de teóricos, lo cual representa la base teórica del área objeto de investigación, el conocimiento se construye a partir de su lectura, análisis, reflexión e interpretación de dichos documentos. En dicho proceso se vive la lectura y la escritura como procesos de construcción de significados, vistos en su función social. En cuanto a la lectura, se tiene la posibilidad de elegir los textos que se desean leer y aquéllos que son pertinentes y significativos para las investigaciones. No se persigue un significado único; se busca la construcción de la propia comprensión del texto, la explicación de la realidad a la que se hace referencia.

### **Diseño de campo**

Es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo, es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambiente reales no controlados. Namakforoosh (2005)

Es la que realizaron a lo largo de esta entrada, buscando no solo aportar una definición en conjunto con su característica si no también desarrollar sus etapas y hallar técnicas que permitan la realización de la misma de forma efectiva

### **Investigación de enfoque científico**

Namakforoosh (2005) Indicó “Existe cierta relación entre paradigma y enfoque. De los paradigmas se derivan los enfoques. No es lo mismo un enfoque que un paradigma. En efecto, todo enfoque se sustenta en algún paradigma, pero no todo paradigma deviene, necesariamente, en algún enfoque.” (p.35)

El enfoque es la orientación metodológica de la investigación; constituye la estrategia general en el proceso de configurar (abordar, plantear, construir y solucionar) el problema científico. Expresa la dirección de la investigación.

El enfoque incluye en sí los métodos, principios y orientaciones más generales del sistema investigativo sin reducirlos a acciones instrumentales y determinaciones operacionales, ni a teorías o concepciones formalizadas y matematizadas.

### **Investigación participativa**

Arias (2012) Indicó “En esta línea, Fals Borda prefiere la sigla IAP en vez de IP (investigación participativa), porque es “preferible... especificar el componente de la acción, puesto que deseamos hacer comprender que se trata de una investigación-acción que es participativa y una investigación que se funde con la acción (para transformar la realidad)” En los planteamientos del citado autor latinoamericano están vinculados dos ejes, conocimiento y acción, sistematizadas en la IAP. (p.55)

Parra y Toro (2016) Indicó “Al examinar las tres termas que componen esta denominación, investigación-acción-participativa, y su combinación, sus características básicas son:

- En cuanto que investigación, se trata de un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico, la meta del cual es el análisis de algún aspecto de la realidad.
- En cuanto que acción, significa que la forma de realizar el estudio es ya en sí mismo una manera de intervención y que la finalidad de la investigación (en sí misma fuente de conocimiento) está orientada a la acción.
- Y para ser participativa, están involucrados tanto el equipo de investigación como los actores destinatarios de las actuaciones, no como meros objetos pasivos sino como sujetos activos que contribuyen a conocer y transformar la realidad de la cual forman parte.

Para Parra y Toro (2016), “Toda metodología y toda forma de acción participativa, como es la IAP, solamente puede aplicarse a una escala relativamente reducida (ciudad o comunidad como máximo; escala micro social), pues en escalas mayores - macro social - la participación se vuelve más difícil (y para lo cual ya existen otro tipo de metodologías y técnicas que no excluyen los procesos de participación) y porque una participación efectiva requiere que exista una proximidad vital.”

### **Investigación cualitativa**

Ruiz (2012) dijo que es una técnica descriptiva de recopilación de datos que se utiliza para descubrir detalles que ayudan a explicar el comportamiento, la cual nos

ayuda a comprender el porqué, como o de manera subyacente se da una determinada acción o comportamiento. (p.43)

Es cuando necesitan estudiar el rango de comportamiento de una población objetivo en referencia a determinados tema o problemas, si como también sus percepciones y motivaciones (Namakforoosh, 2005)

Tiende a ser estudios profundos de grupos pequeños de personas con las cuales establece la hipótesis para describir a fondo un fenómeno, realidad social, cultura, comportamiento o experiencia

### **Investigación cuantitativa**

Morse (2003) Indicó “Es utilizada en ciencias naturales y sociales, los investigadores suelen desplegar marcos matemáticos y teorías para obtener resultados de los datos que obtienen de los participantes (comúnmente son los datos numéricos)” (p.24)

Generalmente se usan escalas de medición estadística para discriminar el comportamiento de una variable y así explicar el fenómeno que está estudiando lo que la hace posible ser predecibles por el investigador.

**Tabla 3**  
*Plan de acción*

¿Qué?	¿Para qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Por qué?
<b>Problema</b>	<b>Necesidad</b>	<b>Acciones</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Alternativa de solución</b>	<b>Evaluación</b>
Diversificar la materia prima arroz, darle valor agregado con otros productos como: la harina el fideo las galletas que se encuentran en el mercado. El pequeño productor no tiene conocimientos en técnicas para la elaboración de vino de arroz Escasa tecnología para la producción del vino de arroz	Transformar el arroz en productos derivados para llegar a mercados nacionales e internacionales. Capacitación a los pequeños agricultores para la elaboración del vino arroz. Falta de tecnología para la elaboración de vino de arroz.	Investigación campo  Investigación descriptiva Investigación de campo	Se tiene planeado a que el proyecto se aplicado los más tardar los primeros meses del año 2020	Como alternativa de solución es el aumento de la producción. Incrementar la economía de los productores	Se llevará a cabo un análisis de los problemas de los productores y el beneficio de la elaboración de vino de arroz: . Análisis de inversión . Estudio del mercado . Estudio técnico . Estudio de inversión . Estudio financiero . Análisis financiero de la aplicación del proyecto

## **3.2 Tipos de investigación**

### **Investigación descriptiva**

El objetivo del investigador es decir describir situaciones, eventos y hechos, es decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Buscan especificar las propiedades, las características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis. (Gómez M. , 2006)

Namakforoosh (2005) Indicó que es una forma de estudio para saber ¿Quién?, ¿Dónde?, ¿cuándo?, ¿Cómo? Y porque del sujeto del estudio, es la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización el consumidor, objeto, conceptos y cuentas. (p.38)

Es cuando se entrevista a alguien en la etapa de consultar a expertos se debe de tratar de saber su opinión acerca del sujeto de la investigación y sus puntos de vista buscan saber ¿qué han hecho?, ¿que han intentado, aunque sin éxito?, ¿Qué cambios han ocurrido al sujeto de la investigación en transcurso del tiempo? ¿Cuáles son las prioridades de estudios de tal naturaleza?

### **Investigación explicativa**

Gómez (2006) manifestó que utilizada “Son más estructuradas y complejas que las demás clases de estudio porque implica los propósitos de ellas (exploratoria, descripción) pero además deben proporcionar un sentido al fenómeno a que hacen referencia.”

### **Investigación exploratoria**

Sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, proporcionar información sobre la posibilidad de una investigación más completa con un mayor alcance, investigar problemas del comportamiento humano en un determinado contexto particular, identificar conceptos y variables, establecer prioridades para investigación futuras. (Gómez M. , 2006)

Namakforoosh (2005) Manifestó “Permite conocer y ampliar el conocimiento sobre un fenómeno para precisar mejor el problema a investigar. Puede o no partir de hipótesis previas, no ser tendencioso en la selección de información.” (p.35)

La investigación exploratoria pocas veces constituye un fin en sí mismo, generalmente determina tendencia, identifican áreas, ambientes, contexto y relaciones potenciales entre variables.

### **Investigación correlacional**

Gómez (2006) Manifestó “Es un estudio el cual su objetivo es evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un concepto en particular), es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después calculan y analizan su correlación.”

Se lleva a cabo para dar el valor a las relaciones naturales y se requiere un mínimo de dos grupos diferentes para llevar a cabo con éxito este tipo de investigación.

### **3.3 Fuentes de información**

En cuanto a las fuentes a través de las cuales se obtendrá la información, se procede a describir los diferentes tipos de fuentes disponibles para el presente proyecto:

#### **Fuentes primarias**

Gómez (2006) Manifestó “La característica principal que hace que una fuente de información sea catalogada como primaria, es que la información que contiene ha de ser original, no siguiendo disposición o estructura predeterminada. El acceso a dicha información podrá ser realizado bien directamente desde la fuente primaria o a través de fuentes de información secundaria” (p. 24).

Las fuentes de información primaria, básicamente corresponde a la información que se obtiene directamente de los sujetos u objetos de estudio, esto proporciona mayor confiabilidad a los datos presentados, los cuales al no seguir una estructura predeterminada pueden ser catalogados como datos originales.

#### **Fuentes secundarias**

Gómez (2006), Manifestó “Nos aporta de las fuentes secundarias “las fuentes de información secundaria se encuentran formadas por todos aquellos documentos que se componen de información ya conocida y esta, se encuentra estructurada en un determinado esquema o formato” (p. 31).

Las fuentes de información secundaria, generalmente corresponde a información que previamente ha sido recabada por terceros y puede ser considerada como referente para el desarrollo de la investigación; este tipo de

información puede obtenerse a través de la revisión de libros, informes, artículos científicos, publicaciones en diarios o revistas científicas.

Desde esta perspectiva, debido a que se busca determinar la pre-factibilidad para la creación de una microempresa de piladora de arroz en el cantón Daule, se optará por emplear fuentes primarias de información considerando a los agricultores del cantón Daule.

### **3.4 Población**

Si bien el proyecto está dirigido a los habitantes del Cantón Daule, por la demanda del producto debido a que el cantón es netamente arrocerero y por lo tanto el mercado se satisface mayormente con el arroz que existen en ese cantón; y el Cantón Daule es un mercado que se satisface de los cantones que están alrededor.

Según el censo del INEC del 2010, Manifestó “La principal característica es la línea todo su provincia por el río que lleva su nombre, su extensión actual es de 461,6 Km<sup>2</sup> y su población llega a 85.000 habitantes, de las cuales 37.000 viven en la cabecera cantonal y 48.000 en el resto del cantón.

Sus centros más poblados son: Daule, Laurel, Limonal, Los Tintos y La Aurora, Parroquia urbana Satélite Se encuentra a tan sólo 43 Kilómetros de Guayaquil, la parroquia Juan Bautista Aguirre la población es de 715 en la cual se realizarán entrevistas. (INEC, 2001)

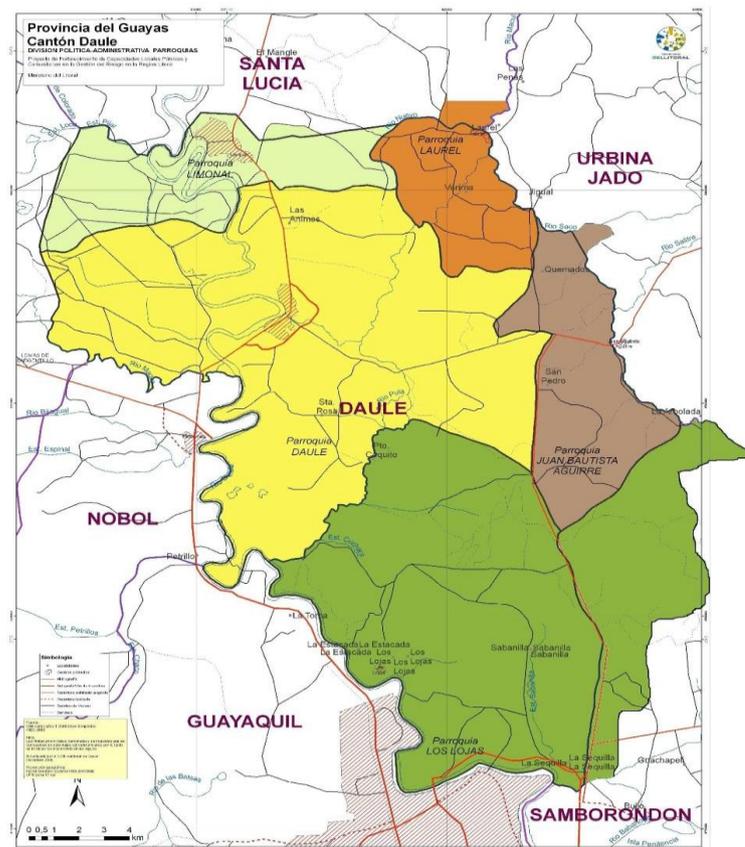
El arroz es uno de los principales productos de consumo masivo en el Ecuador, y es pilar económico de muchas familias de las zonas rurales, por tanto, para la estimación de la demanda insatisfecha del proyecto se tomará como referencia la

producción demandada por los consumidores a través encuestas realizadas a comercializadores de la gramínea.

### Delimitación de la población

**Tabla 4**  
*Población objetiva*

Detalle	Habitantes
Cantón Daule	85,000
Parroquia Juan Bautista Aguirre	712



**Figura 1.** Provincia del Guayas del cantón Daule

### 3.5 Muestra

#### Muestreo probabilístico

Rodríguez (2005) Indicó “Todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra, por lo tanto, es el tipo de muestreo que deberemos utilizar en nuestra investigación, por ser el riguroso y científico”. (p.66)

#### Muestreo no probabilístico

Es una técnica de muestreo donde las pautas se recogen pro medio de un proceso que les brinde a todos los individuos de la población de las mismas oportunidades de ser seleccionados. Rodríguez (2005)

**Tabla 5**  
*Fórmula de la muestra*

<b>Información</b>	<b>Simbología</b>
<b>Z=90% = 1.65</b>	<b>Z=Nivel de confianza</b>
<b>P=50%=0.5%</b>	<b>P=Probabilidad de éxito</b>
<b>q=50%=0.5%</b>	<b>p=Probabilidad del fracaso</b>
<b>N=85.000</b>	<b>N=Universo</b>
<b>e=5%=0.05</b>	<b>e=Margen de error</b>
<b>n=?</b>	<b>n=Tamaño de la muestra</b>

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

$$n = \frac{1.65^2 (0,50)(0,50)85.000}{0.05^2(85.000-1)+(0.50)(0.50) (1.65)^2}$$

$$n = \frac{2,72(0,50)(0,50)85.000}{212,5+0,68}$$

$$n = \frac{57.853,13}{213,18}$$

$$n = 271$$

Para el cálculo de la muestra se utilizó el método probabilístico; y luego de realizar el cálculo con la fórmula para población específica, se determinó la realización de encuesta a 271 personas del segmento adultos jóvenes y adultos mayores del Cantón Daule. A continuación, se presenta el desglose de la población a considerar de manera detallada:

#### **Delimitación de la muestra**

**Tabla 6**  
*Muestra*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Habitante de la parroquia Juan Bautista Aguirre	271
<b>Total, de la Muestra</b>	<b>271</b>

### **3.6 Análisis de los resultados**

La información fue obtenida mediante recolección de datos con trabajo de campo, se socializó con agricultores y con propietarios de tiendas y despensa la idea del proyecto.

Las personas encuestadas y entrevistadas son individuos que tienen conocimientos empíricos en cuando a la producción y/o comercialización del arroz, vistas son las personas que trabajan y comercializan el arroz constantemente.

#### **Encuesta.**

Rodríguez (2005), Indicó “Las encuestas pueden definirse como un procedimiento sistemático y estandarizado de recogida de información a través de un cuestionario en el que se agrupan un conjunto de preguntas” (p. 22).

La encuesta es un tipo de técnica de carácter cuantitativo descriptivo, puesto que permite realizar el levantamiento de la información con relación a opiniones de los sujetos de estudio; en este caso, el instrumento utilizado será el cuestionario elaborado con preguntas cerradas y con la escala de Likert.

#### **Entrevista.**

Gutiérrez (2014), Indicó “La entrevista abierta o en profundidad, además de no estar estructurada, plantea una relación comunicativa lejos de la estandarización y la Directivita que imponen las preguntas del cuestionario” (p. 168).

En el caso de la entrevista, es una técnica que permite obtener información con mayor profundidad, puesto que le permite al entrevistado expresar sus pensamientos

y percepciones de forma más abierta en comparación con la encuesta. En este caso, el instrumento a utilizar será el formulario de preguntas abiertas.

Se escogieron ambas técnicas debido a que se precisa obtener información a profundidad con relación de producción que mantienen los agricultores para estimar el volumen de producción de la piladora por parte de los habitantes del Cantón Daule, además se busca recabar información en relación a la gestión de empresas, para lo cual se entrevistará a un experto en el área de gestión administrativa.

### **Conclusión**

En el marco metodológico se logró determinar que el diseño de la investigación sería no experimental, dado a que no se modificaron las variables del estudio, por lo contrario, mantenerles como desde un inicio, aseguraría que la investigación siga su curso hasta lograr determinar la prefactibilidad para establecer la elaboración del vino en el cantón Daule.

En este capítulo se revisó el diseño de la investigación donde los métodos muy importantes para la investigación como el diseño bibliográfico, documental, de campo y una investigación cuali-cuantitativa, se determinó que el estudio fue en el Cantón Daule que consta de 85.000 habitantes y se centralizó en la Parroquia Juan Bautista Aguirre, se tomó un muestro no probabilístico dando como resultado una muestra de 271 personas, para los cuales se realizó una encuesta de 10 preguntas cerradas.

## Capítulo IV

### 4. Formulación del proyecto

#### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

Teniendo en cuenta el trabajo de investigación se lleva a cabo para determinar la pre-factibilidad de la elaboración de vino de arroz (sake), en la parroquia Juan Bautista Aguirre del Cantón Daule, y establecer si es viable la elaboración del presente producto el mismo que es elaborado de manera natural sin químicos y está dirigido a las personas adultas, para estipular si es factible se determinaran los costos de producción y el mercado donde será distribuido, por tanto se llevara a cabo un estudio de marketing, aplicando conocimientos teóricos y prácticos de estudio del mercado, el tipo de marketing que será aplicado a la población determinando la realidad del mercado y la costumbre de consumir bebidas alcohólicas.

En el Ecuador existen diversos tipos de licores entre los principales encontramos el whisky, el ron, la cerveza, el vino y el aguardiente, en los últimos años ha tenido un gran impulso los licores artesanales por lo tanto no tienen ingredientes químicos, el vino de arroz (sake), es muy popular en Japón, es un licor a base de arroz el mismo que no existe en el mercado local, para la recopilación de información sobre el mercado de licores se llevara a cabo una recopilación y análisis de datos acerca de los futuros clientes por medio de una encuesta la cual va a ser aplicada en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Cantón Daule.

Por tratarse de un producto nuevo en el mercado local se determinará el tipo de marketing será aplicado, cuáles serán los futuros clientes, la competencia, la oferta y demanda, el impacto que tendrá en una población que nunca ha consumido este tipo

De licor, los cuales servirán de guía para determinar la viabilidad de la elaboración y distribución de vino de arroz (sake)

#### **4.1.1 Encuestas**

El objetivo principal de esta investigación es determinar la factibilidad de la elaboración y distribución de vino de arroz (sake), por lo tanto, se realizó una encuesta direccionada a los posibles consumidores clientes, midiendo de esta manera la capacidad que tendrá nuestro producto al ingresar a un mercado en donde nadie lo conoce y no tiene información del mismo y determinar en qué tiempo tomaría recuperar la inversión efectuada.

La realización de la encuesta en la cual permitió determinar los gustos, preferencia y la frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas de la población, con este estudio hemos tenido un panorama claro de lo que se tiene que realizar para conquistar un mercado donde el producto es totalmente desconocido y las estrategias que se realizara para que la población del Cantón Daule consuma el vino de arroz (sake).

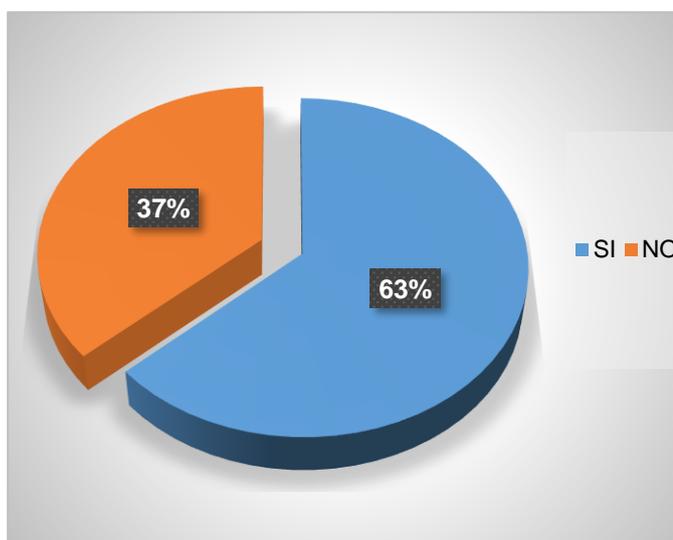
Para el desarrollo de la investigación se requirió el cálculo e identificación de la muestra de la población a investigar, la cual es seleccionada de acuerdo al tema propuesto y la metodología de trabajo, la base fue a las personas mayores de edad de 18 a 64 años de la población de Daule para lo cual se tomó una muestra mediante un muestreo probabilístico aleatoria donde dio un resultado una muestra de 271 personas.

## Presentación de la encuesta

### 1. ¿Consume regularmente bebidas alcohólicas?

**Tabla 7**  
*Consumo de bebidas*

Alternativa	Frecuencia Absolutas	Frecuencia Relativa
Si	172	63%
No	99	37%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



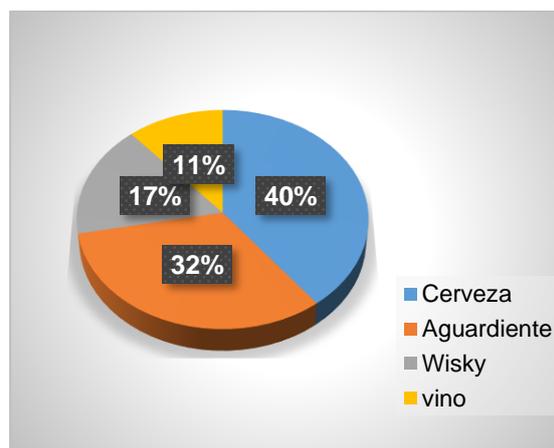
**Figura 2.** Consumo de bebidas

**Interpretación:** Realizando la encuesta a la población de la Parroquia Juan Bautista Aguirre, se determinó que el 63% de la población correspondiente a 172 personas consume regularmente bebidas alcohólicas lo cual es muy buena para el tipo de producto que se desea vender, mientras que el 37% que son 99 personas no consumen regularmente alcohol.

## 2. ¿De los licores que se detalla a continuación cuál prefiere?

**Tabla 8**  
*Licores preferidos*

Alternativa	Frecuencia Absolutas	Frecuencia Relativa
<b>Cerveza</b>	107	40%
<b>Aguardiente</b>	88	32%
<b>Wiski</b>	45	17%
<b>Vino</b>	31	11%
Total	<b>271</b>	<b>100%</b>



**Figura 3.** Licores preferidos

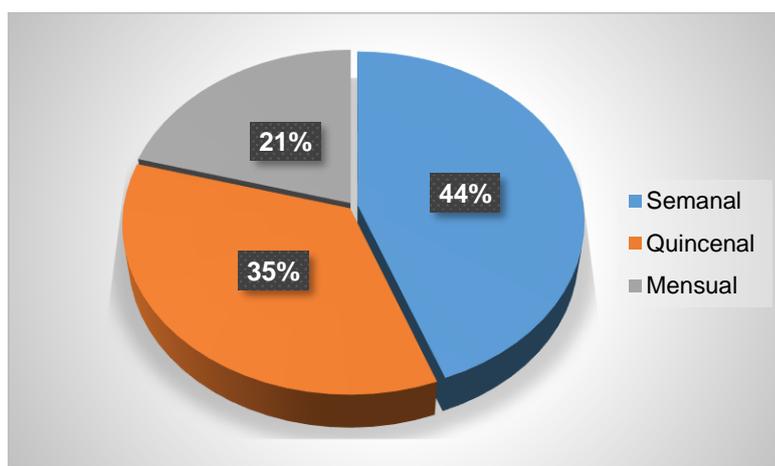
**Interpretación:** Después de llevar a cabo esta pregunta se determinó que la mayoría de la población se inclina por la cerveza por la cual 107 personas representan el 40% de los entrevistados, mientras que 88 personas representan el 33% prefieren el aguardiente, 45 personas que son el 17% toman wiski, mientras que el 11% de la población representada por 31 personas toman vino, esto nos indica que la población a la que se puede vender el producto no muy grande así que hay que planificar bien un sistema de marketing.

### 3. ¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas?

**Tabla 9**

*Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Semanal	120	44%
Quincenal	95	35%
Mensual	56	21%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



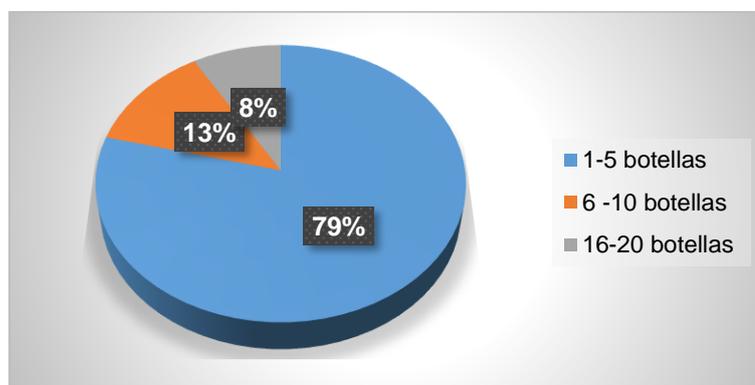
**Figura 4.** Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas

**Interpretación:** Con la tercera pregunta se determinó que la mayor de la población que representa a un 44% que son de 120 personas que consume licor semanalmente, el 35% que representan a 95 personas consumen quincenalmente y 21% que son 56 personas consume mensualmente, que es una población que tiene un consumo de alcohol recurrente y que es un mercado en el que se puede comercializar el producto.

**4. ¿Qué cantidad de botellas de vino de tamaño pequeño (375ml) consume mensualmente?**

**Tabla 10**  
*Cantidad de consumo de vino*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
1-5 Botellas	214	79%
6-10 Botellas	34	13%
16-20 Botellas	23	8%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



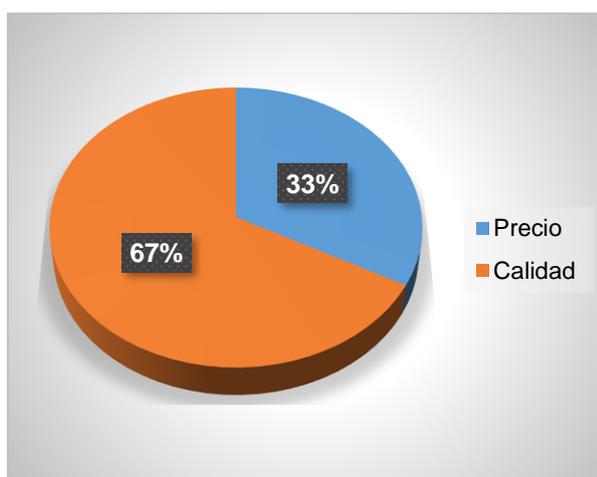
**Figura 5.** Cantidad de consumo de vino

**Interpretación:** Mediante esta pregunta se determinó que las 271 personas que corresponden a un 79% de la población los cuales consumen de 1 – 5 botella, mientras que las 34 personas que son el 13% consumen de 6 – 10 botellas y por último 23 personas que son el 8% son de 16 – 20, esto indica que la población en lo poco que toma vino lo hace de 1-5, lo cual es de beneficio del producto.

## 5. Al momento de escogerla marca del producto. ¿por qué lo hace?

**Tabla 11**  
*Marca del producto a consumir*

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Precio	89	33%
Calidad	182	67%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



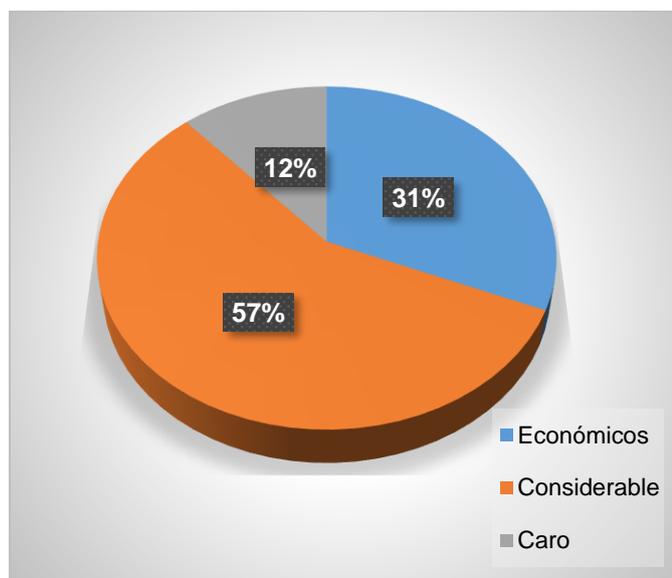
**Figura 6.** Marca del producto a consumir

**Interpretación:** Realizada la correspondiente interpretación se determinó que la mayoría de población 182 personas que son el 67% a la hora de escoger un licor a consumir lo hace es por calidad mientras que 89 personas que corresponden al 33% lo hacen es por el precio del producto, lo que indica el vino que se a elaborar debe ser un producto de calidad.

## 6. ¿Usted considera que los precios de los vinos en el mercado son?

**Tabla 12**  
*Precio del licor*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Económicos	85	31%
Considerable	155	57%
Caro	31	12%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



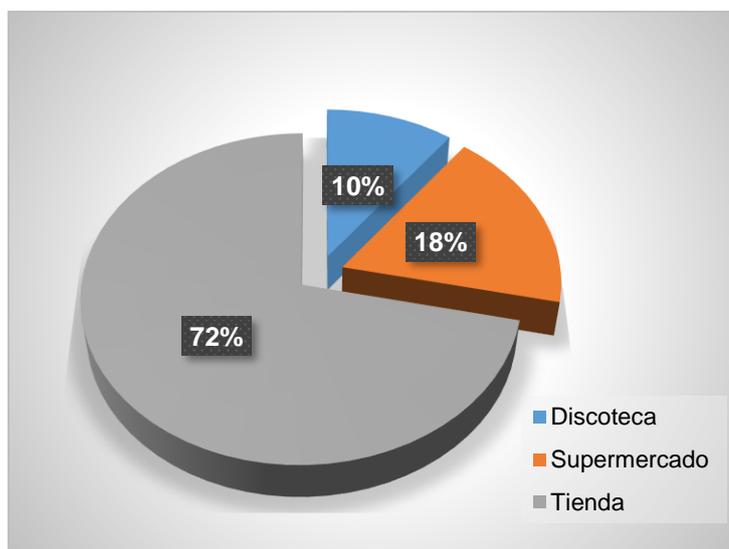
*Figura 7.* Precio del licor

**Interpretación:** La pregunta 6 detalla que 155 personas que corresponden al 57% dicen que el precio es económico, 85 personas que son el 31% piensan que es considerable y 31 personas que corresponden al 12% las personas lo consideran como caro, que para los consumidores los precios de los vinos que se encuentran en el mercado son económicos.

## 7. ¿En qué lugar adquiere normalmente los vinos?

**Tabla 13**  
*Lugar donde se adquiere vino*

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiendas	194	72%
Discotecas	28	10%
Supermercados	49	18%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



**Figura 8.** Lugar donde se adquiere vino

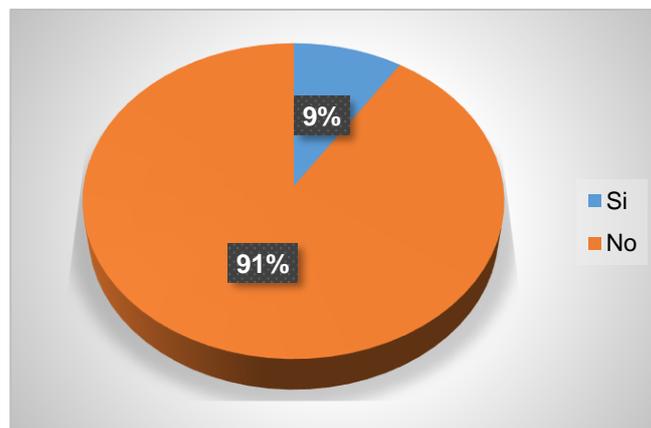
**Interpretación:** Según la encuesta la mayoría de los consumidores correspondiente a 271 personas adquieren los vinos en tiendas mientras que el 72%, en supermercados lo cual corresponden a 49 personas mientras que el 18% que son 28 personas las cuales son el 10% de la población, lo cual indica que el lugar donde más se compra los productos son las tiendas lo cual es de fácil adquisición.

## 8. ¿Usted ha escuchado sobre el vino de arroz (Sake)?

**Tabla 14**

*Tiene conocimientos de vino de arroz*

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	25	9%
No	246	91%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



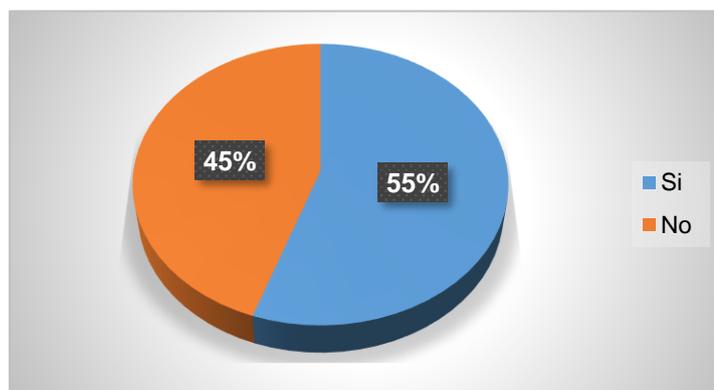
**Figura 9.** Tiene conocimientos de vino de arroz

**Interpretación:** La encuesta de esa pregunta es 271 personas que representan el 91% de la población no conoce del vino de arroz mientras que 25 personas que son el 9% han escuchado algo sobre el mismo, lo cual indica que hay poca información sobre el vino de arroz, por lo cual hay que aplicar estrategias de marketing para que la población conozca el producto y poder posesionarlo en el mercado.

**9. ¿Estaría dispuesto a consumir Vino de Arroz (Sake) como variante o sustituto de los licores tradicionales?**

**Tabla 15**  
*Consumiría vino de arroz*

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	150	55%
No	121	45%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



*Figura 10.* Consumiría vino de arroz

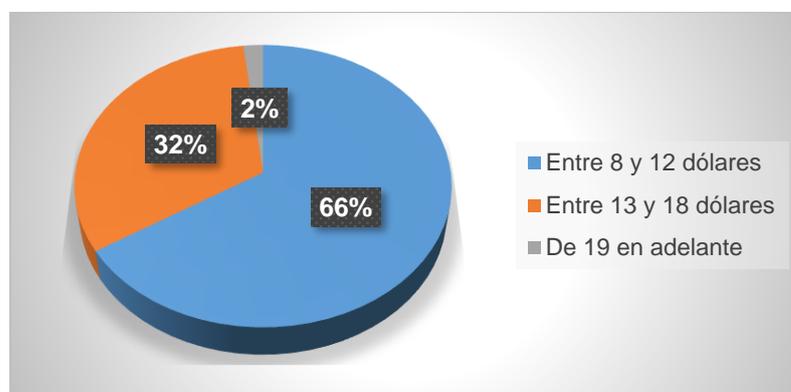
**Interpretación:** El resultado de esa pregunta realizada a una muestra de población de 271 personas indica que el 55% corresponde a 150 personas si estaría dispuesto a consumir vino de arroz como sustituto del licor tradicional, mientras que 45% que corresponde a 121 personas no lo haría, esto es de gran aliciente para llevar a cabo el presente proyecto de la elaboración de vino de arroz en el Cantón Daule.

## 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una botella con vino de arroz?

**Tabla 16**

*Costo de adquisición a pagar por el vino de arroz*

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
8 a 12 dólares	179	66%
13 a 18 dólares	87	32%
De 19 en adelante	5	2%
<b>Total</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>



*Figura 11.* Costo de adquisición a pagar por el vino de arroz

**Interpretación:** El resultado de la pregunta es que 271 personas que son el 66% de la población estaría a pagar de 8 a 12 dólares, que 87 personas que son el 32% de 13 a 18 dólares y por último pagaría más de 19 dólares 5 personas que representan el 2%, lo cual indica una guía para poner el precio a producto que se va a elaborar.

## **Análisis general de la encuesta**

Encuesta realizada 271 personas de la Parroquia Juan Bautista Aguirre del cantón Daule.

Mediante la aplicación de 10 preguntas efectuados se determinó que el 63% de la población consume regularmente bebidas alcohólicas mientras que solo un 37% lo hace en ciertas ocasiones esto nos indica que hay mercado potencial de consumidores, también se pudo determinar que el 40% de la población consume más cerveza mientras que en segundo lugar de bebidas alcohólicas el aguardiente con 32% mientras el wiski un 17 % y por último el vino con un 11%.

La encuesta realizada a la población del Cantón Daule dio como resultado que tienen un alto consumo de licor ya que el 44% lo consume mensualmente mientras que el 35% lo hace quincenal y por último el 21% que lo hace mensualmente esta da como conclusión el porcentaje alto de consumidores en dicha población, también la encuesta fue direccionada a la cantidad de botella de licor consumen recurrentemente, donde se pudo determinar que el 79% consume de 1-5 botellas, mientras que el 13% hace de 6-10 botella y por último solo el 8% hace de 16-20 botellas de licor.

También se determinó que a la hora de escoger el producto la población lo hace más por calidad que por el precio ya que el 67% acepto que compra por la calidad mientras que el 33% por el precio del mismo, también se dio como concluido que el precio que ellos cancelan por el licor es aceptable que es el 57%, mientras que el 31% piensa que es barato y el 12% muestra que es caro, el licor lo adquieren regularmente en la tiendas mediante que fue el 72% de los encuestados el 18% en discotecas y como último solo el 10% lo elabora en los supermercados.

La encuesta también reveló que la población del Cantón Daule el 91% no ha escuchado sobre el vino de arroz mientras que el 9% si, también se definió que 55 % de la población estaría dispuesta a probar el vino de arroz y el 45% no está dispuesto a probar el vino de arroz e inclusive a que pase ser uno de los licores preferibles por la comunidad claro está que mientras cumpla con las normas de higiene y de calidad.

## 4.2 Microambiente

### Tipo de empresa

La empresa será tipo industrial y comercial ya que se dedicará a la elaboración y comercialización de vino de arroz especialmente para la población de Daule, el cual va a contar todos los estándares de calidad que el ministerio de salud solicite.

### Numero de empresa

Por el momento no existe un grupo de empresas distribuidora de vino de arroz, pero si existen un grupo de importaciones de vino al país.

**Tabla 17**  
*Principales países importadores*

<b>Principales Países de Origen</b>	<b>Cantidad (kg.)</b>	<b>Monto (Miles US\$)</b>	<b>% Participación en el Mercado</b>
Chile	3.930,030	6.881,480	73.01%
Argentina	625,900	1.236,170	13.12%
Estados Unidos	436,440	503,130	5.34%
España	143,630	394,190	4.18%
Otros	194,440	410,410	4.35%
<b>Total General</b>	<b>5.320.440</b>	<b>9.425,380</b>	<b>100%</b>

## Proveedores

**Tabla 18**  
*Cotización de varios proveedores*

Proveedor	Producto	Precio
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piladora Brito &amp; Espinoza</li> <li>• Piladora “Don Antonio”</li> <li>• Piladora María del Carmen</li> <li>• Distribuidora Castro</li> <li>• Frascos S.A.</li> <li>• Navca Trading Corp. S.A.</li> </ul>	  	\$ 30.00 \$ 33.00 \$ 36.50 \$ 0.75 \$1.00 \$0.95
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Label Print S.A.</li> <li>• Flexoprint Cía. Ltda.</li> <li>• Sismode S.A.</li>   <li>• Excellent Cork</li> <li>• Distribuidora Castro</li> <li>• Tapas &amp; envases Rioja</li>   <li>• Emapag-EP</li> </ul>	    	\$ 0.05 \$ 0.08 \$0.11  \$ 0.05 \$ 0.04 \$ 0.05  \$10.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skctradehouse</li> <li>• Productos LDM</li> <li>• Cosquisa</li> </ul>		\$ 0.35 \$0.36 \$0.34

## Análisis del mercado

El Cantón Daule por la cercanía a la ciudad de Guayaquil, es un Cantón cuya actividad económica es el comercio, aparte de ser un Cantón comercial también es industrial., el Cantón que reúne la mayor parte de empresas. Así mismo se puede evidenciar que la mayor parte de los ingresos son generados por la producción de arroz, lo cual es de gran ventaja por la materia próxima para la elaboración de nuestro producto.

## Segmentación de mercado

### 1. Factores demográficos:

**Tabla 19**

*Segmentación demográfica*

Edad	Mayores a 18 año sin tope de edad
Sexo	Sin distinción de sexo
Ingresos	Es indiferente, lo necesario es que tenga decisión de compra

### 2. Distribución geográfica

Vinos de arroz se va a estar situada en parroquia Juan Bautista Aguirre (Daule).



**Figura 12.** Localización geográfica

### 3. Factores geográficos

Lo identifican el país, provincia, ciudad, cantón, sector

**Tabla 20**  
*Segmentación geográfica*

País	Ecuador
Provincia	Guayas
Cantón	Daule
Sector	Centro de la ciudad

#### 1. Psicológica

**1.1 Necesidades:** Refrescarse y al mismo tiempo disfrutar de un momento agradable con sus amigos y familia.

**1.2 Motivación:** Estatus, posición social, diversión,

**1.3 Personalidad:** Personas modernas descomplicadas que le gusta salir a sitios públicos o restaurantes y asisten a eventos sociales.

**1.4 Actitudes:** Es una persona segura de sí misma que trabaja por alcanzar sus metas, receptiva al cambio y que disfrutas de los productos innovadores.

#### 2. Psicografica

**2.1 Estilo de vida:** El consumidor es una persona que le gusta socializar, divertirse y se interesa de probar cosas nuevas.

#### 3. Sociocultural

**3.1 Clase social:** estratos 4, 5,6

**3.2 Ciclo de vida familiar:** Ninguno en específico

#### **4. Situacional**

**4.1. Entorno físico:** Bares, supermercado, tiendas.

**4.2. Entorno social:** Personas relacionadas con el mundo de los negocios, estudio y amigos con los que comparte sus gustos por momentos de relajación y diversión.

**4.3. Motivo de compra:** La necesidad de refrescarse y socializar con una bebida suave y de baja graduación de alcohólica.

**4.4. Estado de ánimo del comprador:** Activa, es una persona que por su estilo de vida se mantiene en movimiento.

#### **5. Beneficios esperados**

Preferencia por características específicas de los productores: los consumidores de vino de arroz Israel buscan, calidad, estatus y elegancias.

#### **6. Por conducta o uso**

**6.1. Grado de lealtad a la marca:** Medio

**6.2. Patrón de consumo:** En los fines de semanas y eventos sociales.

**6.3. Grado de uso Moderno,** debido a que hay una amplia variedad de productos sustitutos

#### **Competencia**

La principal competencia para vinos de arroz Israel son los vinos chilenos y argentinos lo cuales gozan de gran popularidad, calidad y precio, en el mercado

local, esto va a causar que se aplica una campaña de marketing para la captación de clientes.

### **Cliente potencial**

Los principales consumidores del vino de arroz Israel, son las personas mayores de 18 a 60 años, en especial a las mujeres, los vinos van a ser distribuidos en restaurante y en eventos especiales.

### **4.3. Macroambiente Análisis PEST**

Mediante el análisis PEST conseguiremos determinar los parámetros externos que afectan a la inversión que se llevara a cabo como son el político y determinar cómo esto afecta a la inversión en lo económico para determinar si el país está cursando por una economía estable en lo social se enfocara a la comunidad y en lo tecnológico para establecer cómo los avances científicos nos ayudaran a situar una empresa dedicada a la producción y venta de vino de arroz. (Martinez & Milla, 2005)

#### **Análisis del entorno político**

El Gobierno de Lcdo. Lenin Moreno se ha convertido en blanco de críticas por la inconformidad de varios factores por parte de la ciudadanía ya que el incremento de los impuestos y el eliminar productos subsidiados ha ocasionado últimamente paros por parte del pueblo indígena esto ha afectado enormemente a la matriz productiva, con la elaboración decreto 883 el cual fue derogado después de las marchas políticas del mes de octubre.

La gestión del gobierno ecuatoriano está basada en el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, que es un principio constitucional en el que establece una postura política a seguir durante los años de gestión del mismo, constituyéndose en una guía

de acción para el gobierno, donde menciona en el objetivo número 5 la de promover la producción y competitividad para el incremento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. (Plan Nacional del Desarrollo, 2017-2021)

“visto el objetivo de perfeccionamiento es de impulsar una economía que se sustente en el beneficio adecuado de los recursos naturales, que guarde el equilibrio con la naturaleza e incorpore valor agregado a productos de mayor cantidad y mejor calidad; abarcando a todos los actores y democratizando, a más de los medios de producción, los medios de comercialización.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, p. 80)

El cambio de la matriz productiva es uno de los principales proyectos que se están ejecutando en la actualidad por parte del gobierno como medida preventiva para lograr mantener la dolarización en la economía a través del aumento de ingresos de dólares al país por concepto de exportaciones de nuevos productos y servicios, con un alto valor agregado a través de la especialización y uso de tecnología.

Uno de los puntos relevantes en la parte política existe en la normativa del marketing, donde menciona:

Art.24.En la publicidad de bebidas alcohólicas, por ningún motivo se vinculará a la salud, al éxito deportivo o a la imagen de la mujer como símbolo sexual. La autoridad sanitaria nacional vigiara y controlara el cumplimiento de esta disposición, Art: 25.- La publicidad de las bebidas alcohólicas debe llevar la advertencia sobre su sobre su nocivo para la salud. Art. 26.- (Reformado por el

Art. 7 del Acuerdo 00001709 publicado en el R.O. 807, 10-X-2012). - En la publicidad de bebidas alcohólicas se prohíbe que;

- Promueva un consumo excesivo.
- Asocie el consumo con actividades educativas, deportivas, del hogar o del trabajo.
- Asocie el consumo del producto a través de sorteos, concursos o coleccionable.
- Se utilice a deportistas reconocidos, o a otras personas con el fin de promocionar equipos, vestuarios o implementos deportivos u otros objetos.
- Asocie el consumo con celebraciones cívicas, religiosas o tradicionales.

Tener permiso de control sanitario y de calidad emitido por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador determinando que el producto este apto para el consumo humano, el permiso de funcionamiento sujetos a la Vigilancia y Control Sanitario donde se controla la calidad del producto y de sus envases, la Cámara de la Pequeña Industria y el Servicio de Rentas Internas. (Ministro de la salud publica, 2016)

Aunque Ecuador, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), con más de 3 millones de emprendedores, es el país con más incidencia de esta actividad en la región, también es el lugar donde casi el 80% de los emprendimientos fracasan luego del primer año. Por eso, dentro de la Ley de Fomento Productivo 2, el Gobierno trabaja en una Ley de Emprendimiento, que tendría, de acuerdo con Yuri Parreño, ministro subrogante de Producción, Industrias, Comercio Exterior e Inversiones, es darle al emprendedor las herramientas necesarias para que tenga una ruta clara por dónde ir. Esto se lograría con simplificación de trámites y reducción de trabas.

El establecimiento de un esquema claro, una estructura ágil para el financiamiento, dado el alto nivel de fracaso, es dar seguridad jurídica para que los

ecuatorianos se atrevan a emprender, dentro de un esquema que no les genere riesgos posteriores en caso de que su empresa no salga bien. En conjunto con las reformas a la Ley de Mercado de Valores, es desarrollar fondos de inversión y espacios donde, emprendedores e inversionistas puedan encontrarse. “Hay mucha gente que podría invertir 50.000, 100.000, 150.000 dólares en un emprendimiento, pero no tiene los mecanismos ni las oportunidades”, dijo Parreño. Son los estímulos tributarios. Finalmente, es fortalecer la educación y la cultura emprendedora. (Diario La Hora , 2019)

### **Análisis del entorno económico**

La parte económica del país son las capacitaciones gratuitas por parte de la Cámara de Comercio y del sistema financiero lo cual ayuda al incremento de las exportaciones, esto está reflejado según la tasa activa a Septiembre del 2019 es de 9.33%, estos datos son según el Banco Central del Ecuador, el interés pasivo se encuentra en un 8.68% según datos del Banco Central del Ecuador, los problemas económicos suceden en la inflación la cual a Septiembre del 2019 se encuentra en crecimiento en un 0.47%. (Plan Nacional del Desarrollo, 2017-2021)

En lo que se refiere a la balanza de pagos, se la certeza que durante todo el período (2017-2020) habría una balanza comercial positiva para el Ecuador, lo cual ayudaría a que la entrada de dólares sea mayor que la salida, por este percepción de 2,258 (millones de dólares), aunque uno de los mayores problemas es la variación negativa de la exportación del petróleo el cual se sumaría al proyecto ITT al total de la producción datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

**Tabla 21**  
*Balanza comercial*

BALANZA COMERCIAL (Millones de dólares)			
Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2017	19,066	17,649	1,417
2018	20,528	18,885	1,644
2019	21,334	20,102	1,233
2020	23,448	21,190	2,258

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

El Ecuador prevé un crecimiento del PIB de 0,57% y una inflación del 0,84% en 2020, según el proyecto del presupuesto estatal, el presupuesto, estimado en 31.469 millones de dólares, se calculó con un precio promedio de 51,30 dólares para el barril de petróleo, el principal producto ecuatoriano de exportación. Son 151 millones menos que el monto previsto para el presente período fiscal, se proyectan alcanzar un PIB nominal de 110.434 millones de dólares, según el informe del ministerio de Finanzas, para la industria de los licores el impuesto a los consumos especiales (ICE), en lo que refiere a la cerveza tendrá un incremento del 10%. (2017)

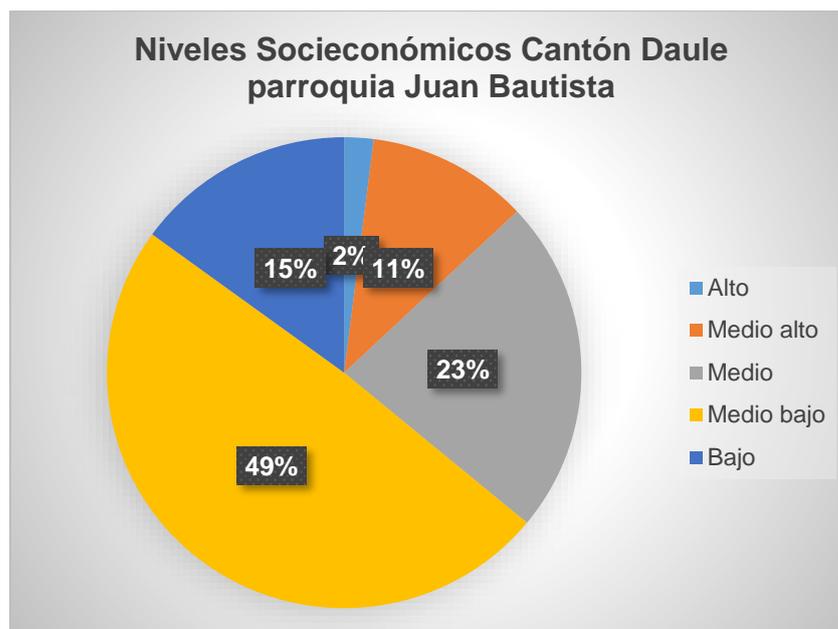
El estado está dando facilidades en la otorgación de créditos por organizaciones gubernamentales y privadas como Ban Ecuador, Banco Nacional de Fomento, Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP y otros, el control por parte del gobierno y de los municipios en requerimientos de certificación del Ministerio de Salud y del Servicio de Rentas Internas, en lo político podemos determinar la apertura por parte del estado a la elaboración de nuevos proyectos que colaboren a dar trabajo a la comunidad.

## **Análisis del entorno social**

Actualmente Ecuador con una población de 17,096.789, habitantes distribuidos en las 24 provincias, de los cuales el 50,1% corresponde a la población masculina y el 49,9% corresponde a la población femenina. Según estudios de INEC presentados en el informe de Resultados, revela que la pobreza de la población aumento en un 1,7% dentro del periodo 2018-2019, siendo mayor que el periodo anterior, la tasa de crecimiento porcentual es de 6,13% anual. (Villacís & Carrillo, 2012)

El presente estudio se desarrolla en el Cantón Daule parroquia Juan Bautista el cual cuenta con una población de 982 personas, según proyecciones del INEC para el año 2019, se espera una población de 1.150 habitantes las cuales estaría compuesta 611 hombres y 539 mujeres, el estudio va dirigido a las personas mayores de 18 años las cuales son una población de 712 personas.

En cuanto a los niveles socioeconómicos para este estudio se ha planteado 5 categorías las cuales se las determino como: A, B, C+, C-, D, las mismas que representan niveles alto, medio alto, medio, medio bajo y bajo, los cuales resultaron del análisis de las distintas variables mencionadas anteriormente, según resultados del estudio planteado por el INEC fueron los siguientes:



*Figura 13.* Nivel Socioeconómico del Cantón Daule parroquia Juan Bautista

Según el análisis realizado se pudo constatar que la Parroquia Juan Bautista del Cantón Daule se encuentra entre un nivel socioeconómico medio que corresponde a un porcentaje del 87%, lo cual concuerda con los datos socioeconómicos del Ecuador en general por tal motivo nuestro nicho de mercado debe ser dirigido a la población media de la parroquia Juan Bautista.

El contrabando es un problema de salud pública que en el Ecuador está presente principalmente como consecuencia del aumento en el precio de los licores gracias a las normativas ya analizadas. Como lo menciona Fernanda Medina redactora del diario El Comercio en su publicación: “Redes de contrabando ofertan más licor ilegal en Diciembre”, Perú y Ecuador son los dos principales países de la región con más índice de contrabando de licor. Esto representa un alto grado de peligro para la sociedad ya que en mayoría de los casos son licores de fabricación artesanal que no cuentan con un registro sanitario que garantice su calidad. (Medina, 2015)

## **Análisis del entorno tecnológicos**

Ecuador es un país con bajo nivel de desarrollo tecnológico ya que se ha caracterizado por ser un proveedor de materia prima más no un productor de bienes y servicios finales; además de la poca inversión en investigación y adquisición de nueva tecnología tanto de parte del sector público como del privado. Esto podemos corroborar con la ausencia del país en el ranking realizado por el Foro Económico Mundial (FEM) sobre el uso de las tecnologías de información (TIC) en donde resaltan países nórdicos y asiáticos como Finlandia, Suecia, Singapur, entre otros. (Foro Economico Mundial, 2015)

Para contrarrestar esta situación y como uno de los pilares fundamentales para el cumplimiento del cambio de la matriz productiva, el gobierno ecuatoriano busca el aumento en el desarrollo tecnológico a través de la transformación del sistema de educación superior con la implementación de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES). Además de incrementar la inversión para temas de investigación y desarrollo. El Ecuador invierte el 0,75% del PIB en investigación y desarrollo buscando aumentar esta cifra a 1,5% en los próximos años. Además, señala que América Latina tiene un índice bajo de inversión en temas tecnológicos y que se alcanza un 2,5% PIB de la región mientras que la cifra recomendada es del 6,5%. (El Universo, 2018)

En el Ecuador en la última década una de las instituciones se está aplicando la tecnología uno de esos casos es el Servicio de Rentas Internas (SRI), la cual mediante la aplicación programa DIMM se llevan a cabo las declaraciones en líneas las cuales serán aplicadas por la empresa, otro de los beneficios tecnológicos que ofrece el SRI es la facturación electrónica cuyo programa va a

ser base para la empresa ya que esto agilizará los procesos en el área de facturación.

El marketing tecnológico será uno de los métodos más aplicados para la introducción del vino de arroz (sake) el cual será aplicado mediante todo tipo de redes sociales con lo son el Facebook, Instagram, correos electrónicos, sitios web y otros, además se utilizará uno de los medios más populares como la radio y los diarios locales estos serán de gran aporte para la compañía para de esta manera obtener los resultados esperados.

#### **4.4. Estudio de mercado**

##### **Marketing mix**

El marketing es un componente fundamental ya que permite utilizar estrategias con el objetivo de fidelizar y mantener los clientes mediante producto del vino de arroz “sake”, en la cual obtendrá satisfacer sus necesidades, es por el cual se analiza constantemente el mercado. A continuación, se describe las 4P del marketing mix (Andreu, 2006)

##### **4.4.1 Productos**

Un producto se puede definir como aquello cuyos atributos son ofrecidos dentro un mercado para uso y consumo con el fin de satisfacer una necesidad o un deseo. Para determinar el producto se analizan tres niveles los cuales buscan como objetivo principal consolidar de manera clara y efectiva las características diferenciales que posee el producto.

El vino de arroz procede de la fermentación del arroz, típicos de países asiáticos, muy utilizados en cocinas, con la misma frecuencia y costumbre que en Europa se cocina con vino blanco o un jerez.

## Forma de uso

Como hay varios gustos, tenemos que elegir el que mejor acompañe a diferentes alimentos:

- Para acompañar comidas elegantes
- Para festejar ocasiones importantes
- Para disfrutar con amigos.

## Presentación del producto

El vino de arroz Israel será vendido en una botella.



*Figura 14.* Presentación del producto

Tomando en cuenta las características y necesidades del mercado para hacer más competitivo en producto contara del siguiente:

- Slogan
- Logotipo
- Contenido nutricional
- Registro sanitario
- Fecha de elaboración

- Fecha de caducidad
- Otros

### **Naturaleza**

- Agrícola - arroz

### **Composición**

- Levadura de sake
- 30 lbs (13.6 kg) de arroz de sake pulido o arroz de mesa de grano corto

### **Equipamiento**

- Olla para cocinar arroz
- Cesta para colar agua
- Olla de 10 litros de acero inoxidable con tapa.
- Cuchara grande de acero inoxidable preferentemente

### **Tamaño**

El tamaño de la elaboración de vino de arroz (sake) en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Canto Daule es:



botella 37.5 cl

*Figura 15.* Tamaño del producto

## **Marca**

La marca será un elemento clave ya que permitirá a nuestros clientes saber cuál es producto que está adquiriendo, identificándolo con rapidez y facilitando ágilmente la compra, sabiendo que lo que adquiere es un producto de calidad y con increíbles beneficios.

### **4.4.2 Precio**

Es el valor monetario que se establece al producto el momento que sale a la venta. Para el proyecto del vino de arroz se utilizará inicialmente la estrategia de los precios bajo para lograr una penetración más rápida y una imagen de marca que se recuerde. Sin embargo, existen otras estrategias que se pueden diseñar a medida que el producto se va introduciendo en el mercado con el objetivo de atraer nuevos clientes, mantener a los que ya existen y mejorar la imagen de la marca. (Andreu, 2006)

Los precios serán cómodos y accesibles a todo presupuesto, especialmente al mercado objetivo el cual está dirigido el producto que es las clases medias y altas, el precio del producto dependerá de las características del mismo, es decir en la presentación del producto. La idea de mantener diferentes estrategias de precios es para que el producto no se vea afectado a medida que pasa el tiempo.

Según el estudio realizado a las personas estaría dispuesta a pagar en promedio por este producto como:

- Mínimo: \$8
- Máximo: \$18

## Valor añadido

Para la venta del producto el vendedor tomara los siguientes valores agregados:

- Oferta por la compra del producto
- Muestras del producto

## Logo



*Figura 16.* Logotipo del producto

## Colores

- **Celeste:** Con el evocaremos el profesionalismo de su gente, el cielo y del Rio Daule de donde proviene el arroz que es la materia prima.
- **Azul oscuro:** Con este color mencionara el rio y la confianza de los agricultores, transmitiendo paz.
- **Dorado:** Color básico de la planta del maíz, será nuestro color que impactará al mercado

## Slogan

Para la distribución de vino de arroz Israel de determinó el siguiente slogan “Vino de arroz Israel de Daule para el Ecuador”

### Colores de la marca

- **Amarillo claro:** Mediante este color destacamos la materia prima que es el arroz, dejando en claro de dónde viene nuestro producto.
- **Azul:** Color del cielo de Daule y las aguas del río destacando de esta manera que el producto es de esa región.

### Precio referencial

**Tabla 22**

*Precios referenciales*

Cantidad	Descripción	Vino Parra	Vino Gato Negro	Vino Sangre de Toro	Precio Referencial
1	Vino de 1.5 Litros	\$4.00	\$10.00	\$4.50	\$6.00
1	Vino de 3 litros	\$7.00	\$19.00	\$8.00	\$11.00
1	Vino de 4.5 Litros	\$12.00	-	\$12.50	\$12.00
1	Vino de 6 Litros	\$15.00	-	-	\$15.00

### Forma de uso

Sera para amenizar fiestas y reuniones sean estas por de negocio o entre amigos, especial para acompañar comidas.

### Estrategia de posicionamiento

El producto se posicionará en el mercado ya que el mismo tiene diferentes beneficios que incentivarán al consumidor del Cantón Daule, a preferir nuestro producto entre los cuales podemos nombrar los siguientes:

- **Salud:** Los doctores recomiendan tomarse entre 3 y 6 vasos de sake a la semana resulta muy beneficioso para tonificar el organismo y prevenir una serie de problemas relacionados especialmente con el sistema inmunológico y las funciones cerebrales

Además, constituye un buen tónico para prevenir distintos tipos de cáncer, beneficiar al hígado, reducir el riesgo de arterosclerosis y osteoporosis, regular el colesterol malo, estimular la circulación sanguínea, y reducir los efectos del envejecimiento. (Dvoskin, 2004)

- **Calidad:** Productor 100% natural sin usar químicos.
- **Variedad:** Se encuentra en diferentes tamaños y para el alcance del consumidor.

#### **4.4.3 Promoción**

Las estrategias promocionales son utilizadas con la finalidad de conseguir que los consumidores adquieran el producto, dichas promociones deben ser usadas en conjunto con las publicidades con el fin que el producto llegue al consumidor. El mercado de elaboración de arroz tiene grandes perspectivas de crecimiento, pero poca promoción por esto se establecerá un plan donde se dé a conocer el concepto de la elaboración de vino de arroz, sus precios etc.

#### **4.4.4 Estrategia promocional**

La promoción del vino de arroz Israel incluirá actividades de Publicidad. El objetivo de la publicidad será posicionar el vino de arroz Israel en la mente de los consumidores, siendo intensiva los primeros años de vida del vino de arroz.

Las cuatro principales herramientas promocionales son las que se describen a continuación:

**Publicidad:** Con el fin de llegar a los consumidores en los lugares que frecuentemente visitan, la primera estrategia en comunicación será dialogar con discotecas, bares y restaurantes para que permitan pautar el producto dentro de estos por medio de pequeños avisos sobre las mesas, propagandas en las pantallas de sus baños y en sus cartas, en donde se muestren imágenes del vino de arroz Israel que incentiven a su consumo. En segundo lugar, se busca pautar en algunas revistas que consideramos acostumbran a leer nuestros consumidores como son, Generación 21, Vistazo, Hogar, entre otras, de forma que nuestros clientes se vayan familiarizando con el producto y posiblemente lo recuerden al momento de realizar una compra de este estilo. Se espera llegar al consumidor participando en eventos sociales realizados en el Cantón Daule y en la provincia del Guayas, como ferias gastronómicas, Oktoberfest (celebrado en algunos establecimientos) y ciertos conciertos, lugares donde contaremos con nuestro propio puesto de venta. (García M., 2008)

- **Promoción de ventas:** incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio, su fin es incentivar la demanda por medio de descuentos, cupones, demostraciones, exhibiciones del producto, entre otros.
- **Relaciones públicas:** desarrollo de relaciones efectivas con los diversos públicos de una compañía, con el objetivo de mantener la demanda, por medio de la creación de una buena imagen corporativa.

- **Ventas personales:** presentación personal del producto, por medio de la fuerza de venta, con el propósito de satisfacer la demanda y desarrollar mejores relaciones con los clientes. Esto se puede llevar a cabo por medio de presentaciones de productos, ferias comerciales, entre otras.

El mix de promoción debe estar guiado por el volumen a comercializar y el tipo de cliente meta, y a la vez comprende una importante parte creativa del marketing. Por ello para poder elaborar un buen plan promocional, se debe tener un gran conocimiento del mercado; así como del producto en su manejo y dominio de las formas originales e impactantes para llamar la atención hasta provocar una actitud de compra o de aceptación positiva por parte del target al cual se encuentra dirigido, buscando en todo momento la difusión y exaltación de los beneficios del producto, idea o servicio a través de los medios adecuados.

Fundamentados en la exposición anterior, determinaremos las políticas de promoción que llevará a cabo la empresa en sus inicios, con el fin de provocar una introducción profunda del producto, tanto en los locales como en los consumidores. Con el correr del tiempo, el conocimiento sobre la aceptación del producto y su imagen, y las rentabilidades obtenidas, se reestructurarán algunas acciones y otras se reforzarán. García (2008)

Consideramos que la creación de la página web, se establecerá como la estrategia central de comunicación. El diseño de este sitio web, estará a cargo de personas especializadas en este medio. En ella se presentará una breve historia de la empresa, su filosofía, métodos de elaboración y recolección basados en la concepción orgánica. Luego el producto; origen, tipo de arroz, envasado, en fin, todo el detalle técnico del producto. También habrá un apartado para comentarios y sugerencias,

íconos con el perfil Facebook del producto, personas contacto y un apartado que contendrá los lugares donde se puede adquirir el producto. La página también servirá para comunicar acerca de las promociones, cursos de cata, degustaciones, ferias y congresos donde la empresa y el producto estarán presentes.

### **Plaza**

La plaza que se pretende cubrir con el vino de arroz es en el Cantón Daule, para lo cual se trabajará con distintas tiendas, bares y comisariatos de la localidad donde se distribuirá el producto, según la encuesta llevada en la localidad dio como resultado que prefiere el producto en estos lugares.

### **Análisis y proyección de oferta**

En economía, la oferta se tiene definido como la cantidad de servicios y bienes de productores los cuales están dispuestos a ofrecer a la comunidad en momento determinado y con el precio dado, este valor se encuentra determinada por factores como el valor del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros

La ley de la oferta se establece en el aumento del precio del bien o el servicio, la demanda de la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; lo que quiere decir es que los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor para ofrecer sus productos en el mercado durante un período, puesto que obtendrán mayores ganancias al hacerlo.

En el Cantón Daule no existe una empresa dedicada a la elaboración vino de arroz, lo cual ayudara a que nuestro producto sea más fácil de conocer y la

competencia sea mínima y de esta manera aumente considerablemente la demanda incrementando los niveles de ventas y el, margen de utilidad.

Según estudios realizados para los próximos años se implementará nuevas empresas con las ventas de este producto las cuales tendrán un crecimiento mínimo del 5%, anual.

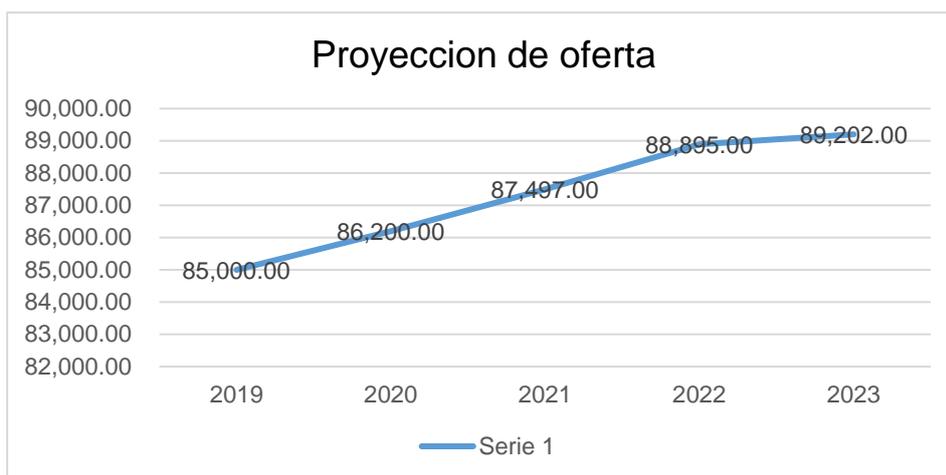
### **Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta actual en el presente proyecto se ha determinado a través de la población y la determinación de las empresas que ofrecen el mismo servicio, cabe señalar que no existen otro tipo de empresas que se dediquen a la misma elaboración del producto lo cual es la mayor ventaja que tenemos al incursionar en este nuevo mercado del vino de arroz. Los datos obtenidos en la investigación a través de la encuesta de los cuales se ha obtenido una recta y de acuerdo a la investigación de campo, la cual arrojó una data de aceptación de servicio.

**Tabla 23**

*Proyección de oferta*

<b>Año</b>	<b>Número de habitantes</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Proyección</b>
<b>2019</b>	85,000.00	5%	<b>4,250.00</b>
<b>2020</b>	86,200.00	5%	<b>4,310.00</b>
<b>2021</b>	87,497.00	5%	<b>4,375.00</b>
<b>2022</b>	88,895.00	5%	<b>4,445.00</b>
<b>2023</b>	89,202.00	5%	<b>4,460.00</b>



*Figura 17.* Proyección de oferta

#### 4.4.5 Demanda

“El mercado ecuatoriano de vinos se caracteriza por ser un mercado de precios, donde la predilección por la calidad tiene su demanda marginal pero no deja de ser importante, de hecho, a Ecuador se lo ha catalogado por ser uno de los países de mejor crecimiento de consumo de calidad dentro de Sudamérica. La estrategia que ha dado resultado para la introducción de vinos a Ecuador ha sido vía calidad/precio; es decir; precios competitivos (bajos), con calidad media y un fuerte respaldo de marketing de la empresa que lo importe y distribuye o de la fabricante.

En el mercado de bebidas alcohólicas, del vino es el producto más solicitado por los consumidores ecuatorianos después de la cerveza y el whisky, esencialmente del sector de la clase media.

#### Análisis de la proyección de la demanda

Según la encuesta realizada a la población del Cantón Daule, direccionada al consumidor de licores en don de la población es de 85.000 y donde se aplicó la

fórmula para determinar una muestra de 269, que fue la cantidad de personas encuestadas.

Mediante la aplicación de la fórmula y la proyección para el periodo 2019, la cual fue aplicada a los habitantes de las zonas urbana y la misma que según proyecciones (datos proyectados al 2019 INEC) para el 2023 ser de 89,200 los cuales tendrá una aceptación del 100% de aceptación en el mercado el vino de

### **Población**

La población en la Parroquia Juan Bautista Aguirre, según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Juan Bautista Aguirre e el 2019, hay 2.825 hombres y 2.677 mujeres lo cual da un total de 5.502 habitantes.

**Tabla 24**  
*Distribución de la población por edades*

#### **GRUPO POR EDADES**

<b>Edades</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentajes</b>
Menor de 1 año	102	1.85%
De 1 a 4 años	465	8.45%
De 5 a 9 años	585	10.63%
De 10 a 14 años	569	10.84%
De 15 a 19 años	460	8.36%
De 20 a 24 años	407	7.40%
De 25 a 29 años	384	6.98%
De 30 a 34 años	405	7.36%
De 35 a 39 años	408	7.42%
De 40 a 44 años	355	6.45%
De 45 a 59 años	290	5.27%
De 50 a 54 años	245	4.45%
De 55 a 59 años	209	3.80%
De 60 a 64 años	181	3.29%
De 65 a 69 años	159	2.89%
De 70 a 74 años	114	2.07%
De 75 a 79 años	73	1.33%
De 80 a 84 años	55	1.00%
De 85 a 89 años	22	0.40%
De 90 a 94 años	9	0.16%
De 95 a 99 años	3	0.05%
De 100 años y mas	2	0.04%
<b>TOTAL</b>	<b>5.502</b>	<b>100%</b>

### **Actividad económica de la zona**

Según informe entregado por el Gobierno Autónomo Descentralizado llevado a cabo en el 2016, se determinó que el 77,80% de la población se dedica a la agricultura de los cuales el mayor porcentaje es a la siembra de arroz, mientras que 1,90% a actividades de manufactura, el 18,65% al comercio minorista

### **Equipamiento de la zona**

La parroquia Juan Bautista Aguirre (Daule), tiene carreteras en muy buen estado lo que, cuenta con alto nivel en servicios básicos y la alcaldía está llevando a cabo obras que están colaborando a que sea un buen lugar para la implementación de un proyecto de esta magnitud.

### **Localización y tamaño**

Según lo planteado en el desarrollo de este proyecto, inicialmente la empresa solo comercializará en el Cantón Daule parroquia Juan Bautista, adicional a esto, es claro que sus principales proveedores se encuentran en la provincia del Guayas. Una vez establecida la macro localización, se determinaron los siguientes factores críticos para definición de la micro localización del proyecto en el departamento: (2019)

### **Disponibilidad de servicios públicos**

Este es considerado uno de los factores más importantes para el desarrollo de la actividad, de no contarse con recursos como agua o energía, el proceso de producción no se podría llevar a cabo, ya que, por ejemplo, es necesario energía para la puesta en marcha de la maquinaria y el equipo. Adicionalmente la empresa

requiere de otros servicios como saneamiento, telefonía e internet para el bienestar y operación de los trabajadores.

### **Medios de transporte**

Contar con medios de transporte por los cuales el personal pueda llegar de forma fácil y economía al lugar de trabajo, es una característica que demos tener en cuenta, es por ello que se considera entre los factores determinantes en la localización la cercanía a paradas de buses o el metro.

### **Cercanía a los principales centros de consumo**

El estar cerca de los clientes y consumidores, es considerado como un factor definitivo de la micro localización, pues de ser así la distribución de Vino de Arroz Israel se podría realizar de forma más rápida y económica, beneficiando tanto a los minoristas como a la empresa

### **Estímulos fiscales**

Se debe tener en cuenta el posible uso de zonas francas para la realización del proyecto, debido al alto gravamen al que están sometidos los licores, vinos aperitivos y similares. Por otra parte, es conveniente buscar una zona donde el impuesto de industria y comercio sea bajo.

### **Costo del arrendamiento**

Puesto que es una empresa que recién comienza, el capital financiero del que disponemos es limitado, por lo que debemos tener en cuenta que el espacio donde nos ubiquemos debe ser bueno, pero a su vez no muy costo, puesto que seguramente la empresa no podrá cubrir este gasto. (Flores, Triviño, & Delgado , 2018)

### **Tamaño de la edificación**

Es importante contar con un espacio donde se pueda ubicar adecuadamente la maquinaria necesaria para la producción del vino de arroz Israel, como los tanques de almacenamiento, la prensa y la troceadora. Los operarios y el personal administrativo también deben disponer de un espacio lo suficientemente amplio para el desarrollo de las actividades.

### **4.3 Estudio técnico**

El objetivo del estudio técnico es establecer la función de fabricación óptima para el manejo eficiente y eficaz de los recursos disponible para la elaboración del Vino de Arroz Israel. Por tal motivo, para la realización del proyecto es necesario verificar la posibilidad técnica para llevar a cabo la elaboración del vino, así como también se tiene que analizar y fijar el volumen, los dispositivos, las infraestructuras y la organización óptima solicitados para realizar dicha elaboración de Vino de Arroz Israel.

Lo esencial del estudio se deriva la posibilidad de llevar a cabo una valorización financiera de las variables técnicas del proyecto, que permitan una valoración exacta o cercana de los recursos necesarios para el proyecto; además de suministrar la información del estudio económico-financiero.

Cualquier estudio técnico tiene como principal objetivo el expresar la viabilidad técnica del proyecto que demuestre la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

## Localización

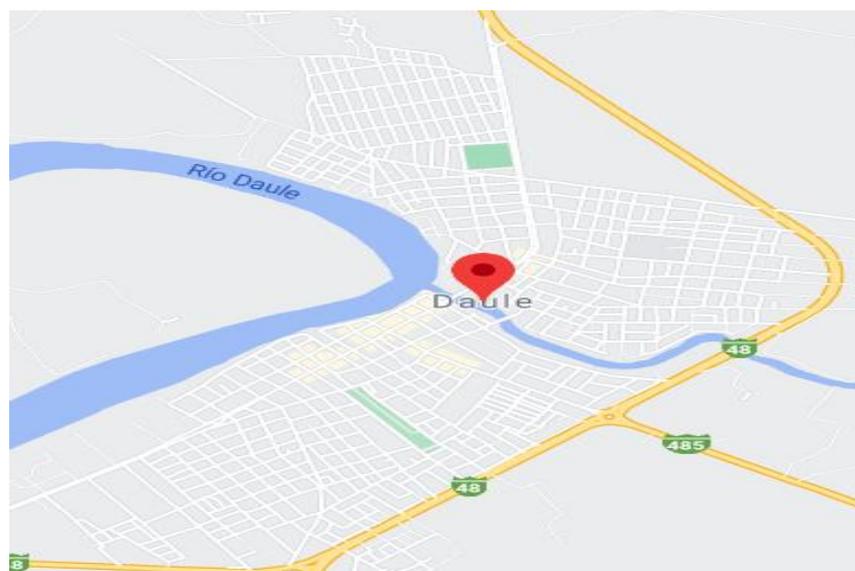
Si bien es cierto la localización óptima de un proyecto favorece a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital y obtener el costo unitario mínimo. El estudio de la localización debe complementar los asuntos relacionados con la expansión, diversificación y descentralización del dinero. Por estas razones es fundamental determinar correctamente el lugar donde se instalará la empresa.

La instalación de la empresa debe conservar el mejor acceso a servicios básicos, el bienestar de esta, su producción y la calidad del producto. Para determinar el lugar de localización de la empresa es importante tomar en cuenta aspectos como:

- La distribución del producto es local en tiendas, licorerías y supermercados
- Una instalación adecuada ya existente

## Macro localización

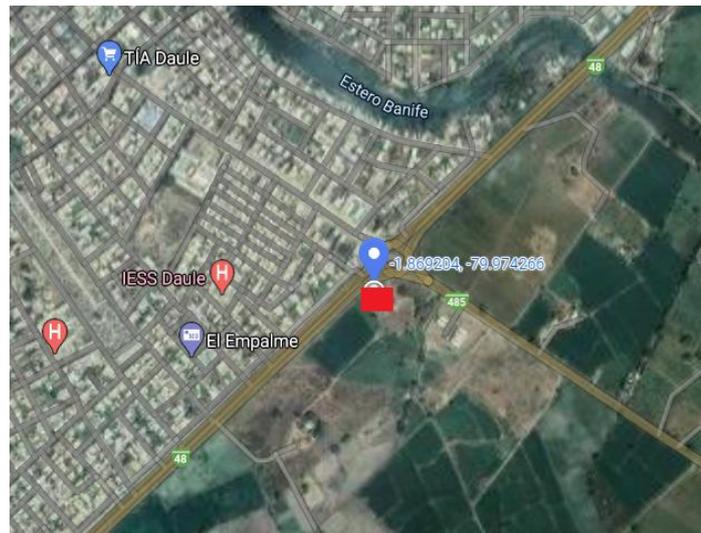
La empresa Vino de Arroz Israel se encuentra ubicada en el Cantón Daule de la provincia del Guayas-



*Figura 18.* Macro localización

## Micro localización

Vino de Arroz Israel, para la atención al cliente se encuentra ubicada físicamente el barrio Las Maravillas, de la parroquia Daule, Cantón Daule provincias Guayas-Ecuador.



*Figura 19.* Micro localización

### 4.3.1 Dimensión y característica

Este proyecto se ha considerado la opción de alquilar un local comercial ubicado específicamente en el cantón Daule en la Parroquia Juan bautista Aguirre.

Cabe destacar que los equipos y herramientas utilizadas por la microempresa son de tamaño pequeño, fácil utilización, esto debido a que el proceso es realizado de manera artesanal. Puede realizarse aumento de producción sin realizar una ampliación inmediata de la planta procesadora. La planta en donde se realiza el proceso de elaboración de vino cubre un área total de 11 metros por 19 metros tomando en cuenta el grosor de las paredes, divididas de la manera descrita a continuación;

**Recepción:** Esta área está destinada para el ingreso a la empresa, donde encontrarán a una señorita recepcionista que la dirigirá a la visita, está compuesta por unos sillones de espera más un mostrador para la recepcionista en un área de 3 mts por 6 ½ mts.

**Departamento de ventas:** Está compuesta por módulos para los vendedores los cuales se encargarán de incrementar los ingresos a la compañía, este departamento está situada en un área de 3 mts por 2 mts.

**Sala de juntas:** Esta área está destinada para llevar a cabo reuniones con los trabajadores de parte de la gerencia o para reuniones del directorio en un área de 3 mts por 2 ½ mts, en ella se encuentra una mesa con 8 sillas personales.

**Oficina de gerencia:** Es la oficina de gerente de la compañía en un área de 3mts. Por 3mts, donde se encuentra un escritorio con dos sillas.

**Departamento de marketing:** Funcionara en una oficina de 3mts por 3mts con un escritorio y 2 sillas, ahí trabajara la persona encargada del marketing de la empresa.

**Gerencia de producción:** En esta oficina se encontrará el jefe de producción en un área de 3mts por 3mts equipada con un escritorio y dos sillas.

**Departamento de contabilidad:** Esta dimensionada en una oficina de 3mts por 3 mts, y será usada por el contador equipada con un escritorio y dos sillas.

**Planta:** El departamento de producción se encuentra en un área de 7 mts x 11mts, es donde se llevará a cabo la fabricación del vino de arroz sake.

**Comedor:** es el área para que el personal de la empresa ingiera sus alimentos en un área de 3mts por 3 mts, se encontrara dos mesas pequeñas con sus respectivas sillas y una pequeña cocina.

**Bodega:** Esta funciona en un área de 5 ½ mts por 4 mts ahí se encontrará el producto terminado como los materiales para la fabricación del vino de arroz.

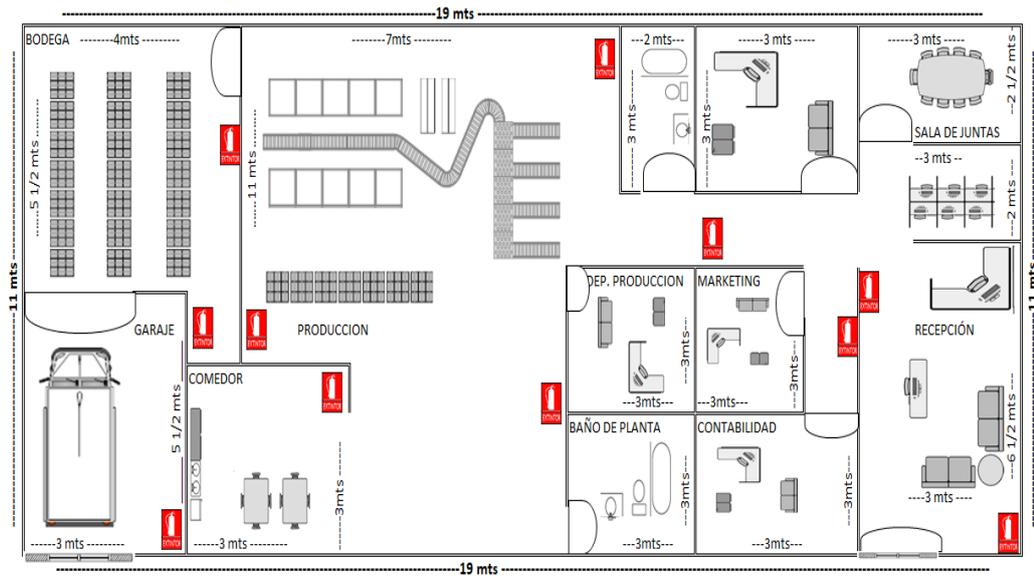
**Garaje:** Esta área es para guardar el camión de la empresa en una dimensión de 5 ½ mts por 3 mts, de usos exclusivo para guardar el camión.

**Recepción de materia prima:** Es aquí donde inicia el proceso de elaboración, hay una puerta que vincula esta área con el exterior, haciendo más fácil el transporte de la materia prima.

**Estrujado, separación y reposo:** En esta área de 4 por 4 metros se encuentran tinajas para estrujado y prensas.

**Fermentación y trasiegos:** Luego de la etapa de reposo y prensado se traslada el líquido en recipientes de plástico hasta los barriles de fermentación.

**Embotellado y almacenamiento:** Luego del proceso de fermentación el cual dura aproximadamente 3 meses hasta que el vino es trasladado a recipientes plásticos para iniciar el proceso de encube y descube necesarios para eliminar sedimentación, siendo después de este trasladados al área de embotellado y almacenamiento. Esta área cuenta con una puerta para hacer más directo el transporte del producto terminado hacia el medio que los conduce a los puntos de venta. La planta procesadora distribuye sus áreas de la siguiente forma;



*Figura 20.* Dimensiones de los departamentos

### 4.3.2 Localización del proyecto

La fábrica de vino de arroz “Israel” estará ubicada en la intersección de la Av. Daule con la Av. Narcisca de Jesús esquina a lado de las viviendas fiscales en el con redondel, en una planta de producción del Sr. Jimmy Mosquera el cual tiene una dimensión de 19 mts. De frente y de fondo 11 mts. La cual será alquilada para la producción de vino de arroz.

La localización de la empresa va a ser visible ya que esta al pie de la carretera lo cual ayudara a que los clientes puedan llegar sin ningún problema en una de las avenidas más transitadas del cantón lo mismo que ayudara a la salida del producto terminado como para cuando se tenga que comprar la materia prima, a 1 km se encuentra las piladoras que serán los proveedores principales del vino de arroz. (Ilustre Municipalidad del Cantón Daule, 2019)

### Factores para la localización

Entre los factores considerados para la selección de esta ubicación se destacan los siguientes:

- **Servicios básicos:** El sector cuenta con acceso a servicio de agua potable, gracias a la planta potabilizadora de agua implementada a partir del mes de marzo del año 2018; sin embargo, carece de servicio de alcantarillado. Por otra parte, en el sector se cuenta con la cobertura de servicios de Internet y telefonía.
- **Disponibilidad de acceso:** El establecimiento se encontrará ubicado en la Av. Daule con intersección de la Av. Narcisa de Jesús, ambas se encuentran asfaltadas por lo que son de fácil acceso en ambos sentidos.
- **Seguridad:** En el sector se realizan rondas policiales permanentes por parte del personal de la UPC de la parroquia.

#### 4.3.3 Tecnología del proyecto productivo

Para la producción del vino de arroz la maquinaria que se utilizara es económica ya que se encuentra fácilmente en el mercado nacional donde predominan los siguientes:

**Tabla 25**  
*Tecnología para la producción*

<b>Descripción</b>
Alambiques ((100 litros)
Bascula Plataforma
Botas de trabajo
Cernidores
Cilindro de gas
Embudo (plast. 50 mm)
Extintores
Jarra graduada 500 ML
Kit de incendio convencional
Mesa de trabajo
Quemador de gas
Recipiente de fermentación (30 litros)
Tanque de 500 litros
Tinas industriales
Uniformes
Vitrinas

## Sistema de video vigilancia

Es una tecnología visual diseñada para supervisar una diversidad de ambientes y actividades en la empresa Vino de Arroz Israel



*Figura 21.* Sistema de vigilancia

Estos sistemas incluyen visión nocturna, operaciones asistidas por ordenador, monitoreo remoto, capacidad de almacenamiento, detección de movimiento y generación de alarmas.

## Sistema contra incendios

La empresa vino de arroz Israel contara con los sistemas y equipos que proveemos e implementamos son de detección temprana, altamente confiables y fiables para evitar falsas alarmas, lo cual garantiza su efectividad ante un posible conato de incendio.



*Figura 22.* Sistema contra incendios

Las nuevas tecnologías proporcionan mayores niveles de protección y los sistemas de detección contra incendios se adaptan mejor a cada una de las necesidades particulares de nuestros clientes.

### **Control de accesos y asistencia**

Sistemas que ayudan con las necesidades de control de personal, asistencia y acceso de empleados mediante software y relojes biométricos de calidad para empresas e instrucciones.



*Figura 23.* Control de asistencia

Nuestros sistemas cuentan con reconocimiento facial y de huella, tecnologías que garantizan seguridad y rápida identificación del personal que tiene acceso a las instalaciones de la empresa.

#### **4.3.4 Ingeniería del proyecto**

En la empresa vino de arroz Israel dirigido por el gerente propietario que llevará a cargo varios procesos, para efecto de este proyecto se incluirá el proceso que realiza la empresa.

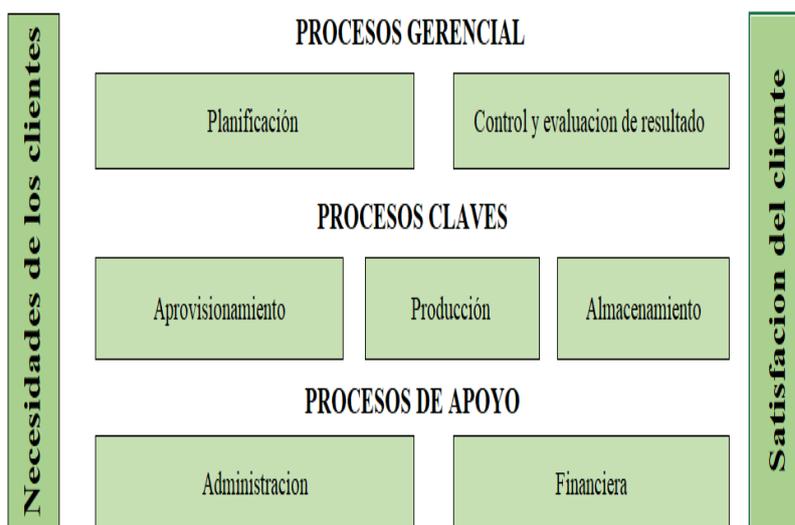


Figura 24. Ingeniería en proyectos

Tabla 26

Procedimiento de producción



## PROCEDIMIENTOS DE PRODUCCIÓN

CÓDIGO: 0001

NÚMERO DE REVISIÓN 1 – FEBRERO – TOTAL DE PAGINAS: 2

### INDICES:

1. PROPOSITO
2. ALCANCE
3. POLITICAS DE OPERACIONES
4. DIAGRAMA DE PROCEDIMIENTOS

### CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN DE CAMBIOS:

REVISIÓN 1- FEBRERO (2020)

**PREPARADO:**

FIRMA:

FECHA:

**REVISADO POR:**

FIRMA:

FECHA:

**APROBADO POR:**

FIRMA:

FECHA:

**Tabla 26**  
*Procedimiento de producción*

### 1. Propósito:

Definir el procedimiento de producción del vino de arroz (sake, detallamos políticas de procesos que garanticen la calidad del producto final).

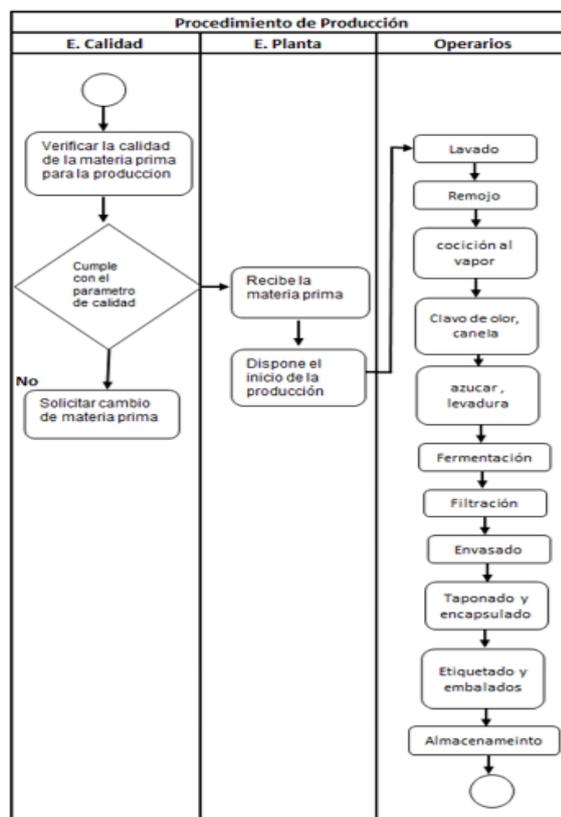
### 2. Alcance:

Este procedimiento es aplicable en los departamentos de producción, por lo tanto, se presenta como responsable al encargado de producción y a los operarios de la empresa

### 3. Políticas de operación

- 3.1. Es responsabilidad del encargado de la calidad de verificar de los insumos a utilizar en el proceso de producción.
- 3.2. El encargado de planta deberá realizar un registro de inventario de insumos y de productos.
- 3.3. Es responsabilidad de los operarios seguir las directrices planteadas en el presente proceso.

### 4. Diagrama de procedimientos



*Figura 25.* Procedimiento

## Elaboración

Para la producción de vino de arroz, se sometió a temperatura alta, el arroz con agua, clavos y canela. Una vez alcanzado el punto de cocción del arroz, se retiró la mezcla inicial del calor. A continuación, se debía integrar la pasta de arroz con el azúcar blanco. Para conseguir una mezcla homogénea, se licúa el arroz con el azúcar, agregando agua adicional hasta conseguir la concentración de azúcar deseada (17%). Posteriormente se somete la mezcla a un proceso de pasteurización, calentando hasta 80 °C, manteniendo esta temperatura por cinco minutos y luego enfriando hasta 37 °C. Finalmente, se activó la levadura con 200 ml de mezcla por 10 minutos y se agregó luego a la mezcla (se manejó una proporción de 0,4 gr levadura/L mezcla). Se dejó fermentar durante siete días, a temperatura ambiente, en un recipiente sellado con una membrana permeable a oxígeno.

**Tabla 27**  
*Ingredientes para la producción*

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>
Arroz	500	Gr
Agua	6800	MI
Azúcar	1500	Gr
Astillas de canela	3	Unidad grande
Clavos de olor	8	Unidades
Levadura	900	MI

Después de una semana, se agregó la misma proporción de levadura con 900 ml de agua con el fin de diluir la concentración de azúcar en el masato. Control Para el control de la fermentación se mide los grados °Brix diariamente.

## Ilustración

- a) Cocción del arroz;
- b) Homogenización y mezcla con azúcar;
- c) Mezcla final;
- d) En fermentación



*Figura 26.* Preparación

## Fermentación.

El volumen obtenido del arroz fue de 9,17L y una vez acondicionada la solución, se inóculo la levadura *Saccharomyces cerevisiae* a la concentración de 2-5g/L. Preparación del inóculo: Se hierve agua y se enfría a 32°C, se agregó la levadura para que se active por un período de 10 minutos, luego se agrega la levadura activada a la solución a fermentar.

## Filtrado.

El vino de arroz se pasa por un filtro prensa (0,8  $\mu\text{m}$ ) de malla fina para darle brillantez y eliminar microorganismos. (Rendimiento 97-99%)

## Envasado.

El envasado se realiza en botellas de 0,750 L. (Rendimiento es de 97-99%).

## Taponado y encapsulado.

Se utiliza tapones de corcho, tapones sintéticos, etc. (Rendimiento 99.5%)

### **Etiquetado y embalado.**

Una vez enfriado los envases, son etiquetados y embalados en paquete de 6 y 12 unidades, enviando luego el producto a almacén para su posterior distribución en el mercado. (Rendimiento 99%).

### **4.3.5 Maquinarias y equipos**

Se describen las maquinarias y equipos que se utilizarán durante los procesos de elaboración del Vino de arroz Israel, cabe destacar que se realizaron cotizaciones por tres proveedores diferentes a fin de seleccionar el proveedor que proporcione la mejor oferta para la empresa. A continuación, se presenta la lista de activos requeridos:

**Tabla 28**  
*Cotización de maquinarias*

<b>Descripción</b>	<b>Descripción</b>	<b>Proveedor 1</b>	<b>Proveedor 2</b>	<b>Proveedor 3</b>
Cernidores	Está diseñada para eliminar todas las impurezas y la contaminación de su producto.	\$2,200	\$2,800	\$3,000
Embudo (plast. 50 mm)	Es utilizado para realizar filtraciones	\$ 2.20	\$3.30	\$5.00
Recipiente de fermentación (30 litros)	Este recipiente universal sirve para la fermentación y de frutas u otros, y también para guardarlos.	\$32.50	\$35.90	\$34.80
Mesa de trabajo	Mesa central de trabajo en acero inoxidable. -Medidas 1200x600x850mm.-	\$ 250.00	\$290.00	\$320.00
Receptor para alcoholímetros	Que recoge el destilado facilitando la lectura del porcentaje del alcohol durante el proceso de la destilación.	\$113.00	\$120.00	\$150.00
Jarra graduada 500 ML	Las jarras son de capacidades grandes, fabricadas en plástico y con graduación exacta, gravada en el plástico para tal de conocer con precisión el volumen de líquido que albergan	\$26.00	\$30.00	\$35.00
Bascula Plataforma	Se encuentran la báscula en el suelo y así las empresas la utilizan para pesar mercancías.	\$150.00	\$190.00	\$210.00

**Tabla 28**  
*Cotización de maquinarias*

Alambiques (100 litros)	se utiliza para la evaporación y posterior condensación de los alcoholes de diferentes mezclas	\$800.00	\$1,000.00	\$1,120.00
Quemador de gas	Quemador de 25 cm de diámetro más robusto, para hervir ollas de hasta 50 litros.	\$82.00	\$90.00	\$110.00
Cilindro de gas	Peso: 15 kg Diámetro: 32 cm	\$200.00	\$220.00	\$260.00
Botas de trabajo	Botas de gomas PVC caña larga con puntera de hierro tallas de existentes de la 38 hasta la 45	\$12.00	\$20.00	\$25.00
Uniformes	Un overol de trabajo manga larga para el área de producción	\$30.00	\$35.00	\$40.00
Extintores	En cada área se pondrá un extintor CO2 ya que su agente extintor actúa en la superficie del fuego y esta es la característica principal de los fuegos de líquidos.	\$47.00	\$50.00	53.00
Kit de incendio convencional	Panel 4 zonas FX4 - Detector de humo SF1194H12 - Batería de 7a PL4.512 - Sirena estroboscópica - Estación Manual simple	\$110.00	\$115.00	\$125.00
Vitrinas	Vitrinas Refrigeradas de 2.5 metros	\$200.00	\$250.00	\$190.00
Tinas industriales	Son recipientes para almacenamiento de líquidos	\$235.00	\$250.00	\$300.00
Tanque de 500 litros	El tanque tipo vaso de 500 litros de Rotoplas cuenta con una tapa Crick de cierre perfecto, evitando la contaminación del agua en su interior	\$300.00	\$400.00	\$375.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$4,789.70</b>	<b>\$5,899.2</b>	<b>\$6,352.8</b>

En este caso se seleccionó al proveedor 1, considerando que proporcione una mejora oferta y en cuantas las máquinas y equipos que serán para desarrollar las actividades de elaboración del producto de la empresa Israel S.A., cabe destacar que la adquisición de dichos activos asciende a un monto total de \$4.789,7

## Análisis de costos

En la tabla de costos de las estrategias de marketing se toma en consideración los costos y valores de cada recurso para posicionar y dar a conocer los productos de vino de arroz, estos son los siguientes:

**Tabla 29**  
*Detalle de gastos de publicidad*

Detalle de gastos de publicidad	Cantidad	Valor	Valor	Valor
		unitario	mensual	anual
Valla publicitaria	1	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
Volantes publicitarios	500	\$0.05	\$25.00	\$300.00
Carteles publicitarios en tiendas	5	\$2.00	\$10.00	\$120.00
Envases para degustación	500	\$0.05	\$25.00	\$300.00
Diseños de publicidad	1	\$25.00	\$25.00	\$300.00
Camisetas	50	\$5.00	\$250.00	\$3,000.00
<b>Total</b>			<b>\$535.00</b>	<b>\$6,420.00</b>

Detalle	Cantidad
Valla publicitaria	
Volantes publicitarios	

**Figura 27.** Diseños de marketing

Carteles publicitarias en tiendas



Envases para degustación



Diseños de publicidad



Camisetas



**Figura 27.** Diseños de marketing

## Proyección de ventas

Se espera que la venta de vino de arroz Israel tenga un incremento del 15% anual, puesto que estas estrategias estarán dirigidas al posicionamiento del vino de arroz Israel, lo que tendrá como consecuencia a medio plazo el aumento en las ventas.

**Tabla 30**

*Proyección de ventas*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$144,000.00	\$168,912.00	\$198,133.78	\$232,410.92	\$272,618.01
<b>Total</b>	<b>\$144,000.00</b>	<b>\$168,912.00</b>	<b>\$198,133.78</b>	<b>\$232,410.92</b>	<b>\$272,618.01</b>

#### **4.4 Estudio administrativo**

En el siguiente se desarrolla la planificación administrativa de la empresa de la elaboración de Vino de Arroz (sake), a través se detallan los aspectos principales tales como la misión de la empresa que se establecerá el direccionamiento que seguirá la empresa una vez que se haya implementado en el mercado, así mismo detalla la razón del negocio, lo cual sea un aspecto importante para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. por otra parte, se incluye también la visión de la empresa, mediante la cual se definirá lo que se desea alcanzar a futuro, es decir se puntualiza a dónde quiere ir la empresa y los objetivos que se quiere alcanzar.

(Fernández S. , 2007)

Se incluyen una descripción de los valores institucionales, los cuales deberán ser puestos al conocimiento de todo el personal de la empresa Vino de Arroz (sake), puestos que a partir de su cumplimiento se busca garantizar la satisfacción de los clientes; es de importancia destacar que estos principios deben incorporarse inevitablemente en el trabajo de cada persona en la empresa. Posteriormente, se incluirán las políticas de clientes, de los colaboradores y de los proveedores, a través de las cuales será posible establecer directrices internas para garantizar el buen funcionamiento del negocio.

#### **FODA**

En la matriz Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) están enfocadas en el corto y largo plazo con el objetivo de introducir, desarrollar y expandir la participación del vino de arroz (sake) en el mercado local. Estas estrategias buscan aprovechar la oportunidad de abastecer el mercado a través de la producción nacional cumpliendo altos estándares de calidad añadiendo valor

agregado a los productos, para lo cual se utilizará la promoción del producto en campañas de publicidad y de esta manera generar posicionamiento del mercado.

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto natural sin químicos.</li> <li>• Materia prima suficiente para la producción.</li> <li>• Materia prima a precio económico.</li> <li>• No existen desperdicios a la hora de elaborar el producto.</li> <li>• Producto innovador y sin competencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura por parte del gobierno y empresa privada en el otorgamiento de créditos a emprendedores.</li> <li>• Disponibilidad y fácil acceso a varias herramientas tecnológicas para desarrollar el plan de marketing.</li> <li>• No existe este producto en el mercado.</li> <li>• Alto consumo de licor por parte de la población.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La demora para obtener los permisos de funcionamiento y elaboración.</li> <li>• Producto no conocido en el mercado.</li> <li>• No existe en el país maquinaria para elaborar el producto a gran escala</li> <li>• Escasa disponibilidad de personal capacitado para la elaboración del vino de arroz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas por la coyuntura política y sanitaria en el país.</li> <li>• El contrabando de licores.</li> <li>• Varios tipos de vinos en el mercado.</li> <li>• Diferentes tipos de control en el área de licores.</li> <li>• Nuevas leyes aumentando impuestos a los licores.</li> </ul>

*Figura 28.* FODA empresarial

**Misión**

Es brindar a nuestros clientes satisfacción y fidelidad, a través de la elaboración del vino de arroz Israel de la excelente calidad.

**Visión:**

Es llevar a la empresa ser líder del mercado de los vinos, manteniendo buenos precios, servicios teniendo una mejora constante en la calidad de nuestros productos.

**Valores institucionales:**

**Excelencia en el servicio** la empresa de vino de Arroz Israel, las expectativas de nuestros clientes internos y externos, encontrando satisfacción y significado en el trabajo, así como desarrollar las capacidades de producir resultados que generan el mayor valor posible para la empresa.

**Honradez, Integridad y ética:** Respeto y cumplimiento de todas las leyes y regulaciones vigentes, así como de las normatividades internas de la empresa de vino de Arroz Israel.

**Liderazgo y trabajo en equipo:** Somos personas comprometidas en dar ejemplo, influyendo positivamente en el trabajo de los demás, generando un trabajo de equipo que produce resultados exitosos.

**Responsabilidad:** Cumplimiento de las funciones, dentro de la autoridad asignada. Nos comprometemos con la sociedad, el servicio a los demás. Asumimos y reconocemos las consecuencias de nuestras acciones.

**Respeto:** Tratar a nuestros semejantes con honestidad, igualdad y sensibilidad. Apreciar el valor de la diversidad de opinión.

**Lealtad:** Confianza, fidelidad y unidad en todos los aspectos del negocio.

## Políticas

**Tabla 31**

*Manual de políticas de la empresa*

# Manual de políticas de la empresa vino de

## Arroz Israel



### Políticas a los clientes:

1. Vinos de Arroz Israel establecerá un horario de atención de lunes a viernes de 10:00 am a 19:00 pm, durante los cuales los clientes podrán acudir al establecimiento para realizar sus compras.
2. Los pedidos podrán gestionarse de manera personal en el establecimiento o a través de redes sociales o contacto con los agentes de ventas (llamadas telefónicas o mensajes).
3. Los pedidos que se realicen de forma no presencial a través de canales digitales, se aceptarán durante todos los días de la semana y se programarán los envíos de los insumos durante los días laborales.
4. La entrega de pedidos en puntos solicitados por el cliente no podrá extenderse por más de tres días dependiendo la distancia.
5. Los clientes podrán realizar sus pagos en efectivo, transferencia, depósito, crédito directo o con tarjeta de crédito.
6. No se aceptarán pagos con cheques a fecha o cheques cruzados.
7. Los pedidos que se realicen a través de crédito directo deberán ser cancelados en un periodo máximo de 30 días, lo cual dependerá del monto de la compra.
8. En compras realizadas con crédito directo, los clientes deberán firmar un pagaré a la fecha acordada durante la venta.
9. Únicamente se aceptará devoluciones en caso de que los productos no hayan sido abiertos o alterados de cualquier forma, la misma solo podrá realizarse durante los primeros 5 días después de la compra.
10. Las quejas de los clientes solo se aceptarán durante los horarios de atención determinados previamente, y se deberá dar solución a lo requerido en un periodo máximo de 48 horas.

**Tabla 31***Manual de políticas de la empresa***Políticas de colaboradores**

1. Todo el personal de la empresa deberá hacer uso del uniforme proporcionado por la empresa vinos de arroz Israel.
2. Se establecerán contratos a plazo indefinido con un periodo de prueba de tres meses para todos los colaboradores de la empresa.
3. Luego del proceso de selección y contratación, se realizará la respectiva inducción del personal a los cargos de trabajo.
4. El personal de la empresa deberá cumplir con las funciones asignadas a su cargo, las cuales estarán definidas en un manual de funciones que se encontrará a disponibilidad de todos los colaboradores.
5. Todo el personal deberá cumplir con el horario de trabajo de lunes a viernes de 10:00 am a 19:00 pm.
6. El personal de la empresa vinos de arroz Israel contará con un horario de almuerzo de 12:00 pm a 13:00 pm.
7. En caso de surgir alguna calamidad doméstica el personal deberá notificar a su superior para solicitar el permiso respectivo, así como en caso de enfermedad deberá presentar el respectivo certificado médico que lo valide.
8. Se encuentra terminantemente prohibido los comentarios racistas, sexistas u otro tipo de ofensas entre los colaboradores.
9. Se encuentra terminantemente prohíbo altercados verbales o físicos, en caso de ocurrir el personal será separado de la empresa, dependiendo de la gravedad de la situación.
10. Se encuentra terminantemente prohíbo malos tratos hacia los clientes, o la falta de gestión de las solicitudes de los mismos.

**Políticas a los proveedores:**

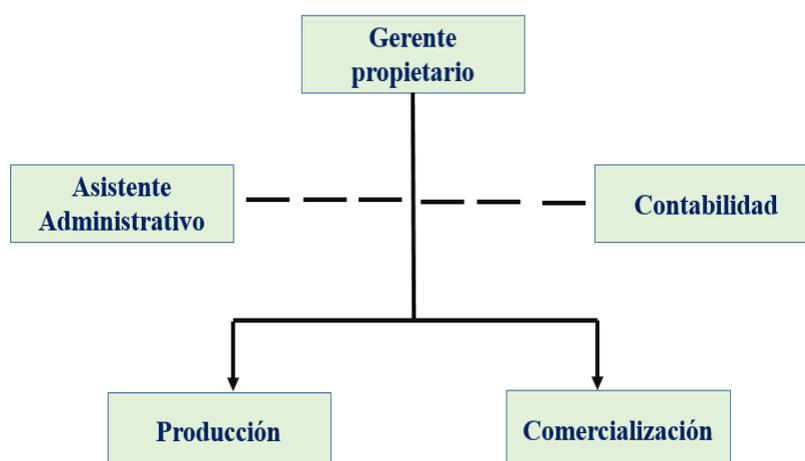
1. Buscar el menor coste total de los suministros, teniendo en cuenta no sólo el precio, sino también el coste de la calidad, de la innovación y del servicio en relación a las prestaciones requeridas para el producto adquirido;
  2. Implicar a los Proveedores el Sistema de Gestión Ambiental para reducir el impacto medioambiental de todas las actividades de trabajo que llevan a cabo en las plantas de producción;
  3. Relacionarse exclusivamente con Proveedores en posesión de las certificaciones del Sistema de Calidad según las normas de Automoción, otorgados por Organismos de Certificación acreditados;
-

**Tabla 31***Manual de políticas de la empresa*

4. Privilegiar en la evaluación de los Proveedores a aquellos que cuentan con un Sistema de Gestión Medioambiental certificado (certificación ISO 14000);
  5. Construir relaciones con los Proveedores basándose siempre en la honestidad y el rigor en ambas partes.
  6. Se tomará en cuenta la calidad del producto el cual tiene que ser revisado en cada compra con la opción de devoluciones.
  7. Se pondrá mucha atención a la hora de recibir la mercadería que este en buen estado y a la fecha de recepción establecida.
  8. Si la mercadería sale defectuosa se puede emitir una nota de crédito aplicable a la próxima compra.
  9. Se tendrá crédito a 30 y 45 días después de recibir la mercadería.
  10. Solo se podrá hacer un anticipo de hasta el 25% del total de la compra
- 

#### 4.4.2. Organigrama

La empresa Vino de arroz Israel se establecerá con un organigrama de tipo vertical este se caracteriza por la técnica en descripción, de los puestos de trabajos con los que cuenta la empresa, así como también se perfecciona la interconexión entre el gerente propietario y el personal administrativos de la empresa. Acuerdo con la estructura presentada en el siguiente organigrama:

**Figura 29.** Organigrama institucional

### 4.4.3 Funciones del talento humano

**Tabla 32**

*Funciones del talento humano*

<b>PUESTOS:</b> Gerente Propietario		
<b>IDENTIFICACION DEL PUESTO:</b>		
<b>Área o departamento:</b> Administrativo		
<b>Persona de la que depende:</b> Ninguna		
<b>Personas de que dependerá de ella:</b> asistente administrativo, contador, operarios, vendedores		
<b>OBLIGACIONES OBJETIVO DEL PUESTO:</b>		
Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de controlar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.		
<b>RESPONSABILIDADES:</b>		
Realizar las actividades de compras, marketing y negociación del producto y gestión del área de talento humano.		
<b>HORARIOS:</b>		
Tiempo completo		
Ubicación: Cantón Daule		
<b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>		
<b>FORMACION NECESARIA:</b> ING. Gestión empresarial	X	X
<b>EXPERIENCIA PREVIA:</b> 2años en el puesto similar		X
<b>Habilidades efectivas de liderazgo:</b> Conocedor del mercado y de los puntos fuertes y débiles del sector		
<b>Aptitudes necesarias:</b> integrador/a dotes de negociación, conocimiento de inglés, capacidad directiva.	X	

**Tabla 33**  
*Asistente administrativa*

---

**PUESTOS: ASISTENTE ADMINISTRATIVA**

---

**IDENTIFICACION DEL PUESTO:**

**Área o departamento:** Administrativo

**Persona de la que depende:** Una

**Personas de que dependerá de ella:** Ninguna

**OBLIGACIONES OBJETIVO DEL PUESTO:**

Tener amplios conocimientos en cuanto al protocolo institucional y empresarial, manejo de maquinarias de oficina, desde calculadora hasta fotocopiadoras, pasando por órdenes personales y los programas informáticos que conllevan.

**FUNCIONES:**

- Recibir documentos,
- Atender llamadas telefónicas,
- Atender visitas,
- Archivar documentos,
- Realizar cálculos elementales,
- Informar todo lo relativo al departamento del que depende,
- Estar pendiente de la trasmisión de expedientes,
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones

**HORARIOS:**

Tiempo completo

Ubicación: Cantón Daule

---

**REQUISITOS INTELECTUALES**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>NIVEL EDUCATIVO</b> Bachiller</li> </ul>	X		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EXPERIENCIA LABORAL</b> Dos años en funciones similares</li> </ul>		X	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>HABILIDAD LABORAL</b> Efectuar cálculos con precisión y rapidez.</li> </ul>			X
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>FORMACIÓN</b> Contabilidad computarizada Receptar y entregar correspondencia que ingresa a la Dirección. Atender y recepta llamadas telefónicas de la Dirección.</li> </ul>	X		X

---

**Tabla 34**  
*Contabilidad*

<b>PUESTOS: CONTABILIDAD</b>	
<b>IDENTIFICACION DEL PUESTO:</b>	
<b>Área o departamento:</b> Contable	
<b>Persona de la que depende:</b> Contador	
<b>Personas de que dependerá de ella:</b> Asistente contable	
<b>OBLIGACIONES OBJETIVO DEL PUESTO:</b>	
Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en una determinada dependencia, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos a la empresa pertinente.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).</li> <li>• Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.</li> <li>• Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.</li> <li>• Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.</li> <li>• Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.</li> <li>• Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros</li> <li>• Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.</li> <li>• Desarrolla sistemas contables necesarios para la Institución.</li> <li>• Elabora comprobantes de los movimientos contables.</li> <li>• Analiza los diversos movimientos de los registros contables.</li> <li>• Corrige los registros contables. - Elabora los asientos contables, de acuerdo al manual de procedimientos de la unidad de registro, en la documentación asignada.</li> <li>• Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad.</li> </ul>	
<b>HORARIOS:</b>	
Tiempo completo	
Ubicación: Cantón Daule	
<b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>	
• <b>NIVEL EDUCATIVO</b> Bachiller	X
• <b>EXPERIENCIA LABORAL</b> Dos años en funciones similares	
• <b>HABILIDAD LABORAL</b> Aplicar métodos y procedimientos contables. Preparar informes técnicos. Analizar la información contable. Tratar en forma cortés al público en general. Realizar cálculos numéricos con precisión y rapidez.	X
• <b>FORMACIÓN</b> Contabilidad computarizada.	X

**Tabla 35**  
*Operarios*

---

**PUESTO: OPERARIOS**

---

**IDENTIFICACION DEL PUESTO:**

**Área o departamento:** Producción

**Persona de la que depende:** GERENTE PROPIETARIO

**Personas de que dependerá de ella:** Ninguna

**OBLIGACIONES OBJETIVO DEL PUESTO:**

Elaboración del vino este en perfectas condiciones, supervisando el cumplimiento con los procesos de elaboración ofreciendo un producto de calidad.

**FUNCIONES:**

- Cocción del arroz;
- Homogenización y mezcla con azúcar;
- Mezcla final;
- En fermentación

**HORARIOS:**

Tiempo completo

Ubicación: Cantón Daule

---

**REQUISITOS PARA EL PUESTO**

**NIVEL EDUCATIVO:** Título Universitario

**EXPERIENCIA LABORAL** Cinco años en

X

funciones similares.

X

**HABILIDAD LABORAL** Conocimiento de Gestión

Empresarial.

X

**FORMACIÓN** Título profesional universitario en

economía, ingeniería, o carreras afines; y/o grado de

X

maestría en las especialidades mencionadas o afines;

o haber tenido experiencia equivalente.

X

---

**Tabla 36**  
*Vendedor*

<b>PUESTO: Vendedor</b>			
<b>IDENTIFICACION DEL PUESTO:</b>			
Área o departamento: COMERCIALIZACION			
Persona de la que depende: Gerente propietario			
Personas de que dependerá de ella: Ninguna			
<b>OBLIGACIONES OBJETIVO DEL PUESTO:</b>			
Coordinar pedido con el cliente t con producción, para su posterior entrega de acuerdo a lo establecido por ambas partes tomando en cuenta la capacidad de producción de la empresa.			
<b>FUNCIONES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar con el cliente la cantidad de producto a producir.</li> <li>• Asegurarse que se cumplan las condiciones acordadas por ambas partes.</li> <li>• Informar del acuerdo con el cliente a gerencia.</li> <li>• Manejar el control de cartera de clientes, que establezcan las normas que exigen</li> </ul>			
<b>HORARIOS:</b>			
Tiempo completo			
Ubicación: Cantón Daule			
<b>REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>			
• <b>NIVEL EDUCATIVO</b> Universitario			
• <b>EXPERIENCIA LABORAL</b> Un año en funciones similares.	X		
• <b>HABILIDAD LABORAL</b> Comunicación con los proveedores.		X	
• <b>FORMACIÓN</b> Técnica de adquisición de materiales. afines; o haber tenido experiencia equivalente.			X
	X		

### **Rol de beneficios**

En el siguiente ejemplo se muestra una estructura de un rol de pago el cual Vino de Arroz Israel empleara para mantener un control e informar a los empleados sobre sus sueldos y egresos por conceptos de aportaciones.

**Tabla 37***Sueldos y salarios mensuales*

<b>SUELDOS Y SALARIOS MENSUALES</b>									
<b>Cargo</b>	<b>Cant.</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Decimo 13ro</b>	<b>Decimo 14to</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Fondo Reserva</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Sueldos y Beneficios</b>	<b>Gastos Mensuales</b>
Gerente	1	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 97.20	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 1,097.20	\$ 1,097.20
Contador	1	\$ 300.00	\$ 25.00	\$ 33.33	\$ 36.45	\$ 25.00	\$ 12.50	\$ 432.28	\$ 432.28
Secretaria/Servicio al cliente	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 33.33	\$ 54.68	\$ 37.50	\$ 18.75	\$ 631.76	\$ 631.76
Vendedor/Despachador	2	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 565.27	\$ 1,130.53
Jefe de Producción	1	\$ 700.00	\$ 58.33	\$ 33.33	\$ 85.05	\$ 58.33	\$ 29.17	\$ 964.22	\$ 964.22
Obrero	4	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 20.83	\$ 698.25	\$ 2,793.00
<b>GASTO SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>10</b>	<b>\$ 3,150.00</b>	<b>\$ 262.50</b>	<b>\$ 200.00</b>	<b>\$ 382.73</b>	<b>\$ 262.50</b>	<b>\$ 110.42</b>	<b>\$ 4,388.98</b>	<b>\$ 7,048.99</b>

El personal de la compañía será de seis trabajadores los cuales son el gerente, un contador a medio tiempo, una secretaria la cual también será la persona encargada de atención al cliente, se contará con un vendedor que será la encargada de despachar la mercadería, un jefe de producción y un obrero que es la persona que elaborara el producto.

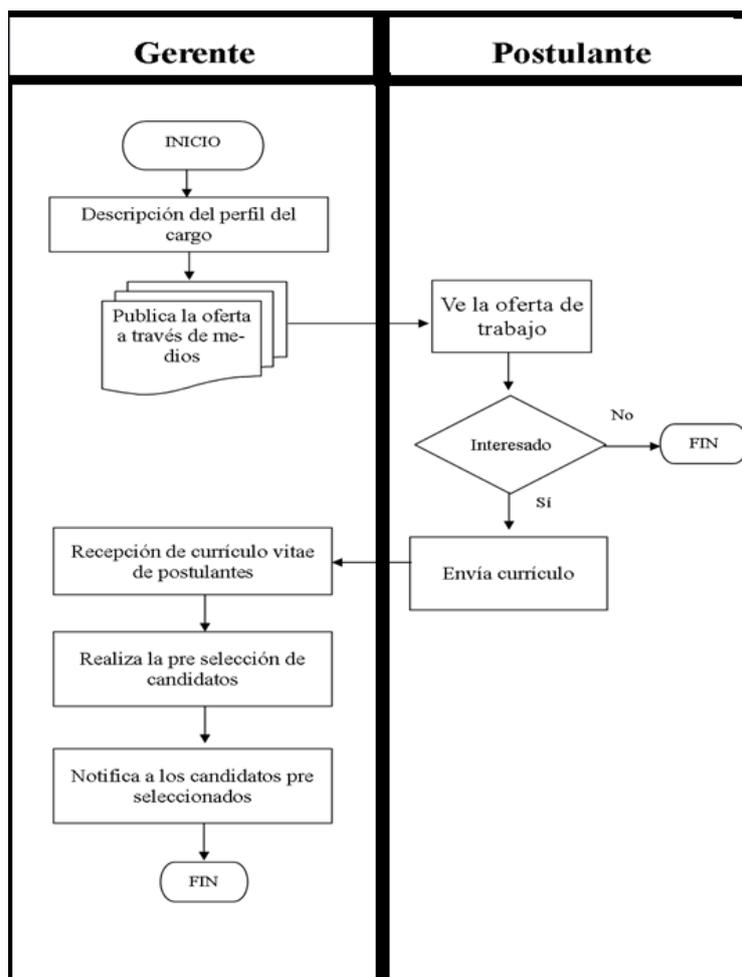
## **Procedimientos de contratación de personal**

Para llevar a cabo la contratación del personal en la empresa vino de arroz Israel se lleva a cabo los siguientes procesos:

- **Reclutamiento**

Se desarrollará el proceso de reclutamiento, a través de cual se pueda identificar y contratar los candidatos adecuados para cubrir las diferentes plazas de trabajo establecidos en la empresa. En este proceso se procederá a describir los medios, objetivos del proceso, según se define a continuación:

- **Medios:** Se hará uso de los canales digitales para informar a los posibles postulantes sobre los cargos vacantes en la empresa, se emplearán las redes sociales donde se publicarán detalles correspondientes al lugar y la fecha en que se receptorán el curriculum de los postulantes.
- **Objetivo:** Identificar a los postulantes idóneos para cubrir las vacantes establecidas en la empresa Vino de Arroz Israel.
- **Alcance:** Son pasos para el reclutamiento que se realizara en el Cantón Daule en la parroquia Juan Bautista Aguirre, en la que se requiere que el personal resida en el Cantón Daule.
- **Diagrama de proceso:**



*Figura 30.* Procesos de reclutamiento del personal

### Descripción del procedimiento:

- El Gerente de la empresa Vino de arroz “Israel” la descripción del perfil del cargo.
- Una vez que se haya realizado la descripción del perfil de los aspirantes a los diferentes cargos, se procede a publicar la oferta a través de los medios seleccionados.
- Los aspirantes ven la oferta de trabajo, si no se encuentran interesados se da por finalizado el proceso; por el contrario, si se encuentra interesado envía el currículum a la empresa.

- El Gerente recibe el currículum de los aspirantes y los revisa para realizar el pre selección.
- El Gerente realiza un pre selección de candidatos y procede a notificarles.

**Políticas propias del procedimiento:** En cuanto a las políticas establecidas para llevar a cabo el proceso de reclutamiento se definen las siguientes:

- El personal que se postule a los diferentes cargos deberá contar con la experiencia solicitada para pasar al proceso de selección.

Se buscará reclutar al mejor candidato para el trabajo basado en el mérito y la experiencia del postulante.

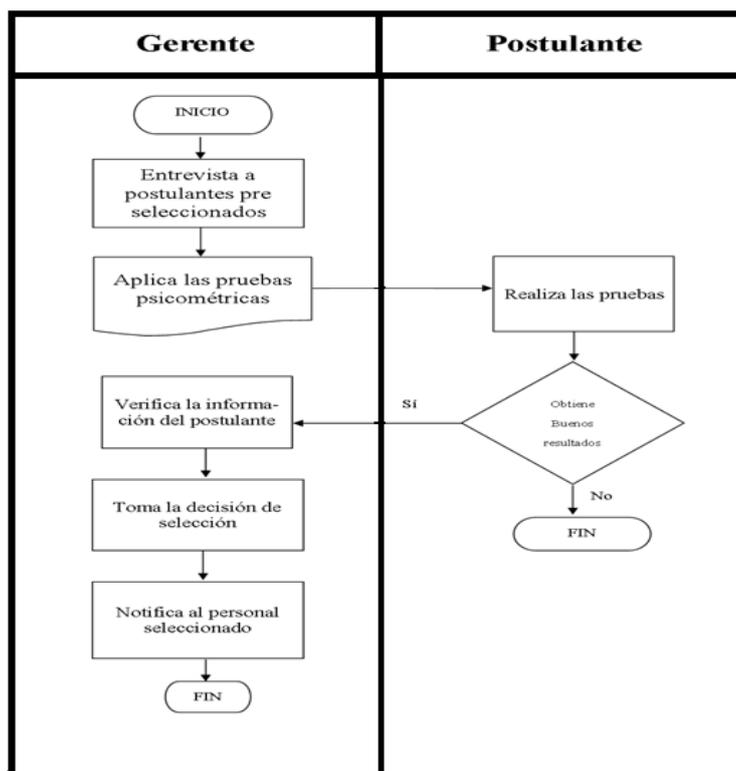
- La empresa Vino de Arroz Israel se asegurará de que el reclutamiento y la selección del personal se realicen de manera profesional, oportuna y receptiva y de conformidad con la legislación laboral vigente.

### **Selección**

El proceso de selección del personal se llevará a cabo una vez que se haya receptado la información pertinente de cada uno de los postulantes. Se procederá evaluar a los aspirantes a fin de seleccionar el personal más idóneo para cada cargo donde intervienen los siguientes parámetros:

- **Objetivos:** Seleccionar a los postulantes que cumplan con los requisitos de cada cargo dispuesto por la empresa Vino de Arroz Israel.
- **Alcance:** Pasos para la selección no se extenderá por más de 72 horas posteriormente al proceso de reclutamiento llevado a cabo a través de los canales seleccionados.

- Diagrama: A continuación, el proceso de selección del personal:



*Figura 31.* Diagrama del personal

### Descripción del procedimiento:

- El Gerente entrevista a los candidatos que fueron pres seleccionados.
- El Gerente procede a aplicar las pruebas psicométricas para determinar la idoneidad de los candidatos.
- El postulante realiza las pruebas psicométricas, en caso de no obtener buenos resultados se da por finalizado el proceso.
- En caso de que el postulante obtenga buenos resultados en las pruebas el Gerente procede a verificar la información del postulante.
- Con base a los resultados de las pruebas y la información de los postulantes, el Gerente toma la decisión de selección.
- El Gerente notificará al personal seleccionado para seguir con la etapa de contratación.

**Políticas propias del procedimiento: En lo que respecta a las políticas de selección se definen las siguientes:**

- La preselección puede involucrar a todo el panel, pero debe ser realizada por un mínimo de 2 personas para evitar cualquier posibilidad de sesgo, uno de los cuales normalmente sería el gerente de línea directa.
- La entrevista normalmente debe ser realizada por un mínimo de dos personas, una de las cuales debe ser el propietario de la empresa.
- Los candidatos que no tengan éxito en la entrevista deben ser tratados con cortesía y sensibilidad y, como mínimo, recibirán una notificación telefónica o escrita del resultado del proceso de selección.

**Contratación**

La contratación se realizará una vez que se haya seleccionado al personal adecuado para cubrir cada plaza de trabajo.

- **Objetivo:** Incorporar al personal adecuado a las diferentes plazas laborales disponibles en la empresa Vino de Arroz Israel.
- **Alcance:** La contratación se realizará 24 posteriores a la selección y notificación del personal para cada cargo.
- **Diagrama:** En esta etapa del proceso intervienen los siguientes pasos:

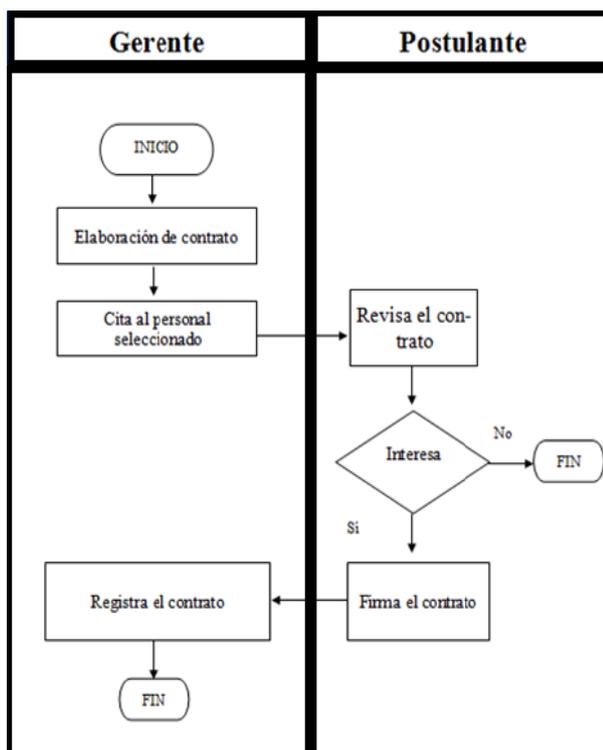


Figura 32. Contratación del personal

#### Descripción del procedimiento:

- El Gerente procede a elaborar el contrato a plazo fijo (1 año) con periodo de prueba de tres meses.
- El Gerente citará en la empresa al personal seleccionado.
- El postulante deberá acudir a la empresa Vino de Arroz “Israel” revisará el contrato, si este no le interesa da por finalizado el proceso.
- Si el postulante está interesado en el contrato, procede a firmar el contrato.
- El gerente realiza el registro del contrato en el portal del Sistema Único de Trabajo del Ministerio Laboral (<http://sut.trabajo.gob.ec/>), e ingresará la información que se solicita en el portal.

**Políticas: se definen en las siguientes:**

- En caso de que uno de los candidatos seleccionados no responda al llamado, se procederá a seleccionar a otro candidato.
- Los aspirantes no deben ser contactados sin el consentimiento previo y la información provista debe ser tratada como confidencial por los miembros del panel.

**Introducción**

El proceso de introducción se realizará con base al siguiente proceso:

- **Objetivo:** Capacitar al nuevo personal sobre los aspectos generales y específicos de la empresa y del cargo asignado.
- **Alcance:** El proceso de introducción tendrá una duración de 48 horas y se realizará el primer y segundo día de labores del personal contratado. Este proceso se refiere a todo el personal recién nombrado y a los miembros del personal existentes que han asumido un nuevo rol dentro de la empresa VINO de Arroz Israel.
- **Diagrama:**

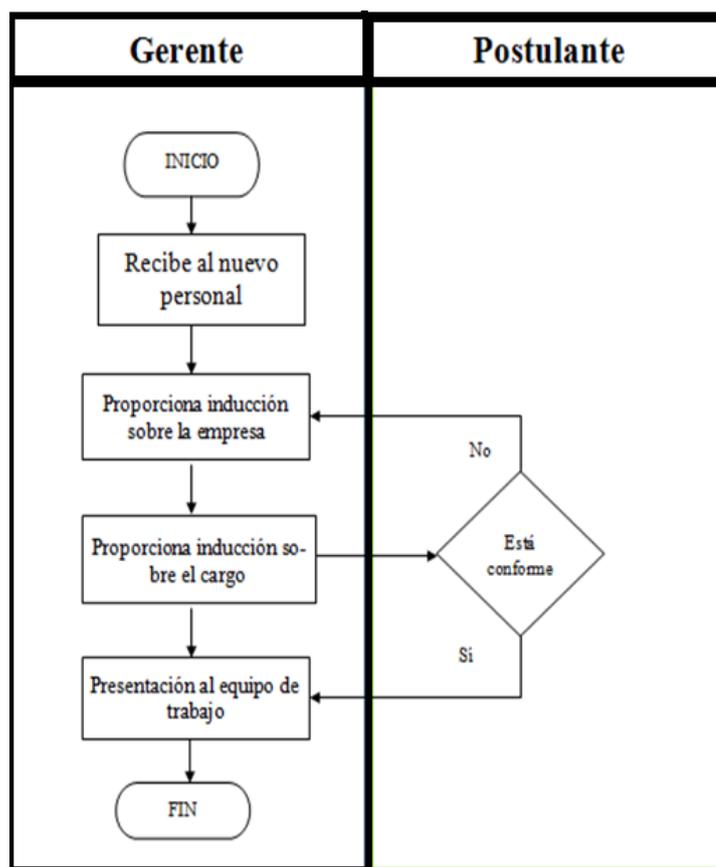


Figura 33. Presentación del personal

#### Descripción del procedimiento:

- El Gerente recibe al nuevo personal en la empresa.
- El Gerente proporciona la introducción general sobre la empresa.
- El Gerente proporciona la introducción sobre el cargo a cada uno de los nuevos empleados.
- En caso de que el postulante esté conforme y no tenga dudas sobre la información recibida, el Gerente procede a presentar al equipo de trabajo, caso contrario proporcionará información sobre las dudas existentes.

#### Políticas propias del procedimiento:

- La introducción es la etapa final del proceso de reclutamiento. Una vez que el candidato seleccionado ha aceptado la oferta de empleo y se ha acordado una

fecha de inicio, el gerente es responsable de preparar un programa integral de inducción para el nuevo empleado.

#### **4.5 Estudio legal**

En el presente proyecto se definirá los aspectos legales que se deberán considerar previo a la creación de la empresa vino de arroz Israel en el Cantón Daule, en la cual se definirá los aspectos referentes a la constitución de la empresa, es decir los aspectos para establecer una compañía unipersonal, la cual ha sido la modalidad seleccionada para el desarrollo del proyecto.

Para que la empresa de Vino de Arroz Israel comience su funcionamiento uno de los requisitos principales son la de cumplir con la parte legal donde se encontraran los permisos de sanidad, tributarios, municipales y a la institución a la que pertenecería de acuerdo a su actividad que en este caso sería el Ministerio de Industria y Productividad.

##### **4.5.1 Tipo de empresa**

El tipo de empresa estará constituida bajo una razón social Vino de Arroz Israel para el inicio de sus actividades comerciales, se registrar como una Compañía Unipersonal de Compromiso Definida, ya que contará con un gerente propietario el cual a causa de muerte la compañía pasará a manos de los hijos o herederos.

#### **Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada**

**Artículo 1.-** Toda persona natural con porte legal para ejecutar actos de comercio, podrá expandir por intermedio de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada cualquier actividad económica que no fuera ilegal,

limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello. (Superintendencia de Compañías, 2015)

**Artículo 2.-** La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, es una persona jurídica independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, ¿son patrimonios separados?

**Artículo 4.-** La persona natural a quien pertenece una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada se llama ¿"gerente-propietario ¿Y no? titular?

**Artículo 6.-** Las Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. En caso de contravención de esta norma, además de la nulidad correspondiente, el gerente-propietario responderá personalmente por todas las obligaciones de dichas Empresas.

**Artículo 7.-** La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente propietario.

**Artículo 8.-** Por nombre del "gerente-propietario" se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno. (Artículo 8 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada)

**Artículo 9.-** La denominación de la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, constituye propiedad suya, de su uso exclusivo, que no podrá enajenarse ni aún en caso de liquidación.

**Artículo 13.-** Toda Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana.

**Artículo 37.-** La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte

**Artículo 38.-** En este aspecto la Ley exige en el constituyente dos calidades: El ser el empresario y el ser el administrador y representante legal de la Empresa como lo establece, con claridad

#### **4.5.2 Tramite legal**

Para ser reconocida legalmente e ubicada no debe tener ningún inconveniente en su funcionamiento, no debe tener ningún tipo de riesgo para el ambiente ni que sus recursos ambientales, rigiéndose a las medidas del Ministerio de Salud e Higiene para obtener el registro sanitario por cual se llevara a cabo los siguientes pasos:

(Morejon, 2002)

#### **Reserva del nombre**

Se los realizara en la Superintendencia de Compañías revisando que no exista otra compañía con el mismo nombre. (Superintendencia de Compañías, 2015)

**Elabora los estatutos**

Elaboraremos una minuta la cual registrará a la empresa la misma que estará validada por la firmada por un abogado.

**Cuenta bancaria**

Se abrirá una cuenta de integración de capital, La que se ejecuta en cualquier banco del país. Los requerimientos básicos, que pueden variar dependiendo del banco.

**Emisión de la escritura publica**

La escritura pública, asiste donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de unificación de capital y la minuta con los estatutos.

**Registro único de contribuyentes**

Se establece con el número de identificación de las personas naturales o jurídicas que estén sujetas a las obligaciones tributarias. Este es el certificado u documento de inscripción. (Superintendencia de Compañías, 2015)

**Registro sanitario**

Es emitido por el ministerio de salud pública e higiene, tiene una circulación de siete años, a partir de la fecha de expedición y podrá renovarse por ciclos iguales a los términos señalados en el Código de Salud y en el presente Reglamento.

Art. 100.- Los víveres procesados o aditivos, medicinas en general, productos naturales procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos

naturales y homeopáticos unisistas, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el exterior, obligarse a contar con Registro Sanitario para su elaboración, almacenamiento, transportación, comercialización y consumo.

El acatamiento de esa norma será sancionado mediante la ley, sin perjuicio de la responsabilidad del culpable de resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal cumplimiento.

### **Cuerpo de bomberos**

Se solicitará una inspección a la fábrica para que el cuerpo de bomberos determine que cumplimos con las medidas necesarias para el correcto funcionamiento de la compañía. (Bomberos Daule, 2018)

**Tabla 38**

*Trámite en el cuerpo de bomberos*

<b>Entidad regulatoria</b>	<b>Tipo de trámite</b>	<b>Documentación</b>	<b>Costos</b>
Benemérito Cuerpo de Bomberos	Permiso de bomberos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Copia de RUC o RISE.</li> <li>• Solicitud de inspección del local.</li> <li>• Informe positivo de la inspección.</li> <li>• Factura de compra o recarga de extintor.</li> </ul>	\$ 58.80

#### **4.5.3 Requisito tributario**

La empresa Israel llevará a cabo la obtención del RUC (Registro Único del Contribuyente), para lo cual seguirá los siguientes pasos:

- Elaboración del formulario 01<sup>a</sup> Y 01B

- Escrituras de constitución y nombramiento del representante legal
- Original y copia del representante legal
- Original y copia del ultimo certificado de votación del representante legal
- Copia de un documento que certifique donde funcionara la empresa.

### **Permiso de funcionamiento para locales**

#### **Solicitar en ventanilla:**

- carpeta membretada \$ 3.00.
- especie valorada \$ 3.00 (para redactar la solicitud).
- tasa administrativa 7' \$ 10.00.
- formulario sin costo

#### **Adjuntar:**

##### **Por primera vez**

- copia del R.U.C actualizado con la dirección del local.
- copia a color de cédula de identidad del propietario o del representante legal con carta de nombramiento notarizada.
- copia de contrato de arrendamiento.
- copia de permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- certificado de inspección final municipal.
- pago de predios urbano (del local)

##### **Renovación**

- copia de ruc actualizado del local.

- copia a color de cédula de identidad del propietario o del representante legal con carta de nombramiento.
- copia del permiso de funcionamiento de cuerpo de bomberos del año actual.
- copia del permiso de funcionamiento y patente del año anterior
- impuesto a la renta/ compañía balance
- certificado de inspección final municipal
- pago de predios urbano (del local) (Bomberos, 2018)

### **Conclusiones**

En el estudio de mercado fue posible identificar que en la actualidad el mercado el vino de arroz se centra a la comercialización de arroz, en la cual no utilizan muchos los derivados del arroz, a través de la investigación se identificó la problemática de estudio determinado por el bajo nivel del conocimiento por parte de los consumidores en el Cantón Daule en la Parroquia Juan Bautista sobre el vino de arroz.

Una vez elaborado el estudio de mercado se procedió a obtener el estudio técnico, mediante el cual se definieron los costos con los que deberá incurrir en la empresa Vino de Arroz Israel., en este punto se realizó cotizaciones con tres proveedores a fin de seleccionar al proveedor que ofrezca los precios más competitivos. En este caso, se incluyeron costos para desarrollar el producto, costos para insumos requeridos y costos para la adquisición de maquinarias y equipos.

Para validar la prefactibilidad del proyecto y con base a los costos establecidos en el estudio técnico y los gastos administrativo que se desarrollaron en el estudio

financiero y económico, con lo cual es posible determinar la conversión de la implementación del proyecto orientado a la elaboración del vino de arroz Israel en el Cantón Daule provincias del Guayas.

### **Recomendaciones**

Será recomendable que la empresa desarrolle investigaciones de mercados en otras provincias y del Ecuador para lograr determinar la factibilidad de ingreso del vino de arroz a los mercados, permitiéndole de esta manera lograr un crecimiento sostenido a largo plazo conforme introduce este nuevo producto.

Es necesario que se definan y enlisten todos los recursos a requerirse para este tipo de emprendimiento, información que servirá de referencia para futuros proyectos por otros autores por lo que se considera necesario a su vez describan de forma clara y precisas.

Se recomienda el cumplimiento de constantemente de las estrategias de marketing mediante las cuales se logre potenciar mucho más la imagen de la marca del producto, con esto se asegurar el gerente del emprendimiento mantenerse vigente en la mente de los consumidores, estar en constante competencia y lograr un crecimiento sostenido.

## **Capítulo V**

### **5. Propuesta**

#### **5.1. Título de la propuesta**

Estudio de prefactibilidad para la elaboración de Vino de Arroz (sake) elaborado en la parroquia Juan Bautista Aguirre en el Cantón Daule.

#### **5.2. Autor de la propuesta**

Maylin Leidy Mosquera Castro

#### **5.3. Empresa auspiciante**

Ninguna

#### **5.3. Empresa auspiciante**

Ninguna

#### **5.4. Área que cubre la propuesta**

Canton Daule

#### **5.5. Fecha de presentación**

5/2/2021

#### **5.6. Fecha de terminación**

15/3/2021

### **5.7 Duración del proyecto**

No existe un tiempo límite de duración del proyecto, ya que una vez que el mismo sea ejecutado y puesto en marcha se procederá a seguir todos los parámetros necesarios para que mantenga la empresa en el mercado por un largo lapso de tiempo.

### **5.8. Participantes del proyecto**

- Maylin Mosquera Castro

### **5.9. Objetivo general de la propuesta**

Elaborar un estudio de pre-factibilidad para la producción de vino de arroz (sake) en el Cantón Daule

### **5.10. Objetivos específicos**

- Elaborar un estudio financiero para la producción de vino arroz (sake) en el Cantón Daule con viabilidad económica.
- Elaborar una proyección de ventas de vino arroz (sake).
- Elaborar una proyección de costos de producción en la fabricación de vino de arroz (sake).
- Determinar en la aplicación de ratios financieros la viabilidad económica de la creación de una fábrica de vino de arroz (sake).

### **5.11. Beneficiarios directos**

Autora de la Propuesta

### **5.12. Beneficiarios indirectos**

- Proveedores
- Tiendas
- Comisariatos

### **5.13. Impacto de la propuesta**

El impacto de la propuesta se lo puntualiza de la siguiente forma a continuación:

- Ingresos y utilidad que generaría sus propietarios.
- Estabilidad económica que les daría las personas que trabajan en esta empresa.
- Permitirá llevar a cabo la idea de negocio de forma positiva por lo que la materia prima existente no ha sido aprovechada de manera eficiente en toda la región, lo que permitirá tener disponible e insumos en cada uno de los procesos de fabricación de nuestro producto.

### **5.14. Descripción de la propuesta**

En el presente proyecto se dará a conocer los costos y gastos que se requieren para elaboración y comercialización de un producto de elaboración del vino de arroz, la inversión requerida, así como la presentación del estados contables y financieros, para que la propuesta del proyecto pueda verificar que el mismo sea rentable y apetecido por nuestros clientes.

A continuación, se presentará la propiedad planta y equipo (activos fijos), indispensables para iniciar las actividades comerciales del vino de Arroz Israel

**Tabla 39**  
*Costos de la propiedad planta y equipo*

<b>ACTIVO</b>	<b>COSTO (USD)</b>
Muebles y enseres	\$ 3,730.00
Equipos de oficina	\$ 5,320.00
Equipos de computación	\$ 4,500.00
Maquinarias y equipos	\$ 5,943.00
Vehículo	\$ 35,000.00
Herramientas	\$ 237.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 54,730.00</b>

La empresa contará con una propiedad planta y equipo por \$ 54,730, la cual se comprenderá de muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación maquinarias para la elaboración del vino, un camión para el transporte del producto y herramientas para la producción.

#### **5.14.1. Ingresos**

Se especifican los ingresos que obtendría la empresa para la elaboración del vino de arroz Israel, en la que se puntualiza las unidades producidas diariamente, los días laborables del mes y la cantidad mensual de la producción.

**Tabla 40**  
*Volumen en ventas*

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Producción diaria (unidades)	60	69	79	91	105
Días labores semanales	5	5	5	5	5
Cantidades elaboradas semanales	300	345	397	455	525
Cantidades elaboradas mensuales	1,200	1,380	1,587	1,825	2,099
Cantidades elaboradas al año	14,400	16,560	19,044	21,900	25,186

En este caso para la producción del vino de arroz Israel, se elaborarán 60 unidades diarias, se laborar 5 días a la semana lo cual dará una producción de 300 unidades a la semana, mensuales 1,200 y el primer año 14,400 las ventas tendrán un incremento del 15% anual.

**Tabla 41**  
*Ingresos por ventas*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidades al año	14,400	16,560	19,044	21,900	25,186
Precio por unidad	10	10.20	10.40	10.61	10.82
<b>Total, de ventas (USD)</b>	<b>\$144,000.00</b>	<b>\$168,912.00</b>	<b>\$198,133.78</b>	<b>\$232,410.92</b>	<b>\$272,618.01</b>

El precio de la botella de vino será de \$ 10 cual al producir en el primer año 14,000 unidades da como resultado una venta de \$144,000.00, con el incremento del 15% las ventas para el siguiente periodo serán de \$168,912 que corresponde a 16,560 unidades, para el tercer año las ventas se incrementarán a 19,044 unidades y un precio de 10.40, para el cuarto año la producción a 21,900 y el último año será de \$272,681.01.

### 5.14.2 Costos de materiales directos

Los costos de los materiales directos se componen de la siguiente manera

**Tabla 42**  
*Costos de producción de materiales directos*

Detalle	Medida	Costo unitario	Costo por mensual	Costo anual
Arroz	Kilo	\$ 0.100000	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Levadura	Gr	\$ 0.444445	\$ 533.33	\$ 6,400.01
Azúcar	Kilo	\$ 0.003553	\$ 4.26	\$ 51.17
Canela	Unidad	\$ 0.002223	\$ 2.67	\$ 32.00
Agua	m3	\$ 0.015555	\$ 18.67	\$ 223.99
Electricidad	Kwt	\$ 0.030867	\$ 37.04	\$ 444.48
Cajas de cartón	Unidad	\$ 0.020833	\$ 25.00	\$ 300.00
Corchos	Unidad	\$ 0.050000	\$ 60.00	\$ 720.00
Envolturas de corchos	Unidad	\$ 0.150000	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Botella de vidrio	Unidad	\$ 0.750000	\$ 900.00	\$ 10,800.00
Etiquetas	Unidad	\$ 0.050000	\$ 60.00	\$ 720.00
<b>COSTOS</b>		\$ 1.62	\$ 1,940.97	\$ 23,291.65

A nivel de costos de materiales de producción unitarios de elaboración de la botella de vino serian de \$ 1.62, el costo mensual de producción será de \$ 1,949.97 por 1.200 unidades y el anual \$23,291.65 el cual correspondería a la elaboración de 14,400 unidades.

**Tabla 43**

*Costos anuales de materiales de producción directos*

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Arroz	\$ 1,440.00	\$ 1,656.00	\$ 1,904.40	\$ 2,190.06	\$ 2,518.57
Levadura	\$ 6,400.01	\$ 7,360.01	\$ 8,464.01	\$ 9,733.61	\$ 11,193.65
Azúcar	\$ 51.17	\$ 58.84	\$ 67.67	\$ 77.82	\$ 89.49
Canela	\$ 32.00	\$ 36.80	\$ 42.33	\$ 48.67	\$ 55.98
Agua	\$ 223.99	\$ 257.58	\$ 296.22	\$ 340.65	\$ 391.75
Electricidad	\$ 444.48	\$ 511.15	\$ 587.82	\$ 676.00	\$ 777.40
Cajas de cartón	\$ 300.00	\$ 345.00	\$ 396.75	\$ 456.26	\$ 524.70
Corchos	\$ 720.00	\$ 828.00	\$ 952.20	\$ 1,095.03	\$ 1,259.28
Envoltura de corcho	\$ 2,160.00	\$ 2,484.00	\$ 2,856.60	\$ 3,285.09	\$ 3,777.85
Botellas de vidrio	\$ 10,800.00	\$ 12,420.00	\$ 14,283.00	\$ 16,425.45	\$ 18,889.27
Etiquetas	\$ 720.00	\$ 828.00	\$ 952.20	\$ 1,095.03	\$ 1,259.28
<b>Costos</b>	<b>\$ 23,291.65</b>	<b>\$ 26,785.39</b>	<b>\$ 30,803.20</b>	<b>\$ 35,423.68</b>	<b>\$ 40,737.23</b>

La proyección de los costos de elaboración anual de materiales de producción directos de las botellas de vino sería de \$23,291.65 en el primer año, para el segundo año lo costos ascenderían a \$26,785.39, para el tercer año serán de \$30,803.20, en el cuarto año serian de \$35,424.33 y para el quinto de \$ 40,737.74.

### 5.14.3. Costos totales

**Tabla 44**

*Estructura del costo total*

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total, de Costos Variable	\$ 23,291.65	\$ 26,785.39	\$ 30,803.20	\$ 35,423.68	\$ 40,737.23
Total, de Costos Fijo	\$ 76,599.70	\$ 76,798.86	\$ 76,998.54	\$ 77,198.73	\$ 77,399.45
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 99,891.35</b>	<b>\$ 103,584.25</b>	<b>\$ 107,801.74</b>	<b>\$ 112,622.41</b>	<b>\$ 118,136.68</b>

Los costos totales anuales para el primer año serán de \$99,891.35 en el segundo año será de \$103,584.25, mientras que para el tercer año de \$107,801.74, para el cuarto año \$112,622.41, mientras que para el quinto año serán de \$118,136.68.

### 5.14.4. Gastos

**Tabla 45**

*Gastos*

DESCRIPCIÓN	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Gasto sueldos y salarios	\$ 2,161.24	\$ 25,934.90	\$ 26,002.33	\$ 26,069.94	\$ 26,137.72
Gasto servicios básicos	\$ 36.25	\$ 435.00	\$ 436.13	\$ 437.26	\$ 438.40
Gasto combustible y lubricantes	\$ 150.00	\$ 1,800.00	\$ 1,804.68	\$ 1,809.37	\$ 1,814.08
Gasto transporte	\$ 12.00	\$ 144.00	\$ 144.37	\$ 144.75	\$ 145.13
Gasto arriendo	\$ 250.00	\$ 3,000.00	\$ 3,007.80	\$ 3,015.62	\$ 3,023.46
Gasto publicidad	\$ 535.00	\$ 6,420.00	\$ 6,436.69	\$ 6,453.43	\$ 6,470.21
Otros gastos	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 360.94	\$ 361.87	\$ 362.82
<b>Subtotal gastos</b>	\$ 3,174.49	\$ 38,093.90	\$ 38,192.94	\$ 38,292.25	\$ 38,391.81
% Imprevistos	3%				
<b>Total, de gastos</b>	\$ 3,269.73	\$ 39,236.72	\$ 39,338.73	\$ 39,441.01	\$ 39,543.56
<b>Costo fijo unitario</b>		\$ 2.72	\$ 2.38	\$ 2.07	\$ 1.81

Los gastos proyectados para el periodo uno será de \$39,236.72 lo cuales dan un costo fijo unitario de \$2.72, para el segundo periodo los gastos serán \$39,338.73, para el tercer periodo serian de \$39,441.01 y para el cuarto periodo serán de \$39,543.56

### 5.14.5. Prestamos del proyecto (tabla de amortización)

A continuación, se dan a conocer los detalles del préstamo para el proyecto:

**Tabla 46**

*Datos de préstamo bancario*

<b>PRÉSTAMO BANCARIO</b>	
MONTO	\$56,634.50
PLAZO DE PRESTAMO EN AÑOS	4
PLAZO DE PRESTAMO EN MESES	48
TASA DE INTERÉS ANUAL	15%
TASA DE INTERÉS MENSUAL	1.17%

Para llevar a cabo el proyecto de la fábrica de vino de arroz, se solicitará un préstamo bancario por \$56,634.50, el que tendrá un plazo para cancelarlo en cuatro años (48 meses), con una tasa de interés mensual de 1,17% y anual del 15%.

**Tabla 47**

*Resumen de tabla amortización de préstamo*

No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 56,634.50	\$ 7,249.27	\$ 18,591.20	\$ 11,341.93
2	\$ 45,292.57	\$ 5,547.98	\$ 18,591.20	\$ 13,043.22
3	\$ 32,249.35	\$ 3,591.50	\$ 18,591.20	\$ 14,999.70
4	\$ 17,249.65	\$ 1,341.55	\$ 18,591.20	\$ 17,249.65
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 17,730.30</b>	<b>\$ 74,364.80</b>	<b>\$ 56,634.50</b>

Por el préstamo bancario de \$56,634.50 que será solicitado a cuatro años la empresa cancelará de interés de \$7,249.27 por el primer periodo, para el segundo periodo se cancelaria el valor de \$5,547.98, para el tercer periodo los intereses bajaron a \$3,591.50, lo cual representara que por el total de crédito se cancela la suma de \$17,730.30.

**Tabla 48**  
*Amortización de préstamo*

<b>Tabla de amortización</b>				
<b>No.</b>	<b>CAPITAL INSOLUTO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>
1	\$ 56,634.18	\$ 663.47	\$ 1,549.27	\$ 885.80
2	\$ 55,474.08	\$ 685.02	\$ 1,625.01	\$ 839.99
3	\$ 55,534.09	\$ 674.01	\$ 1,625.01	\$ 851.00
4	\$ 54,583.09	\$ 662.87	\$ 1,625.01	\$ 862.14
5	\$ 54,620.95	\$ 651.59	\$ 1,625.01	\$ 873.41
6	\$ 53,647.54	\$ 640.19	\$ 1,625.01	\$ 884.81
7	\$ 53,662.73	\$ 628.65	\$ 1,625.01	\$ 996.35
8	\$ 52,666.38	\$ 616.98	\$ 1,625.01	\$ 1,008.02
9	\$ 51,658.35	\$ 605.17	\$ 1,625.01	\$ 1,019.83
10	\$ 50,638.52	\$ 593.23	\$ 1,625.01	\$ 1,031.78
11	\$ 49,606.74	\$ 581.14	\$ 1,625.01	\$ 1,043.87
12	\$ 48,562.88	\$ 568.91	\$ 1,625.01	\$ 1,056.10
13	\$ 47,506.78	\$ 556.54	\$ 1,625.01	\$ 1,068.47
14	\$ 46,438.31	\$ 544.02	\$ 1,625.01	\$ 1,080.98
15	\$ 45,357.33	\$ 531.36	\$ 1,625.01	\$ 1,093.65
16	\$ 44,263.68	\$ 518.55	\$ 1,625.01	\$ 1,106.46
17	\$ 43,157.22	\$ 505.58	\$ 1,625.01	\$ 1,119.42
18	\$ 42,037.80	\$ 492.47	\$ 1,625.01	\$ 1,132.54
19	\$ 40,905.26	\$ 479.20	\$ 1,625.01	\$ 1,145.80
20	\$ 39,759.46	\$ 465.78	\$ 1,625.01	\$ 1,159.23
21	\$ 38,600.23	\$ 452.20	\$ 1,625.01	\$ 1,172.81
22	\$ 37,427.43	\$ 438.46	\$ 1,625.01	\$ 1,186.55
23	\$ 36,240.88	\$ 424.56	\$ 1,625.01	\$ 1,200.45
24	\$ 35,040.43	\$ 410.50	\$ 1,625.01	\$ 1,214.51
25	\$ 33,825.92	\$ 396.27	\$ 1,625.01	\$ 1,228.74
26	\$ 32,597.19	\$ 381.87	\$ 1,625.01	\$ 1,243.13
27	\$ 31,354.05	\$ 367.31	\$ 1,625.01	\$ 1,257.70
28	\$ 30,096.36	\$ 352.58	\$ 1,625.01	\$ 1,272.43
29	\$ 28,823.93	\$ 337.67	\$ 1,625.01	\$ 1,287.34
30	\$ 27,536.59	\$ 322.59	\$ 1,625.01	\$ 1,302.42
31	\$ 26,234.18	\$ 307.33	\$ 1,625.01	\$ 1,317.67
32	\$ 24,916.50	\$ 291.89	\$ 1,625.01	\$ 1,333.11
33	\$ 23,583.39	\$ 276.28	\$ 1,625.01	\$ 1,348.73
34	\$ 22,234.66	\$ 260.48	\$ 1,625.01	\$ 1,364.53
35	\$ 20,870.14	\$ 244.49	\$ 1,625.01	\$ 1,380.51
36	\$ 19,489.62	\$ 228.32	\$ 1,625.01	\$ 1,396.69
37	\$ 18,092.94	\$ 211.96	\$ 1,625.01	\$ 1,413.05
38	\$ 16,679.89	\$ 195.40	\$ 1,625.01	\$ 1,429.60
39	\$ 15,250.29	\$ 178.66	\$ 1,625.01	\$ 1,446.35
40	\$ 13,803.94	\$ 161.71	\$ 1,625.01	\$ 1,463.29
41	\$ 12,340.64	\$ 144.57	\$ 1,625.01	\$ 1,480.44
42	\$ 10,860.21	\$ 127.23	\$ 1,625.01	\$ 1,497.78
43	\$ 9,362.43	\$ 109.68	\$ 1,625.01	\$ 1,515.33
44	\$ 7,847.10	\$ 91.93	\$ 1,625.01	\$ 1,533.08
45	\$ 6,314.02	\$ 73.97	\$ 1,625.01	\$ 1,551.04
46	\$ 4,762.99	\$ 55.80	\$ 1,625.01	\$ 1,569.21
47	\$ 3,193.78	\$ 37.41	\$ 1,625.01	\$ 1,587.59
48	\$ 1,606.19	\$ 18.82	\$ 1,625.01	\$ 1,606.19
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 17,730.30</b>	<b>\$ 74,364.80</b>	<b>\$ 56,634.50</b>

## 5.14.6. Estados financieros

### ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

#### Vino de Arroz Israel

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos operativos</b>	<b>\$ 144,000.00</b>	<b>\$ 168,912.00</b>	<b>\$ 198,133.78</b>	<b>\$ 232,410.92</b>	<b>\$ 272,618.01</b>
Ventas	\$ 144,000.00	\$ 168,912.00	\$ 198,133.78	\$ 232,410.92	\$ 272,618.01
<b>Costos y gastos</b>	<b>\$ 141,022.52</b>	<b>\$ 144,815.41</b>	<b>\$ 148,865.65</b>	<b>\$ 152,286.84</b>	<b>\$ 157,901.89</b>
Costo variable total	\$ 23,291.65	\$ 26,785.39	\$ 30,803.20	\$ 35,423.68	\$ 40,737.23
Costo fijo total	\$ 76,599.70	\$ 76,798.86	\$ 76,998.54	\$ 77,198.73	\$ 77,399.45
Gastos sueldos y salarios	\$ 25,934.90	\$ 26,002.33	\$ 26,069.94	\$ 26,137.72	\$ 26,205.68
Gasto servicios básicos	\$ 435.00	\$ 436.13	\$ 437.26	\$ 438.40	\$ 439.54
Gasto combustible y lubricantes	\$ 1,800.00	\$ 1,804.68	\$ 1,809.37	\$ 1,814.08	\$ 1,818.79
Gasto transporte	\$ 144.00	\$ 144.37	\$ 144.75	\$ 145.13	\$ 145.50
Gasto arriendo	\$ 3,000.00	\$ 3,007.80	\$ 3,015.62	\$ 3,023.46	\$ 3,031.32
Gasto publicidad	\$ 6,420.00	\$ 6,436.69	\$ 6,453.43	\$ 6,470.21	\$ 6,487.03
Otros gastos	\$ 360.00	\$ 360.94	\$ 361.87	\$ 362.82	\$ 363.76
Gastos imprevistos	\$ 364.77	\$ 365.72	\$ 366.67	\$ 367.62	\$ 368.58
Gasto depreciación	\$ 2,672.50	\$ 2,672.50	\$ 2,405.00	\$ 905.00	\$ 905.00
Gasto amortización	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
<b>Utilidad/pérdida operativa</b>	<b>\$ 2,977.48</b>	<b>\$ 24,096.59</b>	<b>\$ 49,268.12</b>	<b>\$ 80,124.08</b>	<b>\$ 114,716.12</b>
Gasto financiero	\$ 7,249.27	\$ 5,547.98	\$ 3,591.50	\$ 1,341.55	\$ 0.00
<b>Utilidad/perdida bruta</b>	<b>-\$ 4,271.79</b>	<b>\$ 18,548.60</b>	<b>\$ 45,676.62</b>	<b>\$ 78,782.53</b>	<b>\$ 114,716.12</b>
15% empleados	\$ 0.00	\$ 2,782.29	\$ 6,851.49	\$ 11,817.38	\$ 17,207.42
Impuesto a la renta 25%	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Utilidad/perdida del ejercicio</b>	<b>-\$ 4,271.79</b>	<b>\$ 15,766.31</b>	<b>\$ 38,825.13</b>	<b>\$ 66,965.15</b>	<b>\$ 97,508.70</b>

Figura 34: Estado de resultado anual proyectado

Mediante el presente estado de resultado proyectado se podrá determinar los ingresos totales a recibir la empresa por la fabricación de vino de sake en cinco periodos, con sus gastos y deduciendo los pagos por utilidades a trabajadores, los impuestos a cancelar al SRI y las utilidades del ejercicio contable.

### ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO

#### Vino de Arroz Israel

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activo</b>	<b>\$60,634.50</b>	<b>\$37,367.32</b>	<b>\$32,436.96</b>	<b>\$48,608.93</b>	<b>\$90,670.96</b>	<b>\$180,526.21</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>\$5,210.70</b>	<b>-\$7,730.52</b>	<b>-\$2,334.92</b>	<b>\$23,895.51</b>	<b>\$74,516.00</b>	<b>\$172,929.71</b>
Caja/bancos	\$5,210.70	-\$7,730.52	-\$2,334.92	\$23,895.51	\$74,516.00	\$172,929.71
<b>Fijo</b>	<b>\$55,265.00</b>	<b>\$44,950.80</b>	<b>\$34,636.60</b>	<b>\$24,589.90</b>	<b>\$16,043.20</b>	<b>\$7,496.50</b>
Vehiculo	\$35,000.00	\$35,000.00	\$35,000.00	\$35,000.00	\$35,000.00	\$35,000.00
Dep. ac. vehiculo		-\$7,000.00	-\$14,000.00	-\$21,000.00	-\$28,000.00	-\$35,000.00
Maquinaria y equipos	\$5,943.00	\$5,943.00	\$5,943.00	\$5,943.00	\$5,943.00	\$5,943.00
Dep. ac. maquinaria y equipos		-\$594.30	-\$1,188.60	-\$1,782.90	-\$2,377.20	-\$2,971.50
Herramientas	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00
Dep. ac. herramientas		-\$47.40	-\$94.80	-\$142.20	-\$189.60	-\$237.00
Equipos de computación	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00	\$4,500.00
Dep. ac. equipos de computación		-\$1,500.00	-\$3,000.00	-\$4,500.00	-\$4,500.00	-\$4,500.00
Equipos de oficina	\$5,320.00	\$5,320.00	\$5,320.00	\$5,320.00	\$5,320.00	\$5,320.00
Dep. ac. equipos de oficina		-\$532.00	-\$1,064.00	-\$1,596.00	-\$2,128.00	-\$2,660.00
Muebles y enseres	\$3,730.00	\$3,730.00	\$3,730.00	\$3,730.00	\$3,730.00	\$3,730.00
Dep. ac. muebles y enseres		-\$373.00	-\$746.00	-\$1,119.00	-\$1,492.00	-\$1,865.00
Otros activos fijos	\$535.00	\$535.00	\$535.00	\$535.00	\$535.00	\$535.00
Dep. ac. otros activos fijos		-\$267.50	-\$535.00	-\$535.00	-\$535.00	-\$535.00
<b>Diferido</b>	<b>\$58.80</b>	<b>\$47.04</b>	<b>\$35.28</b>	<b>\$23.52</b>	<b>\$11.76</b>	<b>\$0.00</b>

Gasto de constitución	\$58.80	\$58.80	\$58.80	\$58.80	\$58.80	\$58.80
Amort. ac. gasto de constitución		-\$11.76	-\$23.52	-\$35.28	-\$47.04	-\$58.80
<b>Otros activos</b>	<b>\$100.00</b>	<b>\$100.00</b>	<b>\$100.00</b>	<b>\$100.00</b>	<b>\$100.00</b>	<b>\$100.00</b>
Marcas y patentes / software	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
<b>Pasivo</b>	<b>\$56,634.50</b>	<b>\$45,292.57</b>	<b>\$2,782.29</b>	<b>\$6,851.49</b>	<b>\$11,817.38</b>	<b>\$17,207.42</b>
<b>Pasivo corrientes</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$2,782.29</b>	<b>\$6,851.49</b>	<b>\$11,817.38</b>	<b>\$17,207.42</b>
15% empleados		\$0.00	\$2,782.29	\$6,851.49	\$11,817.38	\$17,207.42
Impuesto a la renta 25%		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Pasivo no corrientes</b>	<b>\$56,634.50</b>	<b>\$45,292.57</b>	<b>\$32,249.35</b>	<b>\$17,249.65</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>
Préstamo a largo plazo	\$56,634.50	\$45,292.57	\$32,249.35	\$17,249.65	\$0.00	\$0.00
<b>Patrimonio</b>	<b>\$4,000.00</b>	<b>-\$271.79</b>	<b>\$15,494.52</b>	<b>\$54,319.65</b>	<b>\$121,284.80</b>	<b>\$218,793.51</b>
Capital social	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00
Utilidad retenida			-\$4,271.79	\$11,494.52	\$50,319.65	\$117,284.80
Utilidad del ejercicio		-\$4,271.79	\$15,766.31	\$38,825.13	\$66,965.15	\$97,508.70
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$60,634.50</b>	<b>\$45,020.78</b>	<b>\$18,276.81</b>	<b>\$61,171.14</b>	<b>\$133,102.18</b>	<b>\$236,000.92</b>

*Figura 34.* Estado de situación financiera proyectado

Con el presente reporte podremos determinar los activos que tiene la empresa tanto el disponible como el del activo fijo y como este está distribuido, también se podrá determinar las diferentes obligaciones que tiene la empresa con sus acreedores como las utilidades de los diferentes ejercicios contables.

#### 5.14.7. Flujo de caja

Representa todas y cada una de las variaciones que puede sufrir los ingresos y egresos de dinero obtenidos en nuestra empresa ya que el mismo está proyectado en un periodo de tiempo de 5 años lo que nos permitirá de manera técnica y oportuna evaluar la capacidad de cumplimiento y endeudamiento de la empresa para ser frente a las múltiples obligaciones contraídas.

#### FLUJO DE FONDOS PROYECTADO

##### Vino de Arroz Israel

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FUENTES</b>	<b>\$ 60,634.50</b>	<b>\$ 144,000.00</b>	<b>\$ 168,912.00</b>	<b>\$ 198,133.78</b>	<b>\$ 232,410.92</b>	<b>\$ 272,618.01</b>
VENTAS		\$ 144,000.00	\$ 168,912.00	\$ 198,133.78	\$ 232,410.92	\$ 272,618.01
APORTE DE CAPITAL	\$ 4,000.00					
PRÉSTAMO	\$ 56,634.50					
<b>USOS</b>	<b>\$ 60,634.50</b>	<b>\$ 156,941.22</b>	<b>\$ 163,516.41</b>	<b>\$ 171,903.35</b>	<b>\$ 181,790.42</b>	<b>\$ 174,204.30</b>
<b>PARA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 60,634.50</b>	<b>\$ 0.00</b>				
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5,210.70	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO FIJO	\$ 55,265.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 58.80	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
OTROS ACTIVOS	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>PARA COSTOS Y GASTOS</b>		<b>\$ 156,941.22</b>	<b>\$ 163,516.41</b>	<b>\$ 171,903.35</b>	<b>\$ 181,790.42</b>	<b>\$ 174,204.30</b>

COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 23,291.65	\$ 26,785.39	\$ 30,803.20	\$ 35,423.68	\$ 40,737.23
COSTO FIJO TOTAL		\$ 76,599.70	\$ 76,798.86	\$ 76,998.54	\$ 77,198.73	\$ 77,399.45
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS		\$ 25,934.90	\$ 26,002.33	\$ 26,069.94	\$ 26,137.72	\$ 26,205.68
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		\$ 435.00	\$ 436.13	\$ 437.26	\$ 438.40	\$ 439.54
GASTO COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES		\$ 1,800.00	\$ 1,804.68	\$ 1,809.37	\$ 1,814.08	\$ 1,818.79
GASTO TRANSPORTE		\$ 144.00	\$ 144.37	\$ 144.75	\$ 145.13	\$ 145.50
GASTO ARRIENDO		\$ 3,000.00	\$ 3,007.80	\$ 3,015.62	\$ 3,023.46	\$ 3,031.32
GASTO PUBLICIDAD		\$ 6,420.00	\$ 6,436.69	\$ 6,453.43	\$ 6,470.21	\$ 6,487.03
OTROS GASTOS		\$ 360.00	\$ 360.94	\$ 361.87	\$ 362.82	\$ 363.76
GASTO IMPREVISTOS		\$ 364.77	\$ 365.72	\$ 366.67	\$ 367.62	\$ 368.58
GASTOS FINANCIEROS		\$ 7,249.27	\$ 5,547.98	\$ 3,591.50	\$ 1,341.55	\$ 0.00
15% EMPLEADOS		\$ 0.00	\$ 2,782.29	\$ 6,851.49	\$ 11,817.38	\$ 17,207.42
IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
PAGO DE CAPITAL PRÉSTAMO		\$ 11,341.93	\$ 13,043.22	\$ 14,999.70	\$ 17,249.65	\$ 0.00
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>-\$ 12,941.22</b>	<b>\$ 5,395.59</b>	<b>\$ 26,230.43</b>	<b>\$ 50,620.50</b>	<b>\$ 98,413.70</b>
EFECTIVO INICIAL	\$ 5,210.70	\$ 5,210.70	-\$ 7,730.52	-\$ 2,334.92	\$ 23,895.51	\$ 74,516.00
<b>EFECTIVO FINAL</b>	<b>\$ 5,210.70</b>	<b>-\$ 7,730.52</b>	<b>-\$ 2,334.92</b>	<b>\$ 23,895.51</b>	<b>\$ 74,516.00</b>	<b>\$ 172,929.71</b>

*Figura 35.* Flujo de caja proyectado

### 5.14.8. Evaluación económica

ESTRUCTURA DEL COSTO TOTAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 23,291.65	\$ 26,785.39	\$ 30,803.20	\$ 35,423.68	\$ 40,737.23
COSTO FIJO TOTAL	\$ 76,599.70	\$ 76,798.86	\$ 76,998.54	\$ 77,198.73	\$ 77,399.45
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 99,891.35	\$ 103,584.25	\$ 107,801.74	\$ 112,622.41	\$ 118,136.68
INGRESO TOTAL	\$ 144,000.00	\$ 168,912.00	\$ 198,133.78	\$ 232,410.92	\$ 272,618.01
<b>% UTILIDAD</b>	<b>44.16%</b>	<b>63.07%</b>	<b>83.79%</b>	<b>106.36%</b>	<b>130.76%</b>

*Figura 36.* Evaluación económica

El presente escenario se podrá ver reflejadas las utilidades por periodos que para el primer periodo la utilidad será de un 44.16%, para el segundo periodo la utilidad porcentual será del 63.07%, para el tercer periodo asciende al 83.79%, el cuarto periodo es de un 106.36% y el último periodo se tendría una utilidad de 130,76%.

#### Punto de equilibrio

Para determinar el cálculo de punto de equilibrio se debe cumplir con los siguientes parámetros o formula:

$$Pe = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$Pe = \frac{\$ 72,460.91}{1 - \frac{\$23,291.65}{\$144,000.00}}$$

$$Pe = \frac{\$ 72,460.91}{1 - \$0.16}$$

$$Pe = \frac{\$ 72,460.91}{\$0.84}$$

$$Pe = \$86,442.83$$

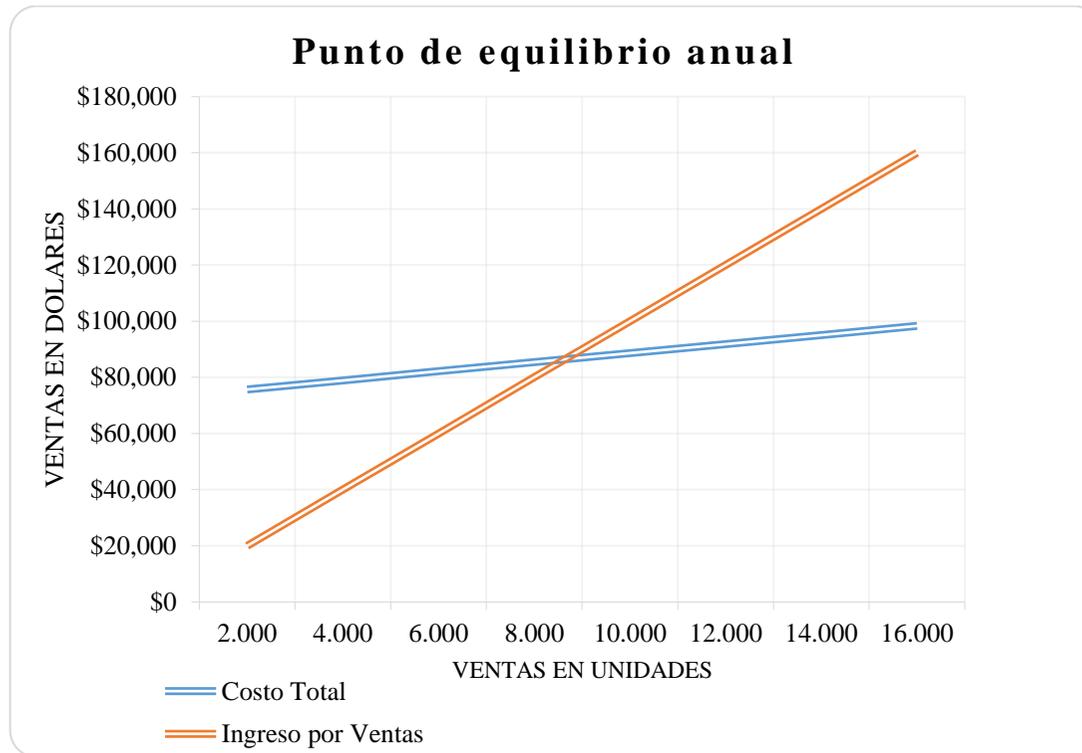
Con este resultado se entienden que la elaboración del vino de arroz en \$86,442.83 tendrá un equilibrio y que al brindar \$86,442.83 obtendrá ganancia.

**Punto de equilibrio**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio de Venta	\$ 10,00	\$ 10,20	\$ 10,40	\$ 10,61	\$ 10,82
(-) Costos Variables	\$ 1,62	\$ 1,40	\$ 1,22	\$ 1,06	\$ 0,92
(=) Contribución Marginal	\$ 8,38	\$ 8,80	\$ 9,19	\$ 9,56	\$ 9,91
<b>Costos Fijos</b>	\$ 72.460,91	\$ 72.272,51	\$ 72.084,61	\$ 71.897,19	\$ 71.710,25
Punto de Equilibrio Anual (unidades)	8.644	8.215	7.846	7.523	7.237
Punto de Equilibrio Mensual (unidades)	720	685	654	627	603
<b>Punto de Equilibrio Anual (dólares)</b>	<b>\$ 86.442,83</b>	<b>\$ 83.797,49</b>	<b>\$ 81.630,90</b>	<b>\$ 79.835,90</b>	<b>\$ 78.333,49</b>
Punto de Equilibrio Mensual (dólares)	\$ 7.203,57	\$ 6.983,12	\$ 6.802,58	\$ 6.652,99	\$ 6.527,79

*Figura 37.* Punto de equilibrio anual USD

El punto de equilibrio en el primer periodo se necesita que vender 8,644 unidades por un valor de \$86,442.83, para el segundo periodo el punto de equilibrio es de 8,215 unidades a un costo de 83,797.49, para el tercer periodo se tendrían que vender 7,846 con un costo de \$81,630.90, para el cuarto periodo las ventas deberían ser de 7,523 unidades a un costo de \$79,835.90 y el quinto periodo las ventas en unidades deberían de 7,237 las cuales tendrían un costo de \$78,333.49.



**Figura 38.** Gráfico de punto de equilibrio

### 5.14.9. Evaluación financiera

<b>FLUJO DE FONDOS PROYECTADO</b>						
<b>Vino de Arroz Israel</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
DESVENTAJA	-\$ 60,634.50					
VENTAJA	\$ 0.00	-\$ 12,941.22	\$ 5,395.59	\$ 26,230.43	\$ 50,620.50	\$ 98,413.70
VALOR RESIDUAL						\$ 7,596.50
FLUJO NETO	-\$ 60,634.50	-\$ 12,941.22	\$ 5,395.59	\$ 26,230.43	\$ 50,620.50	\$ 106,010.20
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 60,634.50	-\$ 12,308.56	\$ 4,880.94	\$ 22,568.44	\$ 41,424.24	\$ 82,510.23
		<b>VAN</b>				<b>\$ 78,440.79</b>
		<b>B/C</b>				<b>\$2.29</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
DESVENTAJA	-\$ 60,634.50					
VENTAJA	\$ 0.00	-\$ 12,941.22	\$ 5,395.59	\$ 26,230.43	\$ 50,620.50	\$ 98,413.70
VALOR RESIDUAL						\$ 7,596.50
FLUJO NETO	-\$ 60,634.50	-\$ 12,941.22	\$ 5,395.59	\$ 26,230.43	\$ 50,620.50	\$ 106,010.20
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 60,634.50	-\$ 10,304.34	\$ 3,420.81	\$ 13,241.60	\$ 20,347.29	\$ 33,929.14
		<b>TIR</b>				<b>26%</b>

**Figura 39.** Evaluación financiera

Mediante la evaluación financiera se pudo determinar que el Valor Actual Neto (VAN) fue de \$78,440.79 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) fue de 26%.

### 5.14.8. Relación beneficio – costo

<b>FLUJO DE FONDOS PROYECTADO</b>						
<b>Vino de Arroz Israel</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
DESVENTAJA	-\$ 63,403.18					
VENTAJA	\$ 0.00	\$ 17,757.17	\$ 33,150.41	\$ 51,096.73	\$ 71,707.06	\$ 116,486.53
VALOR RESIDUAL						\$ 7,596.50
FLUJO NETO	-\$ 63,403.18	\$ 17,757.17	\$ 33,150.41	\$ 51,096.73	\$ 71,707.06	\$ 124,083.03
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 63,403.18	\$ 16,889.07	\$ 29,988.38	\$ 43,963.19	\$ 58,679.99	\$ 96,576.74
<b>VAN</b>						<b>\$ 78,440.79</b>

*Figura 40.* Cálculo del VAN

Mediante el criterio del valor actual neto (VAN), determina que este proyecto es financieramente rentable, ya que la suma de su flujo neto de efectivo descontado no da un resultado de \$78,440.79 los cuales representan el margen de aceptación para este proyecto.

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Desventaja	-\$ 63,403.18					
Ventaja	\$ 0.00	\$ 17,757.17	\$ 33,150.41	\$ 51,096.73	\$ 71,707.06	\$ 116,486.53
Valor residual						\$ 7,596.50
Flujo neto	-\$ 63,403.18	\$ 17,757.17	\$ 33,150.41	\$ 51,096.73	\$ 71,707.06	\$ 124,083.03
Flujo actualizado	-\$ 63,403.18	\$ 11,347.62	\$ 13,537.89	\$ 13,334.79	\$ 11,958.75	\$ 13,224.14
<b>TIR</b>						<b>26%</b>

*Figura 41.* Cálculo del TIR

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR), se ha considerado previamente la inversión de \$63,403.18 los flujos neto de acuerdo con los ingresos y gastos dentro del periodo, así se estima que el valor TIR para centro es del 26%, cuando el de la TIR es mayor a la tasa de descuento significa que el proyecto es viable y rentable.

#### 5.14.10. Tiempo de recuperación de la inversión

Después de llevar a cabo el análisis financiero se determinó que el tiempo de recuperación de la inversión es de 2 años 2 meses.

Periodo	Flujo de Efectivo Proyectado	Flujo de Efectivo Acumulado
0	-\$ 60,634.50	-\$ 60,634.50
1	-\$ 12,941.22	-\$73,575.71
2	\$ 5,395.59	-\$68,180.12
3	\$ 26,230.43	-\$41,949.69
4	\$ 50,620.50	\$8,670.81
5	\$ 106,010.20	\$114,681.01
<b>PAYBACK:</b>		<b>3.8</b>
<b>TIEMPO:</b>	<b>3 AÑOS 8 MESES</b>	

*Figura 42.* Tiempo de recuperación de inversión

#### 5.14.11. Análisis de sensibilidad

<b>Pesimista</b>		
Tasa de descuento		5.14%
Tasa de crecimiento		10%
Periodo	Flujo de Efectivo Proyectado	Flujo de Efectivo Acumulado
0	-\$ 60,634.50	-\$ 60,634.50
1	-\$ 12,941.22	-\$73,575.71
2	\$ 143.09	-\$73,432.62
3	\$ 14,131.39	-\$59,301.24
4	\$ 29,716.41	-\$29,584.83
5	\$ 73,903.61	\$44,318.77
<b>VAN</b>	\$ 21,183.63	
<b>TIR</b>	12%	
<b>PAYBACK</b>	4 Años 2 mese	

*Figura 43.* Análisis de sensibilidad pesimista

El análisis de sensibilidad pesimista se pudo determinar que el valor actual neto (VAN) sería de \$21,183.63, la tasa interna de retorno (TIR) del 12% y el tiempo de recuperación de la inversión (PAYBACK) sería de 4 años 2 meses.

### Moderado

Tasa de descuento	5.14%
Tasa de crecimiento	15%

Periodo	Flujo de Efectivo Proyectado	Flujo de Efectivo Acumulado
0	-\$ 60,634.50	-\$ 60,634.50
1	-\$ 12,941.22	-\$73,575.71
2	\$ 5,395.59	-\$68,180.12
3	\$ 26,230.43	-\$41,949.69
4	\$ 50,620.50	\$8,670.81
5	\$ 106,010.20	\$114,681.01
<b>VAN</b>	\$ 78,440.79	
<b>TIR</b>	26%	
<b>PAYBACK</b>	3.8	

*Figura 44.* Análisis de sensibilidad moderado

El análisis de sensibilidad moderado dio un valor actual neto (VAN) de \$78,440.79, la tasa interna de retorno (TIR) del 26% y el tiempo de recuperación de la inversión (PAYBACK) sería de 3 años 8 meses.

### Optimista

Tasa de descuento	5.14%
Tasa de crecimiento	20%

Periodo	Flujo de Efectivo Proyectado	Flujo de Efectivo Acumulado
0	-\$ 60,634.50	-\$ 60,634.50
1	-\$ 12,941.22	-\$73,575.71
2	\$ 10,648.10	-\$62,927.61
3	\$ 38,867.21	-\$24,060.40
4	\$ 73,423.71	\$49,363.30
5	\$ 142,589.26	\$191,952.56
<b>VAN</b>	\$ 141,195.74	
<b>TIR</b>	38%	
<b>PAYBACK</b>	3.3	

*Figura 45.* Análisis de sensibilidad optimista

El análisis de sensibilidad optimista se determinó que el valor actual neto (VAN) de \$141,195.74 la tasa interna de retorno (TIR) del 38% y el tiempo de recuperación de la inversión (PAYBACK) sería de 3 años 3 meses.

### **5.15. Importancia**

La importancia de la investigación se ratifica en la gran demanda que tiene en la actualidad de los productos, los diferentes estudios realizados nos permiten determinar la viabilidad y rentabilidad de nuestro vino de arroz, desde el ámbito económico-financiera para su puesta en marcha.

### **5.16. Metas del proyecto**

Entre las metas planteadas con esta propuesta están:

- Optimizar y dinamizar la economía de tanto del Cantón Daule, generado nuevas plazas de empleos a través de la contratación de mano de obra directa e indirecta, y dando estricto cumplimiento a lo que determina las leyes laborales del país, así como las normativas en beneficios de nuestros empleados.
- Conseguir a corto plazo aumentar el nivel de ventas de un producto artesanal proyectado los objetivos planteados.

### **5.17. Finalidad de la propuesta**

La propuesta tiene la finalidad de impulsar el consumo de producto del vino de arroz en el Cantón Daule, ya que dicha materia no es aprovechada y utilizada de manera apropiada, lo que nos permitirá que nuestra idea de negocio sea una realidad, a través del desarrollo de actividad económica y financiera, las cuales nos indican y determinan la rentabilidad y utilidad del giro de este negocio.

## **Conclusión**

En el desarrollo de la propuesta, se determinaron los aspectos específicos con la relación a la implementación del proyecto. Se definieron los plazos de duración, así como la fecha de inicio y finalización del proyecto, los beneficiarios del proyecto.

A pesar que el análisis financieros realizado permitió identificar el proyecto es económica y financieramente viable; con base a las características del producto y el estudio de mercado, se pudo determinar que el proyecto es factible ya que la inversión será de bajo costo en comparación con otro tipos de empresas que se dedican a la elaboración de licores, ya que solo se realizara un préstamo a cuatro años con una tasa baja y la recuperación de la inversión se efectuara en dos años con cuatro meses, por ser la materia prima el arroz y la fábrica se encontrara en Daule que es conocida como la capital arrocera del Ecuador, no se va a tener escases de la materia prima y la encontraremos a un bajo costo lo cual ayudara a minimizar los costos de producción y por ende a una mayor utilidad.

## Referencias

- Maldonado, J. (11 de 5 de 2014). *fundamentos de gestión de proyectos*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-proyecto/>
- Ander, E. (2002). *La Practica de la animacion sociocultural*. Perú: Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Andreu, M. (2006). *Casos de Marketing y estrategia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion Introduccion a la Metodologia Cientifica*. Caracas : Editorial Episteme.
- Arturo. (18 de abril de 2012). Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-costo-beneficio/>
- Baena , G. (2014). *Metodologia de la investigacion* . Mexico: Grupo editorial patria.
- Becerra, V. (1 de 2 de 2013). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio>
- Bomberos. (2018). Obtenido de <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/preguntas-frecuentes/>
- Bomberos Daule. (2018). Obtenido de <http://bomberosdaule.gob.ec/inicio/>
- Campo, J. I. (30 de Julio de 2014). Obtenido de <http://gestionamundo.blogspot.com/2014/07/analisis-beneficio-costos.html>
- Cárdenas , R. (2016). *Costo I*. Mexico : Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Castro, H. (2015). *Ministro del Medio Ambiente Sociedades de Agricultores*.

Colombia: FEDERACIÓN NACIONAL DE ARROCEROS - FEDEARROZ.

Diario La Hora . (27 de Diciembre de 2019). *La hora lo que necesita saber*.

Obtenido de La hora lo que necesita saber:

<https://www.lahora.com.ec/noticia/1102238741/la-ley-de-emprendimiento-tendra-seis-pilares-para-fomentar-la-actividad-en-ecuador>

Duque, D. (11 de 2019). *La importancia del diagnóstico y línea base en la formulación de proyectos socioproductivos*. Obtenido de

<https://www.revistaespacios.com/a19v40n40/19404001.html>

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos Marketing* . Mexico: Ediciones Granica S.A.

Ecuador, B. C. (17 de 8 de 2017). *Previsiones Macroeconómicas del Ecuador*.

Obtenido de

[https://www.bce.fin.ec/images/BANCO\\_C\\_ECUADOR/PDF/PREVISIONES-MACROECONOMICAS-2017-2020.pdf](https://www.bce.fin.ec/images/BANCO_C_ECUADOR/PDF/PREVISIONES-MACROECONOMICAS-2017-2020.pdf)

Fernández. (23 de 5 de 2018). *expansion*. Obtenido de

<https://www.expansion.com/expansion-empleo/emprendedores/2018/07/23/5b55b31f468aeb6038b4608.html>

Fernández, S. (2007). *Los proyectos de Inversion* . Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Finder, L. (20 de 10 de 2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*.

Recuperado el 15 de 9 de 2019, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>

- Flores, L., Triviño, C., & Delgado, S. (2018). Importancia del capital de trabajo en los emprendimientos de bienes tangibles. *Universidad y Sociedad*.
- Flores, M., & Valenzuela, J. (2018). *Fundamentos de investigación educativa*. Monterrey: Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey.
- Foro Economico Mundial. (2015). *Informe Global sobre Tecnologías de la información 2015: TICs para el Crecimiento Inclusivo*. Obtenido de Informe Global sobre Tecnologías de la información 2015: TICs para el Crecimiento Inclusivo
- García, M. (2004). *Dirreccion Financiera*. Barcelona: Edicions UPC.
- García, M. (2008). *Las claves de la Publicidad*. Madrid: ESIC.
- Gómez, D. (2002). *Evaluacion de Impacto Ambiental*. España: Ediciones Mundi-Pensa.
- Gómez, M. (2006). *Introduccion a la Metodologia de la Investigacion Cientifica*. Argentina: Editorial Brujas.
- Gutiérrez, J. (2014). *El turismo que vemos y contamos. Técnicas de investigación social aplicadas al turismo*. Madrid: Editorial UNED.
- Hidalgo, F. (2014). *Agriculturas campesinas en Latinoamérica: propuestas y desafíos*. Quito- Ecuador: Editogran S. A.
- Horngren, T. (2000). *Introduccion a la Contabilidad Financiera*. Mexico: Pearson Educacion.
- Ilustre Municipalidad del Cantón Daule*. (2019). Obtenido de <https://www.daule.gob.ec/web/guest/datos-generales>

INEC . (2010). *Sectores municipales*. Guayaquil: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Inec. (2001). Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/POBLACION+POR+SEXO,+SEGUN+PROVINCIA,+PARROQUIA+Y+CANTON+DE+EMPADRONAMIENTO/>

Jibaja , F. (2010). *Diseño de un modelo de gestión para*. Quito - Ecuador : Universidad Andina.

Kloter, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. En *Fundamentos de Marketing Decimoprimer edición* (pág. 36). Pearson.

Lawrence, Gitman. (2007). En Gitman, & L. J., *Principios de administración financiera Decimoprimer edición* (pág. 49). México: Pearson.

*Ley de Gestion ambiental, codificacion*. (10 de 9 de 2004). Obtenido de

<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

Lusthaus, C., & Adrien, H. (2002). *Evaluación organizacional*. Washintong: IDB Bookstore.

Martinez, D., & Milla, A. (2005). *La elaboración del Plan estrategico y su implementación a traves del cuadro de mando integral*. España: Díaz de Santos.

Masats, J. (22 de 4 de 2019). *Botánica*. Obtenido de <https://www.botanical-online.com/botanica/arroz-caracteristicas>

Ministro de la salud publica. (1 de 2 de 2016). *NORMATIVA TECNICA SANITARIA*

*PARA ALIMENTOS PROCESADOS*. Obtenido de

[https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015-GGG_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf)

[content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015-](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015-GGG_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf)

[GGG\\_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015-GGG_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf)

[ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/ARCSA-DE-067-2015-GGG_NORMATIVA-T%C3%89CNICA-SANITARIA-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf)

Morejon, J. (4 de 11 de 2002). *Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador*.

Obtenido de [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/06/DECRETO-3253.pdf)

[content/uploads/downloads/2016/06/DECRETO-3253.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/06/DECRETO-3253.pdf)

Morse , J. (2003). *Asuntos criticos en los metodos de investigacion cualitativo*.

Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.

Namakforoosh, N. (2005). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Limusa.

Nassir, S. (2001). *Evaluación De Proyectos De Inversión En La Empresa*.

Argentina: PEARSON EDUCATION S.A.

*Normas Regulatoria para Cadenas de Supermercados y sus Proveedores*. (22 de 2

de 2017). Obtenido de Normas Regulatoria para Cadenas de Supermercados

y sus Proveedores: [https://www.nmslaw.com.ec/wp-](https://www.nmslaw.com.ec/wp-content/uploads/2017/03/MERCANTI-NORMAS_REGULATORIAS_PARA_CADENAS_DE_SUPERMERCADOS_Y_SUS_PROVEEDORES.pdf)

[content/uploads/2017/03/MERCANTI-](https://www.nmslaw.com.ec/wp-content/uploads/2017/03/MERCANTI-NORMAS_REGULATORIAS_PARA_CADENAS_DE_SUPERMERCADOS_Y_SUS_PROVEEDORES.pdf)

[NORMAS\\_REGULATORIAS\\_PARA\\_CADENAS\\_DE\\_SUPERMERCAD](https://www.nmslaw.com.ec/wp-content/uploads/2017/03/MERCANTI-NORMAS_REGULATORIAS_PARA_CADENAS_DE_SUPERMERCADOS_Y_SUS_PROVEEDORES.pdf)

[OS\\_Y\\_SUS\\_PROVEEDORES.pdf](https://www.nmslaw.com.ec/wp-content/uploads/2017/03/MERCANTI-NORMAS_REGULATORIAS_PARA_CADENAS_DE_SUPERMERCADOS_Y_SUS_PROVEEDORES.pdf)

Parra, R., & Toro, I. (2016). *Método y conocimiento: metodología de la*

*investigación*. Bogotá: Universidad Eafit.

Pérez. (5 de 12 de 2005). *La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial*. Obtenido de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352005000600004](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352005000600004)

Pérez. (2011). *Manual Marketing y Plan de Negocio de la Mricroempresa*. Madrid: Editorial CEP.

Pérez, J. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/costo/>

Plan Nacional del Desarrollo. (2017-2021). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2017-2021.compressed.pdf>

Porto, J., & Merino, M. (2014). Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/analisis-financiero/>

*Reglamento a Ley Organica Popular*. (22 de 3 de 2012). Obtenido de Reglamento a Ley Organica Popular: [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/a2\\_21\\_reg\\_LOEPS\\_mar\\_2018.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2018/04/a2_21_reg_LOEPS_mar_2018.pdf)

Rodríguez. (3 de 4 de 2018). Obtenido de <https://www.compartirpalabramaestra.org/actualidad/blog/estilo-de-vida-vs-proyecto-de-vida>

Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Universidad Juárez Autonoma de Tabasco.

Ruiz, J. (2012). *Metodologia de la investigacion cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Sacco , R., & Mazza, M. (2004). *Paidos Aprende a crea una microempresa*. Barcelona: Ediciones Paidos Ibérica S.A.

Santandreu, E. (2002). *Diccionario de Términos Financieros*. España: Ediciones Grancia,S.A.

Sanz, C. (2002). *Diccionario economico, conatble, comercial y financiero*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.,

Sapag, N. (2007). *Proyecto de Inversion Formulacion y Evaluacion*. Mexico: Pearson Educaxion de Mexico S.A. de C.V.

Sarmiento, M. (2007). *LA ENSEÑANZA DE LAS MATEMÁTICAS Y LAS NTIC*.  
Obtenido de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8927/D-TESIS\\_CAPITULO\\_2.pdf](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8927/D-TESIS_CAPITULO_2.pdf)

Superintendencia de Compañías, V. y. (12 de Septiembre de 2015). Obtenido de [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Rsv-denom.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Rsv-denom.pdf)

Tapia, M. (3 de 1 de 2017). *ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD DE PROYECTOS SOCIALES Y PRODUCTIVOS*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>

Tapia, M., & Granizo, S. (1 de 2017). *Estudio de pre-factibilidad de proyectos sociales y productivos*. Obtenido de

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>

Thompson, J. (17 de 4 de 2009). Obtenido de

<http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>

Torres, A. I. (2008). *Rentabilidad y Ventaja Comparativa*. Obtenido de

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

Urbina, B. (2010). En *Evaluación Proyectos* (pág. 2). Mexico: Mc Graw Hill.

Urbina, B. (2010). En *Evaluación Proyectos* (pág. 74). Mexico: Mc Graw Hill.

Vera, M. (2017). *Diagnóstico Y Análisis De La Comercialización De Arroz Para Elaborar Una Alternativa En Mejorar La Rentabilidad De Los Productores De La Zona De Babahoyo*. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.

Villacís, & Carrillo, D. (2012). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Quito-Ecuador: INEC.

Washington, D.C., & Lusthaus, C. (2002). *Evaluacion Organizacional*. Estado Unido de America: Banco Internacional de Desarrollo y Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo.

# Apéndices

## Apéndices A. Formato de encuesta



### Encuesta

Muy buenos días/tardes el día de hoy estamos llevando a cabo una encuesta para determinar la perfectibilidad de la producción de vino de arroz (Sake) en el Cantón Daule, por tal motivo le agradeceríamos su tiempo para que nos ayude con esta investigación:

#### **Objetivo:**

Determinar la pre-factibilidad del proyecto en la elaboración de vino de arroz (Sake) en el Cantón Daule.

#### **Instrucciones:**

- Lea detenidamente cada ítem
- Utilizar esfero azul o negro
- Subraya con una X la repuesta que según su criterio seria la correcta.

- Tiempo es de 20 minutos por preguntas

## CUESTIONARIO

1. ¿Consumes regularmente bebidas alcohólicas?

Si ( )

No ( )

2. ¿De los licores que se detalla a continuación cuál prefieres?

Zhumir ( ) Cantaclaro ( )

Garañón ( )

Cristal ( )

Otros ( )

3. ¿Con qué frecuencia consumes bebidas alcohólicas?

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

Anual ( )

4. ¿Qué cantidad de botellas de licor de tamaño pequeño (375ml) consumes mensualmente?

1-5 botellas ( )

6 -10 botellas ( )

16-20 botellas ( )

5. Al momento de escoger la marca del producto. ¿por qué lo hace?

Precio ( )

Grado alcohólico ( )

Calidad ( )

Grado de resaca ( )

6. ¿El precio del licor que Ud. adquiere en la actualidad como lo considera?

Barato ( )

Aceptable ( )

Caro ( )

7. ¿En qué lugar compra normalmente el producto?

Distribuidores ( )

Supermercado ( )

Licorerías ( )

Tienda ( )

Bodega ( )

8. ¿La calidad del producto que Ud. adquiere es?

Malo ( ) Regular ( ) Bueno ( ) Excelente ( )

9. ¿Estaría dispuesto a consumir Licor de Arroz (Sake) como variante o sustituto de los licores tradicionales?

Si ( ) No ( )

10. ¿Qué presentación prefiere al momento de adquirir el licor de arroz (Sake)?

Botella pequeña 375ml ( ) Botella grande 750ml ( )

11. ¿Cómo le gustaría conocer las bondades del licor de arroz (Sake)?

Radio ( ) Televisión ( ) Periódicos ( ) Internet ( ) Otros ( )

Gracias por su colaboración

## Apéndice B. Contrato de Arrendamiento

### MINUTA DE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE ESTABLECIMIENTO

Entre los suscritos a saber: \_\_\_\_\_, mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía N° \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, domiciliado en, \_\_\_\_\_ propietario del local ubicado en \_\_\_\_\_ quien para efectos de este contrato se denominará **arrendador**, de una parte, y de la otra \_\_\_\_\_, mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía N° \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ y quien para efectos de este contrato se denominará **arrendatario**, se ha celebrado el siguiente contrato de arrendamiento que se regirá por las disposiciones del Código de Comercio y en especial por las siguientes cláusulas:

**PRIMERA. Objeto.** El **arrendador** se compromete a conceder el uso y el goce del inmueble ubicado en \_\_\_\_\_.

**SEGUNDA: Precio del arrendamiento y Renta.** El presente contrato tendrá un valor de \_\_\_\_\_ el cual será pagado en rentas mensuales de \_\_\_\_\_ (\$) que se pagará dentro de los \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_) primeros días de cada mes.

**TERCERA Destinación.** El **arrendatario** se compromete a utilizar el inmueble para el funcionamiento de un establecimiento de comercio en el cual se desarrollaran únicamente las siguientes actividades \_\_\_\_\_, y no podrá ceder ni subarrendar total o parcialmente el bien sin autorización previa del arrendador salvo los casos señalados en el artículo 523 del C Co.

**CUARTA. Duración del contrato.** El término de este contrato es de \_\_\_\_\_ meses contados a partir del día \_\_\_\_\_ ( \_\_ ) del mes de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ (20\_\_ ), prorrogables automáticamente por el mismo término del contrato inicial, si ninguna de las partes manifiesta su intención de terminarlo, mediante aviso escrito dirigido a la otra parte, con treinta 6 meses de antelación a la fecha de terminación del contrato o de sus prorrogas.

Cuando el arrendatario haya ocupado no menos de dos años consecutivos el inmueble de comercio tendrá derecho a la renovación del contrato al vencimiento del mismo, salvo en los siguientes casos:

1. Cuando el arrendatario haya incumplido el contrato
2. Cuando el propietario necesita los inmuebles para su propia habitación o para un establecimiento suyo destinado a una empresa sustancialmente distinta de la que tuviere el arrendatario.
3. Cuando el inmueble deba ser reconstruido o reparado con obras necesarias que no puedan ejecutarse sin la entrega o desocupación o demolido por su estado de ruina o para la construcción de una obra nueva.

En los casos de los numerales 2 y 3 el arrendador desahuciara al arrendatario con no menos de 6 meses de anticipación a la fecha de terminación del contrato, so pena de que este se considere renovado o prorrogado en las mismas condiciones y por el mismo término del contrato inicial. Se exceptúan de lo anterior los casos en que el inmueble sea ocupado o demolido por orden de autoridad competente.

**QUINTA. Indemnizaciones.** Si el propietario no da a los locales el destino indicado o no da principio a las obras dentro de los tres meses siguientes a la fecha de la entrega deberá indemnizar al arrendatario los perjuicios causados según estimación de peritos y las demás indemnizaciones conforme al artículo 522 del C de Co.

**SEXTA. Subarriendo.** El arrendatario no podrá sin la autorización expresa o tácita del arrendador, subarrendar totalmente los locales o inmuebles, ni darles en

forma que lesione los derechos del arrendador una destinación distinta a la prevista en el contrato.

El arrendatario podrá subarrendar hasta la mitad los inmuebles con la misma limitación.

La cesión del contrato será válida cuando la autorice el arrendador o sea consecuencia de la enajenación del respectivo establecimiento de comercio.

#### **SEPTIMA. Obligaciones del arrendatario.**

1. Cancelar el canon o precio de arrendamiento por el valor y la puntualidad establecida en este contrato.

2. Restituir el inmueble a **EL ARRENDATARIO** al terminar este contrato, o sus prorrogas, en el mismo estado en el que lo recibe.

3. Efectuar las reparaciones locativas.

4. Efectuar las mejoras necesarias cuando sea por causa de hechos culposos o dolosos realizados por **EL ARRENDATARIO** o sus dependientes.

5. Cancelar los servicios públicos de energía eléctrica, teléfono, acueducto, gas y alcantarillado que sean utilizados en el inmueble.

#### **OCTAVA. Obligaciones del arrendador:**

1. Conceder el uso y goce del inmueble y los elementos que lo integran a **EL ARRENDATARIO** en la fecha y condiciones establecidas en este contrato.

**NOVENA. Incumplimiento del contrato.** El incumplimiento de las obligaciones que la ley o el contrato exija, dará lugar al contratante cumplido a terminar el contrato

y a exigir indemnización de los perjuicios causados. Así mismo, el incumplimiento de cualquiera de las obligaciones por parte del **ARRENDATARIO** dará derecho al **ARRENDADOR** a resolver el contrato, a exigir la restitución inmediata del inmueble, sin necesidad de desahucio ni requerimiento alguno, y a cobrar los perjuicios causados por el incumplimiento.

**DECIMA. Solución de controversias.** Las partes aceptan solucionar sus diferencias por trámite conciliatorio en el Centro de Conciliación de la Cámara de Comercio de Tunja. En el evento que la conciliación resulte fallida, se obligan a someter sus diferencias a la decisión de un tribunal arbitral el cual fallará en derecho, renunciando a hacer sus pretensiones ante los jueces ordinarios, este tribunal se conformara conforme a las reglas del centro de conciliación y arbitraje de la cámara de comercio de Tunja quien designara los árbitros requeridos conforme a la cuantía de las pretensiones del conflicto sometido a su conocimiento.

Para constancia se firma en \_\_\_\_\_ a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de dos mil \_\_\_\_\_ (20\_\_).

\_\_\_\_\_

**C.C.**

**ARRENDATARIO**

\_\_\_\_\_

**C.C.**

**ARRENDADOR**

## Apéndice C. Registro Sanitario

### Registro sanitario

#### Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818

##### ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS

##### **PLANTAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y ADITIVOS ALIMENTARIOS; MOLINOS Y PANADERIAS (Industria – Mediana Industria – Pequeña Industria – Artesanal – Microempresa)**

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
  - Copia del RUC actualizado del establecimiento
  - Planos de la planta industrial procesadora de alimentos en escala 1:50 con la distribución de las áreas correspondientes y flujo de proceso.
  - Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
  - Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
  - Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal
  - Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal
  - Copia certificada o notariada del título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioquímico o Químico Farmacéutico de Alimentos) registrado en el Ministerio de Salud Pública, (excepto molinos y panaderías artesanales).
  - Copia del registro del título en el SENESCYT.
  - Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
  - Copia del certificado de capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura debidamente validado por la DPSP
  - Certificado de categoría de la fábrica otorgada por el Ministerio de Industrias y Productividad - Subsecretaría de la Calidad - Dirección de Desarrollo de MIPYMES (Solo locales nuevos).
  - Procesos de elaboración de productos con guía de buenas prácticas y condiciones higiénicas sanitarias, suscritos por el representante Técnico: (excepto molinos y panaderías artesanales).
- 
- Descripción detallada de los productos, su proceso de producción, sistema de almacenamiento y conservación
  - Lista seleccionada de proveedores de ingredientes y/o productos alimenticios
  - Descripción del sistema de envasado y rótulo en idioma Castellano cumpliendo normas INEN de ser el caso



## **Apéndice D. Ley de defensa al artesano**

### **Ley de defensa al artesano**

#### **Beneficios**

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

#### **Laborales**

- Exoneración de pago de décimo tercero, décimo cuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

#### **Sociales**

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

#### **Tributarios**

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta

- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal

## Apéndice E. Cotización Proveedores

### Cotización Proveedores

Nombre del Equipo	Proveedor	Características	Precio
Puerta Enrollables	Puertas Gamboa	Metálica enrollable de 3 mts x 5 mts	\$500
	San Vicente	Metálica enrollable de 3 mts x 5 mts	\$580
	Altamax	Metálica enrollable de 3 mts x 5 mts	\$600
Sillas	Indumaster S.A.	Silla oficina ejecutiva	110
	Provefabrica C.A.	Silla oficina ejecutiva	150
	Auron S.A.	Silla oficina ejecutiva	900
Escritorios	Indumaster S.A.	Escritorio ejecutivo	250
	Provefabrica C.A.	Escritorio ejecutivo	300
	Auron S.A.	Escritorio ejecutivo	280
Computadoras	Novicompu	Computadoras pantalla 14 HP	450

	Debsa	Computadoras pantalla 14 HP	500
	Compuzone	Computadoras pantalla 14 HP	480
	Chevrolet	5 toneladas	50000
Camión	Toyota	5 toneladas	60000
	Hino	5 toneladas	55000
	Indumaster S.A.	Mesas básicas horizontales	130
Mesas para comedor	Provefabrica C.A.	Mesas básicas horizontales	180
	Auron S.A.	Mesas básicas horizontales	150
	Indumaster S.A.	Mesas para reuniones	300
Mesas para reuniones	Provefabrica C.A.	Mesas para reuniones	380
	Auron S.A.	Mesas para reuniones	400
	Improseg	Extintores de 10 lbs.	25
Extintores	Veseind	Extintores de 10 lbs.	20
	Extinsol	Extintores de 10 lbs.	22

Extintores	Improseg	Extintores de 20 lbs.	35
	Veseind	Extintores de 20 lbs.	38
	Extinsol	Extintores de 20 lbs.	35

Proforma de insumos requeridos					
Área		Insumos	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
Caja	1	Escritorio tipo L 120 cm*60cm	\$115,00	\$125,00	\$129,00
	1	Silla ergonómica	\$25,00	\$27,00	\$31,00
	1	Archivador aéreo metálico 120cm	\$130,00	\$134,00	\$145,00
	1	Computadora de escritorio xtratech	\$540,00	\$549,00	\$590,00
	1	Impresora tinta continua Epson	\$164,00	\$120,00	\$170,00
	1	Caja registradora Casio Se-s800	\$340,00	\$360,00	\$360,99
	1	Teléfono inalámbrico Panasonic	\$35,00	\$39,00	\$45,00
	3	Resmas Xerox 75 gr A4	\$74,25	\$75,00	\$74,97
	4	Folders 3 argollas, capacidad 200 hojas	\$18,00	\$18,60	\$19,60
	4	Tinta de impresora premium Epson	\$48,00	\$54,00	\$55,00
	2	Lapiceros	\$2,20	\$2,00	\$2,30
	10	Bolígrafos tinta azul y negra	\$7,50	\$8,00	\$10,00
	1	Basurero	\$1,50	\$0,90	\$2,25
	6	Candados	\$39,00	\$41,10	\$35,94
	1	Tomacorriente	\$25,00	\$27,75	\$28,00
	1	Punto de luz	\$25,00	\$24,99	\$26,25
	Área de venta	4	Perchas	\$140,00	\$152,00
1		Vitrina	\$199,00	\$210,00	\$225,00
1		Extintor 10 lbs.	\$17,00	\$17,99	\$20,00
1		Tomacorriente	\$25,00	\$27,75	\$28,00
2		Punto de luz	\$50,00	\$49,98	\$52,50
Baño	1	Basurero	\$1,50	\$0,90	\$2,25
	1	Escoba	\$2,40	\$2,50	\$2,50
	1	Trapeador	\$9,90	\$10,00	\$11,99
	4	Jabón líquido antibacterial 500 ml	\$12,40	\$12,60	\$14,60
	2	Aromatizante 400 ml	\$9,20	\$10,00	\$9,50
	4	Desinfectante para piso Clean AEMC	\$70,00	\$69,76	\$72,00
	1	Dispensador de papel higiénico	\$9,75	\$15,00	\$22,00
	2	Papel higiénico rollo industrial	\$1,60	\$2,00	\$1,85
	1	Tomacorriente	\$25,00	\$27,75	\$28,00
	1	Punto de luz	\$25,00	\$24,99	\$26,25
Área de bodega	8	Pallets 102cm*120cm	\$80,00	\$92,00	\$120,00
	3	Basureros	\$4,50	\$2,70	\$6,75
	1	Kit antiderrame	\$75,61	\$75,99	\$77,50
	1	Extintor 10 lbs.	\$17,00	\$17,99	\$20,00
	1	Botiquín de pared	\$26,99	\$26,75	\$28,00
	1	Aire acondicionado TLC 24000 BTU	\$468,00	\$484,99	\$479,00
	1	Extractor de aire tipo industrial 180 Watts	\$251,00	\$251,00	\$265,00
	1	Tomacorriente	\$25,00	\$27,75	\$28,00
	2	Punto de luz	\$50,00	\$49,98	\$52,50
			<b>Total</b>	<b>\$3.185,30</b>	<b>\$3.268,71</b>