

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN EL CARMEN



CARRERA DE FINANZAS

**INFORME DE PROYECTO DE DESARROLLO DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE QUESO ARTESANAL**

AUTOR:

BRYAN ALEXANDER CASTRO DELGADO

TUTOR:

Ing. Pablo Edison Ávila Ramírez, PhD

El Carmen, 28 de agosto del 2026

Certificación

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Extensión de El Carmen de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante BRYAN ALEXANDER CASTRO DELGADO, legalmente matriculado en la carrera de Finanzas, período académico 2025 (2) - 2026 (1), cumpliendo el total de 336 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESO ARTESANAL".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

El Carmen, 27 de julio de 2026

Lo certifico,



Ing. Pablo Edison Ávila Ramírez, PhD
Docente Tutor(a)
Área: Gestión Financiera y Administrativa

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

Aprobación del Proyecto de Investigación



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

EXTENSIÓN EL CARMEN

Aprobación del Proyecto de Investigación

Los miembros del tribunal examinador dan por aprobado el informe del proyecto de investigación con el tema: "Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de queso artesanal en el cantón el Carmen", de su autor Bryan Alexander Castro Delgado estudiante de la Carrera de Finanzas y como tutor Pablo Edison Ávila Ramírez, PhD.

El Carmen 26 de agosto del 2026

Mg. Martha Margarita Minaya Macias
PRESIDENTA TRIBUNAL

Mg. Marlon Paul Serrano Valdiviezo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dra. Nelly Yolanda Moreira Mero, PhD
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Declaración de Autoría



Declaración de Autoría

Yo Bryan Alexander Castro Delgado con cédula de ciudadanía 131796882-2, estudiante de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión El Carmen, de la Carrera de Finanzas, declaro que las opiniones, criterios y resultados encontrados en las aplicaciones de los diferentes instrumentos de investigación, que están resumidos en las recomendaciones y conclusiones de la presente investigación con el tema: “Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de queso artesanal”, son información exclusiva de su autor, apoyados por el criterio de profesionales de diferentes índoles, presentados en la bibliografía que fundamenta este trabajo; al mismo tiempo declaro que el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión El Carmen.

El Carmen-Manabí,

Bryan Alexander Castro Delgado

C.I.1317968822

AUTOR

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación, en primer lugar, a Dios, por brindarme salud, sabiduría, fortaleza y la oportunidad de culminar una etapa importante de mi formación profesional. Su guía y bendiciones fueron fundamentales para afrontar cada reto y alcanzar esta meta académica.

A mis padres, por su amor incondicional, esfuerzo, sacrificio y apoyo constante durante toda mi formación. Gracias por creer en mí, motivarme a seguir adelante y enseñarme que la perseverancia, la responsabilidad y el trabajo son la base para alcanzar los sueños.

A mi familia, por su comprensión, paciencia y palabras de aliento en los momentos más difíciles, convirtiéndose en un pilar fundamental para lograr la culminación de esta investigación.

A mi tutor de tesis, por su orientación, dedicación, conocimientos y acompañamiento durante el desarrollo de este trabajo. Sus observaciones, recomendaciones y experiencia académica fueron esenciales para fortalecer la calidad de esta investigación y contribuir a mi crecimiento profesional.

Finalmente, dedico este logro a todas las personas que, de una u otra manera, me brindaron su apoyo, confianza y motivación para cumplir este objetivo. Este trabajo representa el resultado del esfuerzo, la constancia y el compromiso asumido durante mi formación universitaria, y constituye un paso importante hacia mi desarrollo profesional.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para continuar con mi formación académica y superar cada uno de los desafíos que se presentaron durante este proceso.

Agradezco profundamente a mi familia por su apoyo incondicional, comprensión y confianza, quienes estuvieron presentes en cada etapa de mi carrera universitaria y me motivaron a seguir adelante para alcanzar mis objetivos.

Expreso también mi sincero agradecimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente y adquirir los conocimientos necesarios para mi desarrollo académico y personal.

A mis docentes, por compartir sus conocimientos, experiencias y enseñanzas, contribuyendo de manera significativa a mi formación como profesional en el área de Finanzas. De manera especial, agradezco a mi tutor y a todas las personas que aportaron con sus orientaciones y recomendaciones para el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, agradezco a todas las personas que participaron y colaboraron en la realización de este trabajo, especialmente a quienes proporcionaron información mediante las encuestas y permitieron obtener los datos necesarios para desarrollar el estudio de factibilidad para la producción y comercialización de queso artesanal en el cantón El Carmen.

A todos, mi más sincero agradecimiento.

Índice

Portada	I
Certificación.....	II
Declaración de Autoría	IV
Aprobación del Proyecto de Investigación	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	VI
Índice.....	VII
Índice de tablas	XII
Índice de figuras.....	XV
Índice de Anexos.....	XX
Resumen.....	XXI
Palabras clave:	XXII
Abstract	XXII
Keywords:	XXIII
Introducción	XXIII
CAPÍTULO I	1
1. Marco Teórico.....	1
1.1. Estudio de factibilidad.....	1
1.1.1. Factibilidad técnica.....	2
1.1.2. Factibilidad económica.....	2
1.1.3. Factibilidad del mercado	3
1.1.4. Estudio ambiental	4
1.1.5. Procesos productivos	4
1.1.6. Costo de inversión	5
1.1.7. Demanda.....	6
1.1.8. Precio.....	6
1.1.9. Canales de distribución.....	7
1.1.10. Comercialización de queso artesanal	8
1.1.11. Estrategia de comercialización	8
1.1.12. Mercado objetivo	9
1.1.13. Canales de distribución.....	10
1.1.14. Nivel de aceptación del producto.....	10

1.1.15.	Cantidad de ventas proyectadas	11
1.1.16.	Precio y costo asociado a la comercialización	12
CAPÍTULO II		14
2.	Diagnostico o Estudio de Campo.....	14
2.1.	Naturaleza de la Empresa	14
2.2.	Nombre de la empresa.....	14
2.3.	Producto	14
2.4.	Número de empleados	15
2.5.	Tipo de mercado.....	15
2.6.	Descripción de la Empresa.....	15
2.7.	Aspecto de Mercado.....	15
2.7.1.	Participación de la competencia del mercado	15
2.7.2.	Distribución de puntos de ventas	16
2.7.3.	Diseño del proceso:.....	18
	Productor:	18
	Coordinador:	18
	Minorista:.....	18
2.7.4.	Promoción de producto y servicio	18
2.7.5.	Publicidad	18
2.7.6.	Promoción de ventas	19
2.7.7.	Demostraciones y degustaciones	19
2.7.8.	Promoción de ventas	19
2.7.8.1.	Bonificaciones por volumen:.....	19
2.7.8.2.	Degustaciones en puntos de venta:	19
2.7.8.3.	Combos promocionales:	19
2.7.9.	Marcas.....	20
2.7.10.	Etiquetas	20
2.7.11.	Empaque.....	21
2.7.12.	Fijación de política y precio	21
2.8.	Aspecto Técnico.....	22
2.8.1.	Localización optima de la planta	22
2.8.2.	Factores de localización Los factores considerados	23
2.8.3.	Matriz de ponderación por puntos	23
2.8.4.	Tamaño óptimo de la planta.....	23

2.8.4.1.	Capacidad y demanda	23
2.8.4.2.	Capacidad y suministros.....	24
2.8.4.3.	Capacidad y tecnología	24
2.8.4.4.	Capacidad y financiamiento.....	24
2.8.4.5.	Capacidad y organización	24
2.8.5.	Proceso Productivo	24
2.8.6.	Maquinaria y equipo	25
2.8.6.1.	Pasteurizador	25
2.8.6.2.	Prensa para queso.....	26
2.8.6.3.	Selladora al vacío	27
2.8.6.4.	Cámara de refrigeración	27
2.8.6.5.	Mesa de acero inoxidable	28
Equipos		28
2.8.6.6.	Moldes para queso.....	28
2.8.6.7.	Liras o cuchillas para cortes de cuajada.....	29
2.1.1.1.	Cubetas de acero inoxidable	29
2.1.1.1.	Tonómetros y medidores de temperatura	30
2.1.1.1.	Balanzas.....	30
2.1.1.2.	Uniforme guates y elementos de higienes	30
2.1.1.3.	Contenedores para sueros	31
2.1.1.4.	Carros de transportes internos	31
2.2.	Marco Estratégico Empresarial	31
2.2.1.	Misión	31
2.2.2.	Visión.....	32
2.2.3.	Valores corporativos	32
2.2.4.	Organigrama	33
2.2.5.	Logotipo.....	34
2.2.6.	Eslogan.....	34
2.3.	Metodología	34
2.3.1.	Enfoque	34
2.3.2.	Tipo de investigación.....	35
2.3.3.	Métodos.....	36
2.3.3.1.	Método inductivo.....	36
2.3.3.2.	Método deductivo.....	36

2.3.3.3. Método analítico	37
2.3.4. Técnica	37
2.3.4.1. Encuesta	37
2.3.5. Población.....	38
2.3.6. Muestra	38
2.4. Aplicación de la encuesta.....	39
Análisis del rango de edad:	39
Análisis de la variable de género:	40
Análisis del consumo regular de queso:	41
Análisis de la frecuencia de consumo de queso:	42
Análisis del tipo de queso preferido:	43
Análisis del lugar habitual de compra:	43
Análisis de los factores considerados al comprar queso:	44
Análisis de la preferencia entre queso nacional e importado:	45
Análisis de la disposición de pago por 5 libras de queso:	46
Análisis de la presentación preferida:.....	46
Análisis de los canales preferido para adquirir el queso:	47
Análisis de las encuesta	47
Capítulo III.....	50
3. Diseño de la Propuesta.....	50
3.1. Título.....	50
3.2. Justificación.....	50
3.3. Objetivo General	51
3.3.1. Objetivos Específico	51
3.4. Alcance.....	51
3.5. Base Legal	52
3.6. Desarrollo de la Propuesta.....	53
1. Introducción	54
1. Abreviatura	55
2. Simbología	56
3. Base legal.....	57
3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008).....	57
3.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).	57
3.3. Ley Orgánica de Salud.	58

3.4.	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).....	58
3.5.	Norma Técnica Ecuatoriana INEN aplicable al queso.....	59
3.6.	Código de Comercio.....	60
3.7.	Ley Régimen Tributario Interno (LRTI).....	60
3.8.	Código Tributario.....	61
3.9.	Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	62
3.10.	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.....	62
3.11.	Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para establecimientos de alimentos procesados	63
3.12.	Código del Trabajador en Ecuador.....	63
4.	Factibilidad económica y financiera	65
4.1.	Plan de inversión	65
4.2.	Costo promedio ponderado	66
4.3.	Resume de fuente de inversión interna y externa.....	67
4.4.	Resumen de costo.....	68
4.5.	Hoja de costo.....	70
4.6.	Costo fijo variables.....	71
4.7.	Análisis de punto de equilibrio	72
4.8.	Estado de resultado del proyecto.....	73
4.9.	Estado de situación financiera.....	75
4.10.	Flujo de caja del proyecto.....	76
4.11.	Evaluación económica financiera.....	77
4.12.	Análisis financiero	79
4.13.	Análisis de sensibilidad	82
6.	Conclusiones	84
5.	Recomendaciones	85
6.	Bibliografía	86
7.	Anexos	90

Índice de tablas

Tabla 1	18
<i>Diseño del proceso</i>	18
Tabal 2	23
<i>Factores de localización</i>	23
Tabla 3	23
<i>Matriz de ponderación por puntos</i>	23
Tabla 4	32
<i>Valores corporativos</i>	32
Tabla 5	55
<i>Abreviatura</i>	55
Tabla 6	56
<i>Simbología</i>	56
Tabla 7	65
<i>Plan de inversión</i>	65
Tabla 8	66
<i>Costo promedio ponderado</i>	66
Tabla 9	67
<i>Fuente de inversión interna y externa</i>	67
Tabla 10	72
<i>Punto de equilibrio</i>	72
Tabla 11	90
<i>Capacidad de producción</i>	90
Tabla 12	90
<i>Capacidad de producción</i>	90
Tabla 13	90
<i>Capacidad de producción</i>	90
Tabal 14	91
<i>Demanda potencial insatisfecha</i>	91
Tabla 15	91
<i>Población ciudad de Guayaquil</i>	91
Tabal 16	91
<i>Capacidad de producción</i>	91

Tabla 17	92
<i>Capacidad de producción</i>	92
Tabla 18	92
<i>Materia prima</i>	92
Tabla 19	93
<i>Costo/materia prima</i>	93
Tabla 20	93
<i>Mano de obra</i>	93
Tabla 21	93
<i>Mano de obra</i>	93
Tabla 22	94
<i>Mano de obra indirecta</i>	94
Tabla 23	95
<i>Precios de materiales indirectos</i>	95
Tabla 24	95
<i>Energía Eléctrica del Áreas de Producción</i>	95
Tabla 25	96
<i>OTROS CIF</i>	96
Tabla 26	96
<i>Gastos administrativos</i>	96
Tabla 27	97
<i>Energía Eléctrica del Áreas Administrativas</i>	97
Tabla 28	97
<i>Gasto administrativo</i>	97
Tabla 29	97
<i>Precio de gasto de publicidad</i>	97
Tabla 30	98
<i>Gasto de constitución</i>	98
Tabla 31	99
<i>Gasto de patente</i>	99
Tabla 32	99
<i>Gasto de adecuación</i>	99
Tabla 33	101
<i>Escenario moderado</i>	101

Tabla 34	101
<i>Escenario pesimista</i>	101
Tabla 35	106
<i>Depreciación y amortización</i>	106
Tabla 36	106
<i>Depreciación</i>	106
Tabla 37	107
<i>Meto francés</i>	107
Tabla 38	109
<i>TMAR recurso propios</i>	109
Tabla 39	109
<i>Recurso de terceros</i>	109
Tabla 40	109
<i>Aporte de socios</i>	109
Tabla 41	110
<i>Fuentes externas/créditos</i>	110
Tabla 42	110
<i>Insumos</i>	110
Tabla 43	110
<i>Suministro</i>	110
Tabla 44	111
<i>Menaje</i>	111
Tabla 45	111
<i>Menaje</i>	111
Tabla 46	111
<i>Equipo de cómputo</i>	111
Tabla 47	112
<i>Muebles de oficina</i>	112
Tabla 48	112
<i>Útiles de oficina</i>	112
Tabla 49	113
<i>Suministro de aseo y limpieza</i>	113

Índice de figuras

Figura 1	20
<i>Etiqueta</i>	20
Figura 2	21
<i>Empaque</i>	21
Figura 3	25
<i>Pasteurizador</i>	25
Figura 4	26
<i>Presa para queso</i>	26
Figura 5	27
<i>Selladora al vacío</i>	27
Figura 6	27
<i>Cámara de refrigeración</i>	27
Figura 7	28
<i>Mesa de acero inoxidable</i>	28
Figura 8	28
<i>Moldes para queso</i>	28
Figura 9	29
<i>Liras o cuchillas para cortes de cuajada</i>	29
Figura 10	29
<i>Cubetas de acero inoxidable</i>	29
Figura 11	30
<i>Tonómetros y medidores de temperatura</i>	30
Figura 12	30
<i>Balanzas</i>	30
Figura 13	30
<i>Uniformes guantes y elementos de higienes</i>	30
Figura 14	31
<i>Contenedores para sueros</i>	31
Figura 15	31
<i>Carros de transporte internos</i>	31
Figura 16	33
<i>Organigrama</i>	33

Figura 17	34
<i>Logotipo</i>	34
Figura 18	39
<i>Rango de edad</i>	39
Figura 19	40
<i>Cuál es su género</i>	40
Figura 20	41
<i>Consume queso regularmente</i>	41
Figura 21	42
<i>Con que frecuencia consume queso</i>	42
Figura 22	42
<i>Qué tipo de queso prefiere</i>	42
Figura 23	43
<i>Dónde suele comprar queso</i>	43
Figura 24	44
<i>Qué factores son más importantes para usted al comprar queso</i>	44
Figura 25	45
<i>Prefiere queso nacional o importado</i>	45
Figura 26	45
<i>Cuanto estaría dispuesto a pagar 5 lb de queso fresco de calidad Premium</i>	45
Figura 27	46
<i>Qué tamaño de presentación prefiere</i>	46
Figura 28	47
<i>Qué canales preferiría para adquirir este queso</i>	47
Figura 29	49
<i>Diagrama de flujo</i>	49
Figura 30	68
<i>Resumen de costo</i>	68
Figura 31	70
<i>Hoja de costos</i>	70
Figura 32	71
<i>Costos fijos y variables</i>	71
Figura 33	73
<i>Estado de resultado</i>	73

Figura 34	75
<i>Estado de situación</i>	75
Figura 35	76
<i>Flujo de caja</i>	76
Figura 36	77
<i>Evaluación financiera</i>	77
Figura 37	79
<i>Análisis financiero</i>	79
Figura 38	81
<i>Análisis financiero</i>	81
Figura 39	82
<i>Análisis de sensibilidad</i>	82
Figura 40	84
<i>Análisis de sensibilidad</i>	84
Figura 41	93
<i>Materia prima indirecta</i>	93
Figura 42	94
<i>Mano de obra directa</i>	94
Figura 43	94
<i>Mano de obra indirecta</i>	94
Figura 44	95
<i>Materiales indirectos</i>	95
Figura 45	95
<i>Materiales indirectos</i>	95
Figura 46	96
<i>Presupuesto otros cif</i>	96
Figura 47	96
<i>Presupuesto de gasto administrativo</i>	96
Figura 48	97
<i>Presupuesto de gastos administrativo</i>	97
Figura 49	98
<i>Presupuesto de gasto de publicidad</i>	98
Figura 50	99
<i>Presupuesto de gastos de constitución</i>	99

Figura 51	100
<i>Escenario moderado</i>	100
Figura 52	100
<i>Escenario pesimista</i>	100
Figura 53	102
<i>Escenario moderado</i>	102
Figura 54	102
<i>Escenario pesimista</i>	102
Figura 55	103
<i>Escenario moderado</i>	103
Figura 56	103
<i>Escenario pesimista</i>	103
Figura 57	103
<i>Escenario moderado</i>	103
Figura 58	104
<i>Escenario pesimista</i>	104
Figura 59	104
<i>Escenario moderado</i>	104
Figura 60	105
<i>Escenario pesimista</i>	105
Figura 61	105
<i>Escenario moderado</i>	105
Figura 62	106
<i>Escenario pesimista</i>	106
Figura 63	107
<i>Depreciación</i>	107
Figura 64	108
<i>Escenario moderado</i>	108
Figura 65	108
<i>Escenario pesimista</i>	108
Figura 66	114
Figura 67	115
Figura 68	116
Figura 69	117

Figura 70	118
Figura 71	119
Figura 72	120
Figura 73	121
Figura 74	122
Figura 75	123
Figura 76	124
Figura 77	125
Figura 78	126
Figura 79	127
Figura 80	128

Índice de Anexos

7.1.	Capacidad de producción	90
7.2.	Materia prima.....	92
7.3.	Mano de obra	93
7.4.	Mano de obra indirecta	94
7.5.	Costo indirecto de fabricación	95
7.6.	Gastos administrativos	96
7.7.	Gasto de publicidad.....	97
7.8.	Gasto de constitución	98
7.9.	Hoja de costo.....	100
7.10.	Punto de equilibrio	101
7.11.	Costo fijo y variable	102
7.12.	Proyección de costos	103
7.13.	Resume de costo y gasto	103
7.14.	Estado de resultado.....	104
7.15.	Flujo de caja	105
7.16.	Depreciación y amortización.....	106
7.17.	Estado de situación inicial.....	108
7.18.	Plan de inversión	109
7.19.	Presupuesto.....	110
7.20.	Validación de las preguntas.....	114
7.21.	Anti plagio.....	126

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de queso artesanal en el cantón el Carmen, con la finalidad de determinar la viabilidad técnica, comercial, organizacional, legal y financiera del proyecto. La problemática identificada se relacionó con la limitada planificación técnica y financiera de los pequeños productores, a la escasa aplicación de estrategia de comercialización y el reducido aprovechamiento del potencial productivo del sector, factores que llaga a afectar su competitividad y crecimiento en el mercado. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, de campo y un diseño no experimental. Como métodos utilizados de la investigación se emplearon el método inductivo y analítico, mientras que la técnica que se utilizó fu la encuesta, donde se consideró como población a los habitantes del cantón El Carmen, correspondiente a 84.141 habitantes, de los cuales se obtuvo una muestra de 382 potenciales consumidores mediante la aplicación de un cuestionario estructurado, lo cual permitió recopilar información sobre hábitos de consumo, preferencias, frecuencia de compra y disposición de pago. Los resultados se evidencio una alta aceptación de queso artesanal y una demanda favorable para su comercialización, además se demostró, mediante la evaluación financiera, que el proyecto presenta indicadores positivos de rentabilidad, reflejando un Valor Actual Neto (VAN) positivo, una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior a la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), un Índice de Rentabilidad (IR) mayor a uno y un período de recuperación de la inversión aceptable, confirmando la viabilidad económica de la propuesta. En consecuencia, se planteó un estudio de factibilidad que integra los estudios de mercado, técnico, organizacional, legal y financiero, proporcionando una alternativa sostenible para fortalecer la producción y comercialización de queso artesanal, incrementar la rentabilidad del emprendimiento y contribuir al desarrollo económico del cantón El Carmen.

Palabras clave: Estudio de factibilidad; producción; comercialización; queso artesanal; viabilidad financiera; análisis de mercado; rentabilidad.

Abstract

The objective of this research was to develop a feasibility study for the production and commercialization of artisanal cheese in the canton of El Carmen, with the purpose of determining the technical, commercial, organizational, legal, and financial feasibility of the project. The identified problem was related to the limited technical and financial planning of small-scale producers, the limited application of marketing strategies, and the insufficient utilization of the productive potential of the sector. These factors may affect their competitiveness and growth in the market.

The research was conducted using a quantitative approach, with a descriptive and field-based level, and a non-experimental research design. The inductive and analytical methods were applied, while the survey was used as the main data collection technique. The study population consisted of 84,141 inhabitants of the canton of El Carmen, from whom a sample of 382 potential consumers was obtained through the application of a structured questionnaire. This allowed information to be collected regarding consumption habits, preferences, purchasing frequency, and willingness to pay.

The results revealed a high level of acceptance of artisanal cheese and favorable demand for its commercialization. Furthermore, the financial evaluation demonstrated that the project presents positive profitability indicators, reflected in a positive Net Present Value (NPV), an Internal Rate of Return (IRR) higher than the Minimum Attractive Rate of Return (MARR), a Profitability Index (PI) greater than one, and an acceptable investment payback period, confirming the economic feasibility of the proposal.

Consequently, a feasibility study was proposed that integrates market, technical, organizational, legal, and financial analyses, providing a sustainable alternative to strengthen

the production and commercialization of artisanal cheese, increase the profitability of the venture, and contribute to the economic development of the canton of El Carmen.

Keywords: Feasibility study; production; commercialization; artisanal cheese; financial feasibility; market analysis; profitability.

Introducción

En Ecuador, la producción de leche constituye una actividad importante del sector agropecuario, debido a su aporte a la producción de alimentos y a las actividades económicas relacionadas con la ganadería. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), la producción diaria de leche a nivel nacional alcanzó aproximadamente 5,3 millones de litros, lo que evidencia la importancia de la actividad lechera dentro del sector agropecuario ecuatoriano. La industria láctea utiliza esta materia prima para la elaboración de diferentes productos derivados, entre ellos el queso, que constituye una alternativa de transformación y generación de valor para los productores. No obstante, el desarrollo de este tipo de emprendimientos requiere estudios que permitan determinar su viabilidad técnica, comercial y financiera, reduciendo los riesgos asociados a la inversión y facilitando una adecuada planificación del negocio (Baca, 2013).

Asimismo, la ganadería es uno de los principales motores de la economía de la provincia de Manabí, lo que contribuye a la disponibilidad de materias primas para la elaboración de productos lácteos. En este contexto, la producción artesanal de queso es una fuente alternativa de ingresos para varias familias y asociaciones relacionadas con el procesamiento de leche. Sin embargo, la industria aún enfrenta limitaciones en el procesamiento de leche. Sin embargo, la industria aún enfrenta limitaciones relacionadas con la incorporación de tecnología, la consolidación de procesos productivos, el acceso a mercados

más competitivos y la aplicación de estrategias de marketing que incrementen el valor del producto y mejoren su posicionamiento comercial.

El cantón El Carmen, reconocido por su importante actividad ganadera y producción de leche, tiene cada vez más oportunidad para desarrollar empresas dedicadas a la producción y venta de queso artesanal. A pesar de condiciones favorables, como la disponibilidad de materias primas y un mercado con potencial de crecimiento, aún existen vacíos en la planificación económica, análisis de mercado y gestión comercial que limitan la competitividad de los productores locales. En este sentido, este estudio aparece como una alternativa para evaluar la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de queso artesanal, permitiendo determinar las condiciones necesarias para garantizar su sostenibilidad y rentabilidad.

A investigación tuvo como objetivo elaborar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de queso artesanal en el cantón El Carmen, mediante el análisis de los aspectos técnicos, económicos, financieros y de mercado que permitan sustentar la viabilidad del proyecto. Para alcanzar este propósito se desarrolló una investigación con enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, de campo y con diseño no experimental. La información fue obtenida mediante la aplicación de encuestas a una muestra de potenciales consumidores, utilizando un cuestionario estructurado como instrumento de recolección de datos, lo que permitió identificar los hábitos de consumo, las preferencias del mercado y el nivel de aceptación del producto.

Los resultados obtenidos indicaron la actitud favorable de los consumidores hacia el queso artesanal, así como la existencia de condiciones técnicas, comerciales y económicas que apoyan la implementación del proyecto. Asimismo, la evaluación económica mostró indicadores de rentabilidad positivos como un valor actual neto (VAN) favorable, una tasa

interna de retorno (TIR) superior a la tasa de retorno mínima atractiva (MARR) y un período aceptable de recuperación de la inversión, confirmando la viabilidad de la propuesta.

Explicando los 3 capítulos. El Capítulo I desarrolla el marco teórico, donde se analizan los fundamentos conceptuales y científicos relacionados con la producción de queso artesanal, la comercialización y los estudios de factibilidad que sustentan la investigación. El Capítulo II presenta el diagnóstico de la situación actual mediante la metodología aplicada, el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de las encuestas y la identificación de las condiciones del mercado. Finalmente, el Capítulo III expone la propuesta de estudio de factibilidad para la producción y comercialización de queso artesanal, incorporando los estudios técnico, de mercado, organizacional, legal, económico y financiero que demuestran la viabilidad del proyecto, concluyendo con las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos que respaldan la investigación.

CAPÍTULO I

1. Marco Teórico

1.1. Estudio de factibilidad

La evaluación de viabilidad de un proyecto es un proceso integral que permite analizar la viabilidad de un proyecto antes de su ejecución, mediante la evaluación de distintos componentes como el mercado, los aspectos técnicos y los elementos económicos-financieros. Este estudio tiene como finalidad proporcionar información suficiente y confiable que permita tomar decisiones acertadas sobre la inversión, minimizando riesgos y optimizando el uso de los recursos disponibles. Asimismo, implica el análisis y la demanda, la determinación de la capacidad productiva, la estimación de costo e ingresos, y la evolución y rentabilidad del proyecto. En este sentido Gabriel Baca Urbina, lo afirma que el estudio de factibilidad reúne y análisis antecedentes que lo permite determinar si es conveniente a llevar a cabo un proyecto, considerando su impacto económico y su viabilidad en el entorno que se desarrollará (Baca, 2013, pág. 2).

El estudio de viabilidad desde el punto de vista metodológico incluye no sólo la recogida de información, sino también su análisis crítico y sistemático con el fin de evaluar la viabilidad real del proyecto en un contexto determinado. Este tipo de investigación requiere el uso de métodos de investigación que permitan el estudio de variables clave como el entorno económico, la disponibilidad de recursos, los factores técnicos y las condiciones del mercado para poder sacar conclusiones válidas (Baca, 2013). Además, el análisis debe considerar posibles escenarios y riesgos, lo que permite anticipar dificultades y plantear estrategias de solución antes de la implementación del proyecto (Baca, 2013). Los estudios aplicados deben basarse en evidencia empírica obtenida de manera rigurosa, utilizando múltiples fuentes de información para llegar a garantizar la validez y confiabilidad de los recursos, lo cual es

esencial en la evaluación del proyecto para la toma de decisiones estratégicas (Kiyosaki, 2020, pág. 16).

1.1.1. Factibilidad técnica

La viabilidad técnica constituye una de las dimensiones fundamentales dentro del estudio de factibilidad, ya que permite evaluar si el proyecto puede llevarse a cabo desde el punto de vista operativo, considerando los recursos, la tecnología y los procesos necesarios para su ejecución. Este análisis incluye aspectos como la localización del proyecto, la capacidad productiva, la disponibilidad de materia prima, la selección de maquinaria y la organización del proceso productivo, elementos que inciden directamente en la eficiencia y calidad del producto final.

En este sentido Nassir Sapag Chain, lo explican que el estudio técnico tiene con finalidad de determinar la viabilidad operativa del proyecto, permitiendo identificar los requerimiento de inversiones, los costó de operaciones y la capacidad de producciones necesarias para poder satisfacer la demanda estimada (Nassir Sapag Chain, 2014, pág. 131)

Asimismo, otro autor, lo dice que la factibilidad técnica implica analizar el proceso productivo de manera detallada, con el fin de optimizar el uso de los recursos y garantizar la eficiencia en la producción. Esto lo sostiene Nigel Slack lo señala que la gestión de operaciones se encarga de diseñar, planificar y controlar los procesos productivos, buscando mejorar la productividad y generar valor dentro de la organización (Slack et al., 2020, pág. 15).

1.1.2. Factibilidad económica

El análisis económico constituye en un componente esencial para la evolución de los proyectos, donde lo permite analizar de manera integral la viabilidad financiera de una inversión mediante la estimación de los costos, ingresos y beneficios esperados a lo largo del tiempo. Este análisis incluye la determinación de la inversión inicial, los costos operativos, los flujos de caja y la aplicación de indicadores financieros como el valor actual neto y la tasa

interna de retorno, los cuales facilitan la toma de decisiones. Asimismo, permite evaluar el nivel de riesgo asociado al proyecto y su capacidad para generar rentabilidad en diferentes escenarios. Agrega Gabriel Baca Urbina donde explica el estudio económico organiza y sistematiza la información monetaria del proyecto, permitiendo analizar su rentabilidad y establecer si los beneficios esperados justifican los recursos que serán invertidos, contribuyendo así a una adecuada toma de decisiones (Baca, 2013, pág. 182).

La viabilidad económica también se centra en determinar si los recursos financieros disponibles son suficientes para satisfacer las necesidades del proyecto y generar beneficios sostenibles en el tiempo, tomando en cuenta variables como la inversión inicial, los costos operativos y los ingresos esperados. Este análisis permite evaluar la eficiencia de la asignación de recursos y la capacidad del proyecto para afrontar cambios en el entorno económico. Analiza Nassir Sapag Chain explica que el estudio económico integra la información monetaria proveniente de los estudios técnicos y de mercado, con el fin de analizar la rentabilidad del proyecto y establecer la conveniencia de su ejecución (Nassir Sapag Chain, 2014, pág. 168).

1.1.3. Factibilidad del mercado

El análisis del mercado es fundamental para poder determinar la viabilidad comercial de un proyecto, ya que permite analizar la demanda, la oferta, el comportamiento del consumidor y el entorno competitivo. Como expresa Gabriel Baca Urbina donde afirma:

“El estudio de mercado tiene como objetivo analizar y cuantificar la demanda y la oferta de un bien o servicio, identificar las características del consumidor, evaluar los precios y las condiciones de comercialización, así como determinar la competencia existente, con el propósito de establecer si el producto tendrá aceptación en el mercado y si es viable su introducción” (Baca, 2013, pág. 16).

La factibilidad de mercado lo permite determinar la viabilidad comercial de un proyecto mediante el análisis de la demanda, la oferta y el comportamiento del consumidor en el entorno donde se desarrollará. En este sentido Philip Kotler y Gary Armstrong lo postula:

“La evolución del mercado implica evaluar las necesidades y deseos de los consumidores, estimar la demanda actual y futura, estudiar la competencia y determinar el nivel de aceptación del producto, con el fin de diseñar estrategias que permitan introducirlo y posicionarlo de manera efectiva en el mercado” (Armstrong & Kotler, 2021, pág. 98).

1.1.4. Estudio ambiental

El estudio ambiental permite identificar y evaluar los posibles impactos que puede generar la ejecución de un proyecto sobre el ambiente, con la finalidad de establecer medidas de prevención, mitigación y control. En Ecuador, la gestión ambiental se fundamenta en la prevención de los impactos y en la responsabilidad de los actores de los procesos de producción de prevenir los daños ambientales que puedan ocasionarse (Asamblea Nacional del Ecuador, 2017)

Para el proyecto de producción y comercialización de queso artesanal de QUESOLACT S.A.S., el estudio ambiental considera los posibles efectos derivados de las actividades de producción, especialmente el consumo de agua y energía, la generación de residuos sólidos y líquidos, el manejo de los desechos y las actividades de limpieza de los equipos e instalaciones. En este sentido, se plantea la implementación de medidas orientadas al uso eficiente de los recursos, la correcta clasificación y disposición de los residuos, el tratamiento adecuado de los desechos generados y el mantenimiento de condiciones apropiadas de higiene y saneamiento.

1.1.5. Procesos productivos

Es fundamental para mi proyecto, ya que define como se transformará el recurso en bienes y servicio, determinado la eficiencia operativa y los costos asociados, (Viñán et al., 2018, pág. 43). Lo menciona que el estudio técnico abarca la ingeniería del proyecto, incluyendo el

análisis del proceso productivo, la selección de maquinaria y la distribución de la planta, con el fin de asegurar una producción eficiente y el uso adecuado de los recursos.

Otro autor lo dice que los procesos productivos comprenden un conjunto estructurado mediante actividades lo cuales los insumos se transforman en bienes y servicio, integrando recurso humanos, tecnológicos y materiales con el propósito de lograr eficiencia y calidad en la producción. Este proceso implica la planificación, diseño y control de operaciones, así como la optimización del uso de recursos para satisfacer la demanda del mercado. En este sentido, (Slack et al., 2020, pág. 15). Plantea que la gestión de operaciones se enfoca en administrar y mejorar los procesos productivos, asegurando la eficiencia, la productividad y la generación de valor en la organización.

1.1.6. Costo de inversión

Es un elemento esencial en la formulación de proyectos, donde le permite identificar los recursos necesarios para la implementación y operación inicial. Donde lo recomienda Rafael Alcaraz Rodríguez (2011, pág. 52) que, Para iniciar un negocio es necesario considerar todos los recursos financieros requeridos, incluyendo instalaciones, maquinaria, equipo, capital de trabajo y gastos iniciales, ya que estos elementos permiten poner en marcha la empresa y garantizar su funcionamiento durante las primeras etapas de operación.

(Avila, 2020, pág. 59), lo plantea que el costo de inversión constituye la base para la evaluación financiera, ya que determina el monto de recursos que se deben recuperar a lo largo del tiempo. En este contexto, las inversiones incluyen los desembolsos iniciales necesarios que se integran en el flujo de caja del proyecto para analizar su viabilidad para llegar a garantizar el funcionamiento del negocio.

1.1.7. Demanda

La necesidad del mercado es un concepto fundamental para el análisis de mercado dentro de un proyecto, ya que permite estimar el comportamiento de los consumidores. Lo indica Nicholas Gregory Manki. Que esta relaciona:

“La cantidad demandada de un bien es la cantidad que los compradores están dispuestos y pueden comprar a diferentes niveles de precio, manteniéndose constantes los demás factores”. (Mankiw, 2021, pág. 67).

El comportamiento del consumidor en el mercado se entiende como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar en el mercado a diferentes niveles de precio, influenciada por factores como las preferencias del consumidor, el ingreso disponible y las tendencias del entorno, ya afirma Solomon, Michael R, donde lo señala que:

“El comportamiento del consumidor es determinante en la formación de la demanda, ya que las decisiones de compra están influenciadas por aspectos psicológicos, sociales y culturales que inciden directamente en la elección de productos y servicios”. (Solomon, 2020, pág. 52).

1.1.8. Precio

Menciona, (Armstrong et al., 2021, pág. 67), el precio es uno de los elementos fundamentales del marketing mix, ya que representa la cantidad de dinero que los consumidores deben pagar para adquirir un producto o servicio. Estos autores lo explican que el precio esta no solo como una cifra monetaria, sino que también lo refleja el valor percibido por el cliente, influyendo directamente en la decisión de la compra y en la posición competitiva de la empresa dentro del mercado, donde esto tiene sentido, en el precio para ver cómo actúa como el único componente de marketing que genera ingreso para la organización, mientras que lo demás elementos (producto, plaza y promoción) que implica lo costos.

El precio es un elemento clave en las rentabilidades del proyecto, (Porter, 2020, pág. 85), lo plantea que el precio refleja el valor que los clientes están dispuestos a pagar por un producto ya sea basada en costos o diferenciación, para generar valor y mantener una ventaja sostenible en el tiempo dentro del mercado. Por ello, una correcta estrategia de precios permite no solo cubrir costos y obtener rentabilidad, sino también posicionar la marca y atraer al segmento de mercado deseado.

1.1.9. Canales de distribución

La distribución comercial cumplen con un rol fundamental en la comercialización de productos, ya que facilitan el acceso al mercado y asegura lo bienes que llegan al consumidor final de manera eficiente. Donde propone David Jobber y Geoff Lancaster donde señala que:

Lo menciona (Jobber & Lancaster, 2020, pág. 215) “los canales de distribución comprenden una red de organizaciones que trabajan de manera conjunta para asegurar que los productos sean accesibles al consumidor final, incluyendo intermediarios como mayoristas y minoristas, quienes desempeñan funciones clave en la logística, almacenamiento y comercialización”.

La distribución de producto es esencial para garantizar que los productos lleguen al consumidor final de manera eficiente, donde agregamos valor a través de diversas funciones Logística y comerciales. Dicho con palabras de Dhruv Grewal y Michael Levy, como plantea:

Lo describe (Grewal & Levy, 2021, pág. 322) “Los canales de distribución consisten en un conjunto de organizaciones interdependientes que trabajan en conjunto para hacer que un producto o servicio esté disponible para su uso o consumo, realizando actividades como transporte, almacenamiento, promoción y venta, las cuales contribuyen a generar valor para el cliente y a mejorar la eficiencia del sistema de comercialización”.

1.1.10. Comercialización de queso artesanal

La distribución y venta de queso artesanal, requiere la integración de los productos productivos y estrategia de mercado que lo permite mejorar el acceso a los productos y a los consumidores, garantizando la calidad e inocuidad del producto. Este tipo de comercialización implica fortalecer las cadenas de valor, promover la diferenciación del producto y facilitar su posicionamiento en mercados locales y regionales. También implica fortalecer Desde el punto de vista Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura también lo señala que la comercialización de productos agroalimentarios debe enfocarse en mejorar la eficiencia de la cadena productiva, incrementar el valor agregado y facilitar el acceso a mercados, con el fin de fortalecer la competitividad de los pequeños productores y mejorar sus ingresos (FAO, 2020).

Otro autor lo dice, la comercialización del queso artesanal no solo depende de la producción, sino también de la capacidad de diferenciar el producto en función de su origen, calidad y características tradicionales, (ONUDI, 2020, pág. 65). Destaca que el desarrollo de cadenas de valor en productos alimentarios permite mejorar los ingresos de los productores, facilitar el acceso a nuevos mercados y generar valor agregado mediante estrategias comerciales adecuadas.

1.1.11. Estrategia de comercialización

La estrategia del mercado es fundamental para definir la forma en que una empresa posiciona y entrega valor a sus clientes dentro del mercado. Expresa Alexander et al., donde lo señala:

“Una organización crea valor mediante una combinación adecuada de actividades, recursos y relaciones con los clientes, permitiéndole ofrecer propuestas diferenciadas y desarrollar estrategias competitivas dentro del mercado” (Osterwalder et al., 2020, pág. 14).

La estrategia de comercialización es un elemento esencial para posicionar un producto para el mercado y llegar a generar ventaja competitiva sostenible. Donde lo plantea Philip Kotler y Gary Armstrong, 2021.

“La estrategia de marketing consiste en seleccionar clientes a quienes servir y decidir una propuesta de valor clara, con el propósito de atraer, mantener y aumentar consumidores mediante la creación de relaciones rentables” (Armstrong et al., 2021, pág. 48).

1.1.12. Mercado objetivo

El segmento de consumidores representa el grupo específico de consumidores lo cual una persona dirige su esfuerzo comercial, considerando característica como necesidades, preferencia, comportamiento de compra y capacidad adquisitiva. Donde la correcta identificación de este segmento lo permite diseñar estrategia de marketing más eficiente, optimizar los recursos y mejorar el posicionamiento del producto del mercado. Afirma Lamb et al, explican que la selección Del mercado objetivo se basa en la segmentación Del mercado, permitiendo identificar grupos de consumidores con características similares para desarrollar estrategias adaptadas a sus necesidades y lograr una mayor efectividad comercial (Lamb et al., 2020, pág. 112).

Los cliente constituye uno de los elementos más importantes dentro del estudio de mercado, debido a que permite identificar de manera específica el grupo de consumidores al que se orientará la oferta de bienes o servicios de una empresa. La determinación adecuada de este segmento facilita el diseño de estrategias comerciales, publicitarias y de distribución acordes con las necesidades y preferencias de los clientes potenciales, contribuyendo al posicionamiento y competitividad del negocio. Donde lo revela, Rafael Alcaraz Rodríguez donde señala que el análisis del mercado ayuda a conocer las características, hábitos de consumo y comportamiento de los clientes potenciales, permitiendo definir estrategias

comerciales más eficientes para lograr una mayor aceptación del producto y alcanzar los objetivos empresariales, (Rodríguez, 2011).

1.1.13. Canales de distribución

La distribución del producto es fundamental para garantizar que el producto llegue de manera eficiente al consumidor final, influyendo en la disponibilidad y competitividad del proyecto del mercado. Declara Dhruv Grewal y Michael Levy, que:

Menciona (Grewal & Levy, 2021, pág. 322) “Los procesos de distribución están conformado por un conjunto de intermediarios que facilitan el flujo de productos desde el productor hasta el consumidor final, incluyendo funciones como transporte, almacenamiento y venta, lo que permite que los bienes estén disponibles en el lugar y momento adecuados”.

La distribución comercial representa un elemento fundamental dentro de las estrategia comerciales, ya que lo permite que lo producto lleguen de manera eficiente desde el producto hasta el consumidor final. Lo revela, Jobber, David; Lancaster, Geoff.

“Los proceso de distribución comercial comprende el conjunto de organizaciones y actividades involucradas en el proceso de hacer que un producto o servicio esté disponible al consumidor o usuario industrial, facilitando el movimiento de bienes desde el fabricante hasta el mercado objetivo” (Jobber & Lancaster, 2020, pág. 214).

1.1.14. Nivel de aceptación del producto

La aceptación del producto en el mercado constituye un indicador fundamental para evaluar la respuesta de los consumidores frente a un bien o servicio dentro del mercado, ya que permite identificar el grado de satisfacción, preferencia y confianza que los clientes desarrollan hacia la marca. Este nivel de aceptación se encuentra influenciado por factores como la calidad del producto, el precio, la presentación, la experiencia de consumo y las estrategias de comercialización implementadas por la empresa. Una alta aceptación favorece el posicionamiento competitivo, incrementa las posibilidades de fidelización y fortalece la

permanencia del producto en el mercado. Donde menciona Kevin Lane Keller, 2020, sostiene que la percepción de valor y la imagen de la marca son elementos cruciales para determinar la aceptación de los productos, debido que llega a influir directamente en las decisiones de compra y preferencia de los consumidores frente a otras opciones disponibles en el mercado (Keller, 2020, pág. 96).

Otro autor lo dice el nivel de aceptación del producto depende de la capacidad que tiene una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores mediante productos de calidad, precios adecuados y estrategias de marketing efectivas. La aceptación favorable dentro del mercado contribuye al posicionamiento de la marca, al incremento de las ventas y a la fidelización de los clientes, fortaleciendo así la competitividad empresarial, recomienda. Gary Armstrong & Philip Kotler, 2021, explican que los consumidores prefieren aquellos productos que les ofrecen mayor valor y satisfacción, por lo que las empresas deben desarrollar propuestas atractivas que respondan eficientemente a las necesidades del mercado (Armstrong & Kotler, 2021, pág. 34).

1.1.15. Cantidad de ventas proyectadas

La estimación de ventas futuras constituye un elemento fundamental para la evaluación de proyecto, ya que permite estimar el ingreso futuro y definir la viabilidad económica del negocio. Wayne Lee Winston lo señala que:

“La previsión comercial implica el uso de datos históricos, análisis de tendencias y variables del mercado para estimar la demanda futura, permitiendo a las empresas planificar su producción, asignar recursos de manera eficiente y tomar decisiones estratégicas basadas en información cuantitativa confiable” (Winston, 2020, pág. 74).

La cantidad de ventas proyectadas constituye una estimación fundamental dentro de la planificación empresarial, debido a que permite prever el volumen de productos o servicios que podrían comercializarse en un periodo determinado, facilitando la toma de decisiones

relacionadas con producción, inversión y estrategias comerciales. Estas proyecciones se elaboran considerando factores como la demanda del mercado, el comportamiento del consumidor, el nivel de ingresos y las condiciones económicas existentes. En este concepto Mankiw, Nicholas Gregory que.

“El comportamiento de compra de los consumidores se refiere a la cantidad de bienes que los compradores quieren y pueden comprar, y esta depende de diversos factores como el precio, el ingreso de los consumidores y las preferencias del mercado. Cuando estos factores cambian, también cambia la cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a adquirir” (Mankiw, 2021, pág. 67).

1.1.16. Precio y costo asociado a la comercialización

Los factores económicos relacionados con la venta del producto representan factores fundamentales dentro de la gestión empresarial, ya que influyen directamente en la rentabilidad, competitividad y percepción de valor por parte de los consumidores. La determinación adecuada del precio debe considerar no solo los costos de producción, sino también los gastos relacionados con distribución, promoción y venta del producto, con el propósito de mantener un equilibrio entre rentabilidad y satisfacción del cliente. En este sentido Christopher Lovelock y Jochen Wirtz, lo explican que las estrategias de precios deben contemplar los costos operativos y el valor percibido por los clientes, debido a que estos elementos influyen en la decisión de compra y en la competitividad de la empresa dentro del mercado (Lovelock & Wirtz, 2021, pág. 142).

Otro aspecto relevante corresponde a los factores económicos que intervienen en la comercialización, debido a que influyen directamente en la competitividad y rentabilidad de una empresa dentro del mercado. La determinación del valor de venta debe considerar los costos de producción, distribución y promoción, además de las condiciones de la competencia y el valor percibido por los consumidores. En este sentido, Michael Eugene Porter, 2020,

plantea que la ventaja competitiva de una empresa puede fortalecerse mediante estrategias orientadas a la eficiencia de costos y a la diferenciación, permitiendo ofrecer productos con mayor valor para el cliente y generar mejores oportunidades de posicionamiento en el mercado, (Porter, 2020, pág. 58).

CAPÍTULO II

2. Diagnostico o Estudio de Campo

2.1. Naturaleza de la Empresa

QUESOLACT S.A.S. es una empresa de carácter industrial, comercial, dedicada a la producción y comercialización de quesos empacados al vacío. Su actividad principal se enmarca en el sector agroindustrial lácteo, al transformar una materia prima de origen pecuario (leche) en un bien de consumo final, mediante procesos de elaboración, conservación y empaque, destinados principalmente al mercado de la ciudad del Carmen, a partir de su producción en la provincia de Manabí.

2.2. Nombre de la empresa

Para el desarrollo del proyecto se ha optado por la figura jurídica de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), debido a su flexibilidad administrativa, facilidad de constitución y menores costos legales en comparación con otras formas societarias como la Sociedad Anónima.

Desde el enfoque financiero, la SAS permite limitar la responsabilidad de los socios al capital aportado, simplificar la gestión empresarial y facilitar la toma de decisiones, lo cual resulta adecuado para un emprendimiento agroindustrial de pequeña y mediana escala como QUESOLACT S.A.S., dedicado a la producción y comercialización de quesos empacados al vacío.

2.3. Producto

Queso fresco de calidad Premium, con sabor auténtico y textura consistente. •
Presentación en bloques de 2–5 lb, empacado al vacío para prolongar la vida útil y garantizar frescura.

2.4. Número de empleados

El proceso productivo estará a cargo de cinco operarios especializados en la elaboración de queso artesanal, quienes serán responsables de ejecutar las actividades de recepción de materia prima, procesamiento, moldeado, salado, envasado y almacenamiento del producto, garantizando el cumplimiento de los estándares de calidad e inocuidad alimentaria establecidos por la empresa.

2.5. Tipo de mercado

El proyecto se desarrollará en el cantón El Carmen, ubicado en la provincia de Manabí, una zona reconocida por su importante actividad ganadera y producción lechera, lo que garantiza la disponibilidad de materia prima necesaria para la elaboración de queso artesanal.

2.6. Descripción de la Empresa

2.7. Aspecto de Mercado

2.7.1. Participación de la competencia del mercado

El tamaño óptimo de la planta para la producción y comercialización de queso artesanal se determina considerando la demanda identificada en el estudio de mercado realizado en la zona urbana del cantón El Carmen. Los resultados de la encuesta evidenciaron una alta aceptación del producto, debido a que la mayoría de las encuesta manifestó consumir queso de manera regular, con preferencia por el queso fresco y presentaciones entre dos y cinco libras. Esta información lo permite establecer una capacidad productiva inicial que garantice el abastecimiento oportuno del mercado objetivo, evitando tanto la sobreproducción como el desabastecimiento.

En relación con los suministros e insumos, el proyecto cuenta con disponibilidad de leche fresca proveniente de productores ganaderos del cantón El Carmen, así como de insumos complementarios necesarios para el proceso productivo, tales como cuajo, sal, materiales de empaque y productos de limpieza. La existencia de proveedores locales favorece la continuidad

de la producción, reduce costos de transporte y asegura el abastecimiento permanente de materia prima para el funcionamiento de la planta.

En vista organizacional, la empresa contara con una estructura admirativa y operativa básica conformada por personal responsable de la producción, comercialización, distribución y administración del negocio. Esta organización lo permitirá coordinar eficientemente con las actividades productivas y comerciales, garantizando un adecuado control de los recursos y el cumplimiento de los objetivos empresariales.

En términos de tecnología y equipamiento, la instalación contará con los equipos y herramientas necesarios para producir queso artesanal en condiciones de calidad y seguridad alimentaria. El equipamiento principal incluye pasteurizador, tanques de almacenamiento, moldes, prensas, mesas de acero inoxidable, envasado al vacío y cámara de enfriamiento, elementos que permiten optimizar el proceso productivo y mantener la calidad del producto terminado.

Tamaño de la planta también se encuentra condicionado por la capacidad de financiamiento disponible para la adquisición de equipos, adecuación de infraestructura, compra de materia prima y capital de trabajo. La inversión prevista permite implementar una planta con capacidad suficiente para atender la demanda inicial del mercado urbano de El Carmen y, al mismo tiempo, mantener posibilidades de crecimiento futuro conforme aumente la aceptación y comercialización de los productos ofrecidos por Queso Vía.

2.7.2. Distribución de puntos de ventas

La estrategia de distribución de QUESOLACT S.A.S se fundamenta en un canal de suministro directo y eficiente, orientado a establecimientos comerciales clave en Guayaquil, tales como supermercados, tiendas de barrio, restaurantes y cafeterías. Este enfoque permite un control más preciso del inventario, mejores tiempos de entrega y una relación comercial cercana con los puntos de venta. Desde la perspectiva metodológica del estudio de mercado, la

distribución adoptada corresponde a un canal indirecto corto, caracterizado por la intermediación mínima y la entrega directa a minoristas, lo cual reduce costos logísticos y garantiza la frescura y conservación de los quesos empacados al vacío.

Estrategia de distribución Primaria:

- Transporte de los productos desde la planta de producción hacia los puntos de venta mediante rutas planificadas.
- Uso de contenedores térmicos y conservación adecuada para mantener la cadena de frío y asegurar la inocuidad del producto.
- Programación de entregas semanales, considerando el volumen proyectado de demanda en supermercados, tiendas y restaurantes.

Distribución interna en Guayaquil:

- Suministro a supermercados y tiendas locales para garantizar disponibilidad constante.
- Abastecimiento a restaurantes y cafeterías que requieren quesos frescos listos para su uso en preparación de alimentos.
- Supervisión del almacenamiento y rotación para mantener la frescura y calidad del producto

¿Por qué seleccionamos este sistema?

Seleccionamos este sistema de distribución porque es el más eficiente y los conviene para que el Quesolact, en su etapa inicial los permita la entregar el producto directamente a tiendas locales y mercados, donde existe mayor demanda.

2.7.3. *Diseño del proceso:*

Productor → Minorista → Consumidor final Responsables:

Tabla 1

Diseño del proceso

Productor: De Quesolact
Coordinador: Persona de encargarse de logística y control de inventarios.
Minorista: Tiendas locales y mercados populares del cantón.

2.7.4. *Promoción de producto y servicio*

La promoción de Queso Vía estará orientado a dar a conocer las características beneficios y calidad del queso artesanal elaborado en el cantón El Carmen. Las estrategias promocionales buscarán aumentar el conocimiento de la marca, atraer nuevos clientes y fortalecer la lealtad de los consumidores existentes a través de actividades de comunicación efectivas.

Para lograr este objetivo se utilizarán medios de comunicación como redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp Business), materiales publicitarios impresos, degustaciones en puntos de venta y participación en ferias locales y eventos gastronómicos. Estas actividades permitirán que los consumidores conozcan el sabor, frescura y calidad del producto, generando mayor confianza y aceptación en el mercado.

2.7.5. *Publicidad*

Uso de Facebook e Instagram para difundir contenido visual de los quesos (fresco, semiduro y duro), mostrando el proceso de producción, empaque al vacío y testimonios de clientes satisfechos.

Publicaciones dirigidas a administradores de supermercados, tiendas locales y restaurantes de Guayaquil, aprovechando la segmentación geográfica para llegar al público objetivo que demanda quesos frescos de calidad Premium.

2.7.6. Promoción de ventas

Afiches y material POP (pequeñas etiquetas, stickers, anuncios) supermercados, tiendas de barrio y restaurantes. Colocación de material informativo sobre los beneficios del empaque al vacío: mayor vida útil, frescura, inocuidad, facilidad de almacenamiento y transporte.

2.7.7. Demostraciones y degustaciones

Presentaciones prácticas dirigidas a propietarios de supermercados y restaurantes, mostrando la facilidad de uso y conservación de los quesos empacados al vacío. Degustaciones selectivas para que los consumidores finales prueben el sabor, textura y frescura de los quesos, incentivando la compra y fidelización.

2.7.8. Promoción de ventas

La promoción de ventas tiene como finalidad inducir la prueba inicial, incrementar la rotación en los puntos de venta y estimular compras recurrentes. Las estrategias sugeridas incluyen:

2.7.8.1. Bonificaciones por volumen: Descuentos para supermercados, tiendas y restaurantes que compren presentaciones mayores o en paquete, incentivando la rotación continua. Promociones por introducción: Durante los primeros meses, aplicar precios promocionales o paquetes especiales para incentivar la adopción inicial del producto.

2.7.8.2. Degustaciones en puntos de venta: Realizar degustaciones en supermercados, tiendas y restaurantes para que los clientes conozcan la calidad y frescura de los quesos QUESOLACT.

2.7.8.3. Combos promocionales: Ofrecer combinaciones de queso fresco + semiduro a un precio preferencial para estimular la compra múltiple y aumentar la visibilidad de la marca.

2.7.9. Marcas

La marca QUESOLACT S.A.S se identifica como un sello de calidad y tradición en la producción de quesos en Guayaquil, con un enfoque en innovación y frescura. La marca debe transmitir: Frescura y sabor auténtico de los quesos frescos, semiduros y duros. Seguridad alimentaria gracias a su empaque al vacío que garantiza conservación y calidad. Profesionalismo y estandarización en el proceso de producción. Conexión cultural con Ecuador, resaltando la tradición quesera local.

2.7.10. Etiquetas

Figura 1

Etiqueta



Presentación profesional: La etiqueta redonda con diseño atractivo muestra la marca QUESOLACT, tipo de queso, información de ingredientes y recomendaciones de conservación.

Recomendación de conservación: La etiqueta indica mantener el producto en refrigeración, garantizando la vida útil y seguridad alimentaria

2.7.11. *Empaque*

Figura 2

Empaque



El queso de QUESOLACT S.A.S se presenta en un empaque al vacío transparente, lo que permite conservar la frescura, textura y sabor natural del producto desde la planta de producción hasta el consumidor final en Guayaquil. Este tipo de embalaje tiene varias ventajas:

Protección y seguridad: minimiza la exposición al aire y contaminantes, asegurando que el queso llegue en óptimas condiciones. Visibilidad del producto:

El envase transparente permite al cliente observar la calidad y el color del queso, lo que genera confianza y fortalece la percepción de frescura. Almacenamiento y transporte eficientes: el embalaje compacto y duradero facilita su uso en supermercados, tiendas locales y mercados gourmet.

2.7.12. *Fijación de política y precio*

QUESOLACT S.A.S. se basa en un análisis de costos y en la disposición de pago identificada en el estudio de mercado. Para determinar el precio de venta, la empresa calcula primero el costo total por unidad considerando los costos variables de producción (leche, cultivos lácticos, sal, empaque y etiqueta) y la distribución de los costos fijos mensuales entre la producción esperada. Con un costo total estimado de \$6,43 por porción, se aplica un margen

de ganancia del 80%, obteniendo un precio de venta de \$11,57. Posteriormente, al incluir un margen del 25% para los minoristas, el precio final al consumidor se establece en aproximadamente \$14,46. Además, la política de precios contempla descuentos para compras al por mayor, precios promocionales de introducción para posicionar la marca y revisiones periódicas de los precios únicamente cuando existan cambios significativos en los costos de producción o transporte. Esta estrategia busca mantener la competitividad, garantizar la rentabilidad y adaptarse a las preferencias del mercado objetivo

2.8. Aspecto Técnico

2.8.1. Localización optima de la planta

La planta de producción de QUESOLACT S.A.S. se localizará en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, específicamente en el sector Paso Lateral – Vía Venado, debido a que esta zona reúne las condiciones técnicas, económicas y logísticas más adecuadas para la elaboración de quesos frescos empacados al vacío.

Donde lo permite reducir los costos de producción al encontrarse cercana a la principal materia prima, la leche fresca, proveniente de productores ganaderos de la zona, garantizando un abastecimiento constante, de calidad y a menor costo. Asimismo, El Carmen dispone de mano de obra local con experiencia en actividades agropecuarias y agroindustriales, lo que favorece la eficiencia operativa y disminuye los costos de capacitación.

Adicional, la ubicación cuenta con infraestructura vial adecuada, lo que facilita el transporte del producto terminado hacia el mercado objetivo, principalmente la ciudad de Guayaquil, asegurando el mantenimiento de la cadena de frío y la calidad del queso durante su Distribución. También presenta costos operativos accesibles, facilidad para la obtención de permisos y disponibilidad de espacios aptos para áreas de producción, envasado, refrigeración y administración

2.8.2. Factores de localización Los factores considerados

Tabal 2

Factores de localización

Factor Relevante	Peso Asignado
Disponibilidad y cercanía a la materia prima	0,25
Mano de obra local	0,15
Costos operativos accesibles	0,15
Infraestructura y servicios básicos	0,15
Conectividad y acceso al mercado	0,15
Facilidad para permisos y regulaciones	0,10
Disponibilidad de infraestructura física	0,05
Total	1,00

2.8.3. Matriz de ponderación por puntos

Tabla 3

Matriz de ponderación por puntos

Factor	Peso	El Carmen (1–10)	Resultado	Guayaquil (1–10)	Resultado
Materia prima	0.30	5	1,5	10	3.0
Mano de obra	0.15	6	0,90	9	1.35
Acceso al mercado	0.25	9	2,25	7	1.75
Costos operativos	0.20	6	1,20	9	1.80
Infraestructura	0.10	10	1,00	8	0.80
Total	1.00		6.85		8.70

2.8.4. Tamaño óptimo de la planta

La capacidad instalada depende de la demanda proyectada, disponibilidad de insumos, tecnología adquirida, financiamiento y organización operativa.

2.8.4.1. Capacidad y demanda

La demanda estimada para el proyecto en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, es de 4.000 unidades mensuales de queso artesanal en presentaciones de 250 gramos. De acuerdo con las proyecciones de crecimiento del mercado y la aceptación esperada del producto, se prevé que la demanda alcance aproximadamente 7.000 unidades mensuales en un horizonte de cinco años, evidenciando un potencial favorable para la expansión y sostenibilidad del proyecto.

2.8.4.2. Capacidad y suministros

- Disponibilidad de leche fresca garantizada en la zona.
- Proveedores locales de cuajo, cultivos lácticos y sal.
- Insumos de empaque accesibles en Guayaquil.

2.8.4.3. Capacidad y tecnología

La tecnología seleccionada permite:

- Pasteurización rápida
- Producción artesanal controlada
- Envasado al vacío
- Refrigeración adecuada

2.8.4.4. Capacidad y financiamiento

El financiamiento disponible permite:

- Adquirir maquinaria básica
- Adecuar planta
- Comprar vehículo refrigerado
- Cubrir costos de operación inicial

2.8.4.5. Capacidad y organización

La disponibilidad de personal operativo permite cubrir un turno de trabajo de 8 horas diarias, alcanzando una capacidad de producción estimada entre 155 y 170 unidades de queso por día. Este nivel de producción resulta suficiente para satisfacer la demanda inicial proyectada de 4.000 unidades mensuales, garantizando un aprovechamiento eficiente de los recursos humanos y operativos disponibles.

2.8.5. Proceso Productivo

- Recepción y análisis de la leche
- Pasteurización (72 °C por 15 segundos)

- Enfriamiento hasta 37 °C
- Adición de cuajo y cultivos lácticos
- Cuajado (40 minutos)
- Corte de la cuajada en granos
- Desuerado y moldeado
- Prensado
- Salado
- Envasado al vacío
- Etiquetado
- Refrigeración
- Despacho

2.8.6. Maquinaria y equipo

2.8.6.1. Pasteurizador

Figura 3

Pasteurizador



Equipo utilizado para someter la leche a un tratamiento térmico controlado de 72 °C durante 15 segundos, con el propósito de eliminar microorganismos patógenos y reducir la

carga microbiana, garantizando la inocuidad del producto sin afectar significativamente sus propiedades nutricionales y organolépticas.

2.8.6.2. Prensa para queso

Figura 4

Presa para queso



En esta etapa la cuajada es sometida a una presión controlada con el objetivo de favorecer la expulsión del suero residual, incrementar la cohesión de la masa y proporcionar la densidad, firmeza y textura homogénea características del queso. Además, el prensado contribuye a mejorar la estabilidad estructural del producto y facilita su conservación durante el almacenamiento.

2.8.6.3. Selladora al vacío

Figura 5

Selladora al vacío



Equipo utilizado para el envasado hermético del queso mediante la extracción del aire presente en el empaque, lo que reduce el riesgo de contaminación microbiológica, retrasa los procesos de oxidación y contribuye a prolongar la vida útil del producto, manteniendo sus características físicas, químicas y organolépticas durante el almacenamiento y comercialización.

2.8.6.4. Cámara de refrigeración

Figura 6

Cámara de refrigeración



Equipo destinado al almacenamiento y conservación del queso terminado, a una temperatura aproximada de 4 °C, permitiendo mantener la cadena de frío, para preservar sus propiedades fisicoquímicas y microbiológicas, para llegar a garantizar la inocuidad alimentaria y prolongar su vida útil hasta el momento de su distribución y comercialización.

2.8.6.5. Mesa de acero inoxidable

Figura 7

Mesa de acero inoxidable



Superficies de trabajo fabricadas con material resistente a la corrosión y de fácil limpieza, utilizadas para garantizar el manejo higiénico del producto durante las etapas de corte, salado, moldeado y demás operaciones del proceso productivo. Su uso contribuye al cumplimiento de las normas de inocuidad alimentaria y reduce el riesgo de contaminación durante la elaboración del queso artesanal.

Equipos

2.8.6.6. Moldes para queso

Figura 8

Moldes para queso



2.8.6.7. Liras o cuchillas para cortes de cuajada

Figura 9

Liras o cuchillas para cortes de cuajada



2.1.1.1. Cubetas de acero inoxidable

Figura 10

Cubetas de acero inoxidable



2.1.1.1. Tonómetros y medidores de temperatura

Figura 11

Tonómetros y medidores de temperatura



2.1.1.1. Balanzas

Figura 12

Balanzas



2.1.1.2. Uniforme guates y elementos de higienes

Figura 13

Uniformes guates y elementos de higienes



2.1.1.3. Contenedores para sueros

Figura 14

Contenedores para sueros



2.1.1.4. Carros de transportes internos

Figura 15

Carros de transporte internos



2.2. Marco Estratégico Empresarial

2.2.1. Misión

Brindar a consumidores nacionales e internacionales quesos de alta calidad, elaborados con materias primas seleccionadas y envasados al vacío para preservar su frescura, sabor y autenticidad, cumpliendo con los más altos estándares de seguridad alimentaria. Quesolact se

compromete a satisfacer las exigencias del mercado, promoviendo la tradición quesera manabita, mediante la innovación, la sostenibilidad y la excelencia en el servicio.

2.2.2. *Visión*

Ser una empresa líder y referente en la producción y exportación de quesos Premium, reconocida por su innovación en procesos de conservación, su compromiso con la calidad y su capacidad de adaptación a los mercados internacionales. Aspiramos a posicionarnos como embajadores de la tradición quesera, conectando sabores auténticos de Manabí con consumidores del mundo, bajo principios de sostenibilidad y responsabilidad empresarial.

2.2.3. *Valores corporativos*

Tabla 4

Valores corporativos

Valor corporativo	Descripción
Calidad	Compromiso permanente con la elaboración de quesos que cumplan altos estándares de sabor, frescura e inocuidad, garantizando la satisfacción del consumidor.
Seguridad alimentaria	Aplicación rigurosa de normas sanitarias y buenas prácticas de manufactura para asegurar productos seguros y confiables.
Tradición	Respeto y preservación de la tradición quesera manabita como elemento diferenciador de la empresa.
Innovación	Mejora continua de los procesos productivos, técnicas de enlatado y envasado para satisfacer las demandas del mercado.
Sostenibilidad	Uso responsable de los recursos naturales e implementación de métodos que reduzcan el impacto en el medio ambiente

Responsabilidad social	Inversión en el desarrollo local construyendo relaciones justas con proveedores, socios comerciales y la sociedad.
Ética y transparencia	El comportamiento honesto y responsable en todas las actividades fortalece la confianza de los clientes y socios comerciales.

2.2.4. Organigrama

Figura 16

Organigrama



2.2.5. Logotipo

Figura 17

Logotipo



2.2.6. Eslogan

“Desde Manabí, fresca y tradición en cada bocado”

2.3. Metodología

2.3.1. Enfoque

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, debido a que permitió recopilar, organizar, medir y analizar información de carácter numérico relacionada con los hábitos de consumo, preferencias, frecuencia de compra, disposición de pago y aceptación del queso artesanal por parte de los potenciales consumidores del cantón El Carmen. Este enfoque facilitó la obtención de datos objetivos mediante la aplicación de una encuesta estructurada, cuya información fue posteriormente tabulada y analizada estadísticamente, permitiendo identificar las características y tendencias del mercado objetivo y sustentar la factibilidad comercial del proyecto. En este sentido, Hernández-Sampieri et al. (2014). Señalan que el enfoque cuantitativo se fundamenta en la recolección y análisis de datos para responder preguntas de investigación y comprobar hipótesis mediante procedimientos estadísticos.

La investigación se ubicó en un nivel descriptivo, debido a que buscó identificar y caracterizar las preferencias, hábitos de consumo y comportamiento de los potenciales consumidores de queso artesanal, así como las condiciones del mercado relacionadas con la producción y comercialización del producto. Este nivel permitió describir las características del fenómeno estudiado y obtener información relevante para determinar las condiciones comerciales del proyecto.

Asimismo, se empleó una investigación de campo, debido a que la información fue obtenida directamente de los potenciales consumidores del cantón El Carmen mediante la aplicación de encuestas. Esta técnica permitió recopilar información relacionada con sus necesidades, preferencias, frecuencia de consumo, disposición de pago y canales de adquisición del producto.

El diseño de la investigación fue no experimental, debido a que las variables fueron observadas y analizadas en su contexto natural, sin realizar manipulación deliberada de las mismas. La información obtenida permitió conocer las condiciones actuales del mercado y evaluar la factibilidad de implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de queso artesanal.

2.3.2. Tipo de investigación

Se desarrolló una investigación de campo, ya que la información fue obtenida directamente de los potenciales consumidores de queso artesanal del cantón El Carmen mediante la aplicación de encuestas como instrumento de recolección de datos. Esto permitió conocer de manera directa y actual las necesidades, preferencias, hábitos de consumo, frecuencia de compra y disposición de pago del mercado objetivo. De acuerdo con Bernal Torres (2010), la investigación de campo facilita el contacto directo con la realidad objeto de estudio, permitiendo obtener información relevante para el análisis de los resultados.

El estudio se realizó bajo un diseño no experimental, debido a que las variables fueron observadas y analizadas en su contexto natural, sin ser manipuladas por el investigador. En este sentido, Hernández-Sampieri y Mendoza (2014), explican que en los diseños no experimentales los fenómenos se estudian tal como se presentan en la realidad, permitiendo analizar su comportamiento sin intervenir deliberadamente sobre las variables.

2.3.3. Métodos

2.3.3.1. Método inductivo

El método inductivo es un procedimiento lógico que permite analizar los hechos generales basados en la observación sistemática de la realidad. Este método se basa en el estudio de situaciones específicas para formular generalizaciones válidas que son ampliamente utilizadas en la investigación social y económicas (Hernández, 2014). En este estudio, utilizamos el método inductivo que lo permite identificar y analizar las situaciones específicas relacionadas con la producción y comercialización de queso artesanal en el cantón El Carmen, como procesos productivos empíricos, como los costos de producción, aceptación del producto en el mercado local y condiciones de comercialización. Con base en la información obtenida en las encuestas y entrevistas se extraerán conclusiones generales sobre la viabilidad técnica, económica y comercial del proyecto, que permitirán determinar la viabilidad de la producción artesanal de queso en el contexto estudiado.

2.3.3.2. Método deductivo

El método deductivo es un método de razonamiento que parte de principios generales, teorías o modelos previamente establecidos para aplicarlos a situaciones específicas. Este método permite analizar de un punto específico a partir de fundamentos teóricos reconocidos, promoviendo el contraste entre la teoría y la realidad observada (Torres, 2010). En este estudio se utilizaremos el método deductivo para aplicar principios teóricos de estudios de factibilidad como producción agroindustrial y comercialización de lácteos en el cantón El Carmen. Con

base en conceptos generales de viabilidad económica, analizando el mercado y procesos productivos, donde se evaluará si la producción y comercialización de queso artesanal cumple con los criterios técnicos y económicos necesarios para su implementación sustentable.

2.3.3.3. Método analítico

El método analítico consiste en descomponer un fenómeno en sus partes constitutivas con el propósito de examinar detalladamente sus características, relaciones y efectos. Los permite comprender la naturaleza del objeto de estudio mediante la identificación de sus elementos esenciales (Arias, 2021). En el desarrollo de esta investigación, utilizamos el método analítico que lo permite descomponer el proceso de producción y comercialización del queso artesanal en componentes específicos, tales como la obtención de la materia prima, el proceso de elaboración, los costos de producción, la fijación de precios y los canales de distribución. Donde cada uno de estos elementos facilitará la identificación de fortalezas y debilidades del proceso productivo, contribuyendo a una evaluación objetiva de la factibilidad del proyecto.

2.3.4. Técnica

2.3.4.1. Encuesta

La técnica encuesta es ampliamente utilizada para recopilación de datos que permite obtener información de manera sistemática a través de un cuestionario estructurado, aplicado a una población o muestra representativa. Esta técnica se utiliza en investigaciones sociales y económicas por su eficiencia y facilidad de análisis (López, 2015). En proyecto de factibilidad, la encuesta se aplicará a productores artesanales de queso y consumidores del cantón El Carmen, con el fin de recopilar información sobre la aceptación del producto, de la demanda del mercado, de los precios y las preferencias de consumo. Dándolos como resultados obtenidos que permitirán evaluar la viabilidad comercial del queso artesanal y complementar la información recopilada mediante la entrevista, fortaleciendo la confiabilidad de los resultados.

2.3.5. Población

La población objeto de este estudio está conformada por los 84.141 habitantes del cantón El Carmen provincia de Manabí. Donde este grupo poblacional constituye a los consumidores potenciales del proyecto, debido a concentra la mayor dinámica comercial y la demanda de los productos alimenticios del cantón lo que lo convierte en una base pertinente para el análisis del mercado del estudio de factibilidad de la producción y comercialización de queso artesanal, (INEC, 2022).

2.3.6. Muestra

La muestra se determinó a partir de una población finita de 84.141 habitantes de la parroquia El Carmen, aplicando la fórmula estadística para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia del 50 %, criterios comúnmente aceptados en investigaciones sociales y de mercado, (Hernández Sampieri, 2014)

Se utilizó el muestreo probabilístico utilizando la siguiente formula a los habitantes del cantón El Carmen.

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(84,141)}{(84,141)(0,5)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 3,8416 * 0,25 * 84.141 = 80.816,64$$

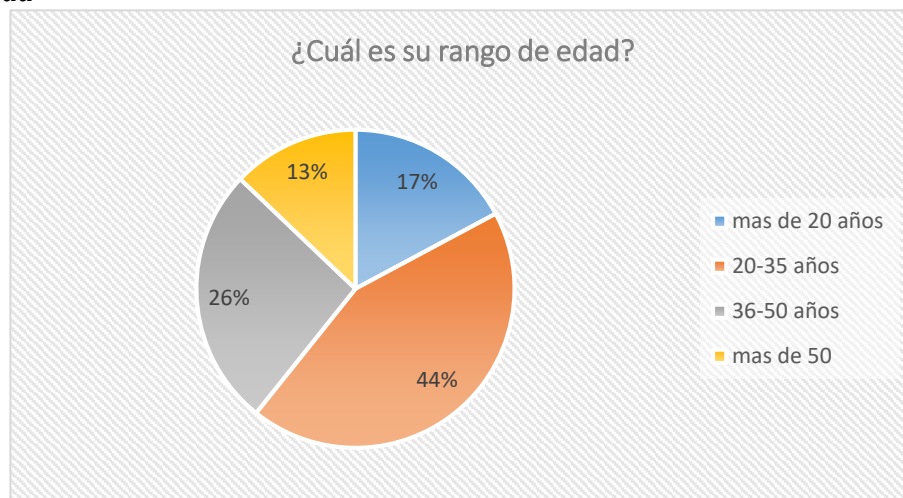
$$n = 84.141 \cdot 0,0025 + 0,9604 = 210,35 + 0,9604 = 211,31$$

$$n = \frac{80.816,64}{211,31} = 382$$

2.4. Aplicación de la encuesta

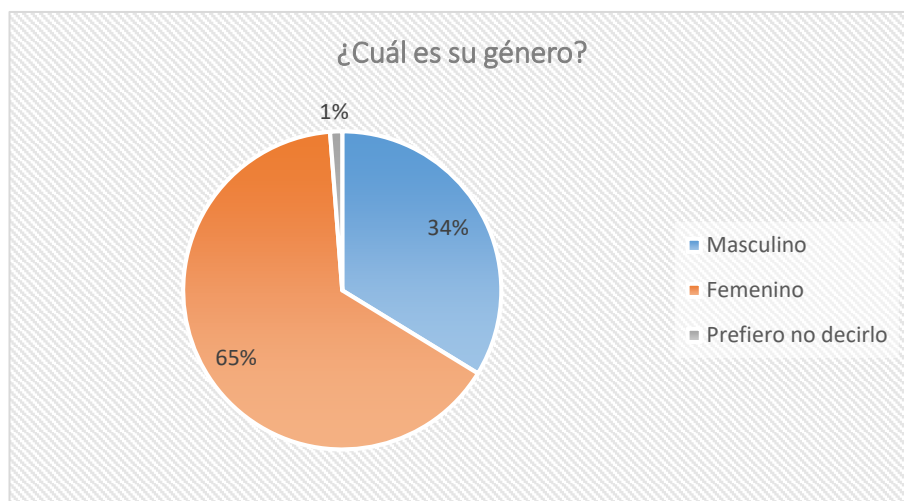
Figura 18

Rango de edad



Nota: La figura muestra la distribución porcentual de los encuestados según su rango de edad, permitiendo identificar la prevalencia de los diferentes grupos etarios dentro de la población analizada

Análisis del rango de edad: De acuerdo con los resultados obtenidos, el 44 % de los encuestados tiene entre 20 y 35 años, constituyéndose como el segmento de mayor participación dentro de la muestra; el otro grupo de 36 a 50 años con un 26 %, mientras que las personas de hasta 20 años representan el 17 % y los mayores de 50 años corresponden al 13 %. Estos resultados muestran que el estudio de comercialización y producción del queso artesanal “Queso Vía” se basa principalmente en las opiniones de personas en edad económicamente activa, quienes representan el principal mercado potencial del producto, al tener un mayor poder de consumo y decisión de compra, brindando información esencial para determinar la aceptación y posicionamiento del Queso Vía en el mercado.

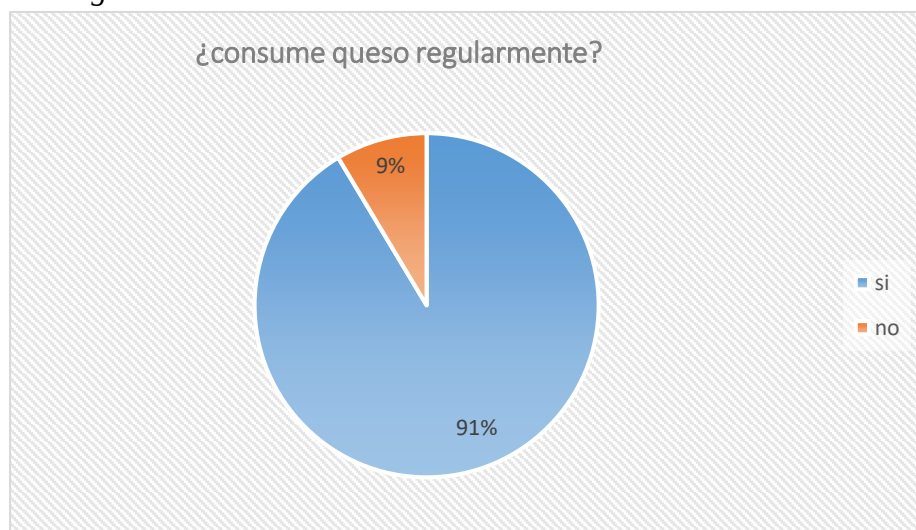
Figura 19*Cuál es su género*

Nota: La figura presenta la distribución porcentual de los encuestados según su género, permitiendo identificar la composición por género del grupo evaluado en el estudio.

Análisis de la variable de género: Con los resultados obtenidos, el 65% de los encuestados corresponde al género femenino, el 34% al género masculino y el 1% optaron por no indicar su género. Estos resultados indican una mayor participación de las mujeres en los estudios de comercialización y producción del queso artesanal “Queso Vía”, indicando que este segmento es un mercado potencial importante para el producto, ya que es importante en las decisiones de compra y consumo de alimentos. Asimismo, la participación de ambos géneros permite tener una visión más amplia y representativa de la aceptación y posicionamiento de Queso Vía en el mercado.

Figura 20

Consume queso regularmente

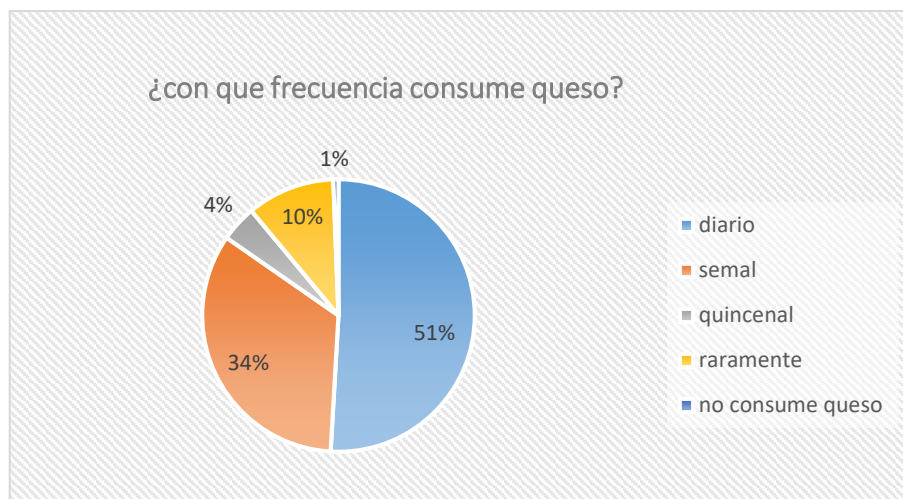


Nota: La figura muestra la distribución porcentual de los encuestados según su hábito de consumo de queso, permitiendo identificar el nivel de aceptación y demanda regular del producto en la muestra evaluada.

Análisis del consumo regular de queso: El gráfico muestra que el 91% de los encuestados consume queso con regularidad, lo que muestra una gran oportunidad de mercado para Queso Vía, ya que el queso es un alimento básico en muchos hogares y negocios. Estos datos ponen de relieve la demanda constante y repetida que confirma la viabilidad del producto y su potencial de éxito. Para el 9% restante que no consume queso habitualmente, existe la oportunidad de explorar estrategias que promuevan su consumo, como campañas educativas o degustaciones. En general, los hallazgos sugieren que las estrategias de Queso Vía deberían centrarse en la disponibilidad del producto en puntos de venta clave y enfatizar su calidad artesanal, fresca y empaque innovador para atraer al público objetivo.

Figura 21

Con que frecuencia consume queso

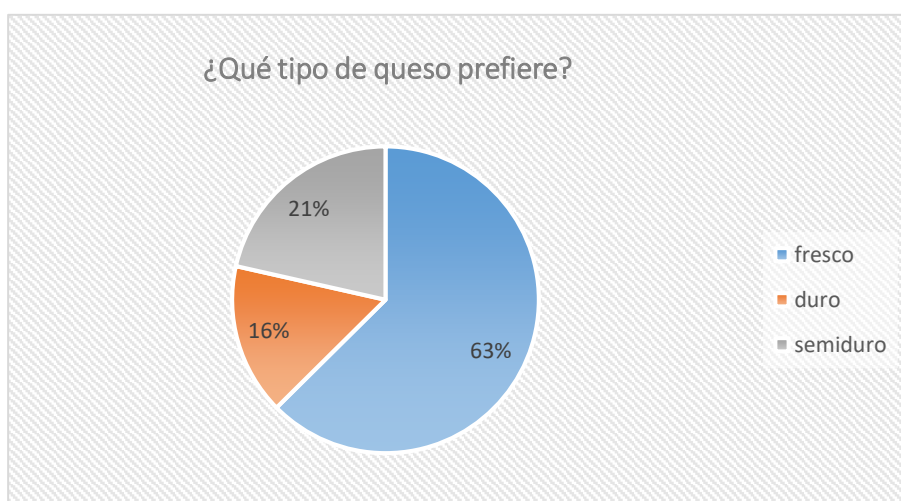


Nota: La figura muestra la frecuencia con la que la población evaluada consume queso, evidenciando una clara preferencia por el consumo diario y semanal dentro del grupo analizado.

Análisis de la frecuencia de consumo de queso: El gráfico muestra que el 51% de los quesos se consume diariamente y el 34% se consume semanalmente, lo que indica una demanda constantemente alta. Sólo el 10% lo consume cada dos semanas, el 4% rara vez y el 1% nunca lo utiliza.

Figura 22

Qué tipo de queso prefiere

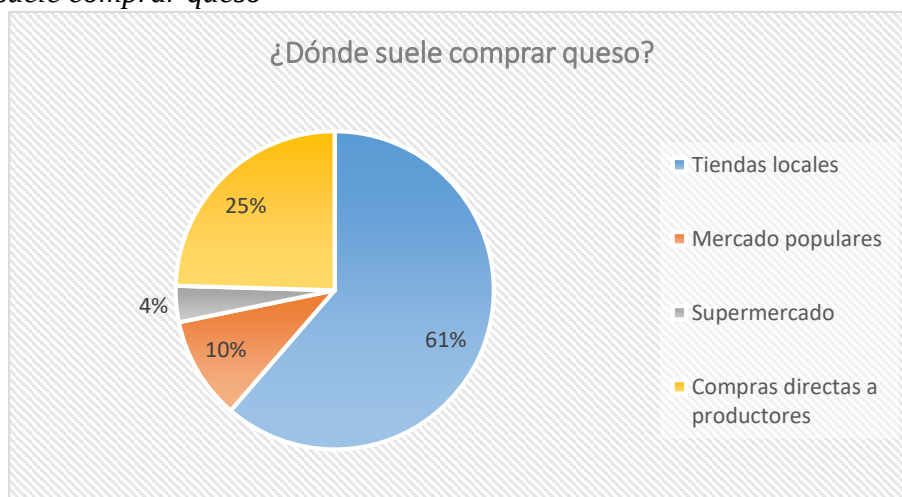


Nota: La figura muestra las preferencias del grupo evaluado en cuanto a las variedades de queso, evidenciando una inclinación mayoritaria hacia el consumo de queso fresco frente a otras alternativas.

Análisis del tipo de queso preferido: Mediante los resultados obtenidos, el 63 % de los encuestados manifestó preferir el queso fresco, constituyéndose como la opción de mayor aceptación; seguido del queso semiduro con un 21 % y del queso duro con un 16 %. Estos resultados evidencian una clara inclinación de los consumidores hacia los quesos frescos, lo que representa una oportunidad favorable para la producción y comercialización del queso artesanal “Queso Vía”, ya que permite orientar las estrategias de elaboración y mercado hacia las preferencias predominantes de los consumidores, incrementando las posibilidades de aceptación y posicionamiento del producto en el mercado.

Figura 23

Dónde suele comprar queso



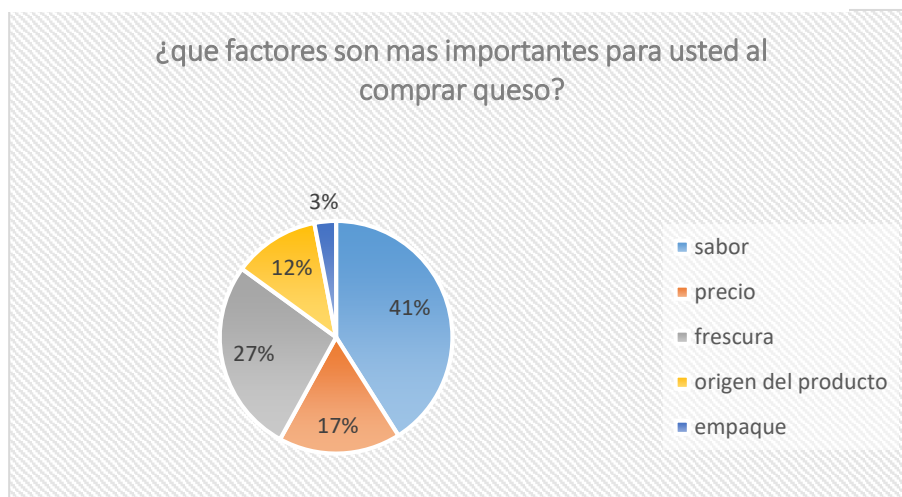
Nota: La figura muestra los canales habituales de compra de queso, evidenciando una clara preferencia por las tiendas locales y las compras directas a productores dentro del grupo evaluado.

Análisis del lugar habitual de compra: De acuerdo con los resultados obtenidos, el 61 % de los encuestados manifestó que suele comprar queso en tiendas locales, convirtiéndose en el principal canal de adquisición; les siguen las compras directas a productores con un 25 %, los mercados populares con un 10 % y, finalmente, los supermercados con un 4 %. Estos resultados muestran que los consumidores prefieren comprar queso en establecimientos cercanos y de fácil acceso, no solo valoran las compras directas al productor. Para la producción y comercialización del queso artesanal “Queso Vía”, esta información es importante porque muestra que las estrategias de distribución y venta deben centrarse principalmente en las

tiendas locales y la comercialización directa, asegurando una mayor cercanía con los clientes y mejores oportunidades de posicionamiento en el mercado.

Figura 24

Qué factores son más importantes para usted al comprar queso

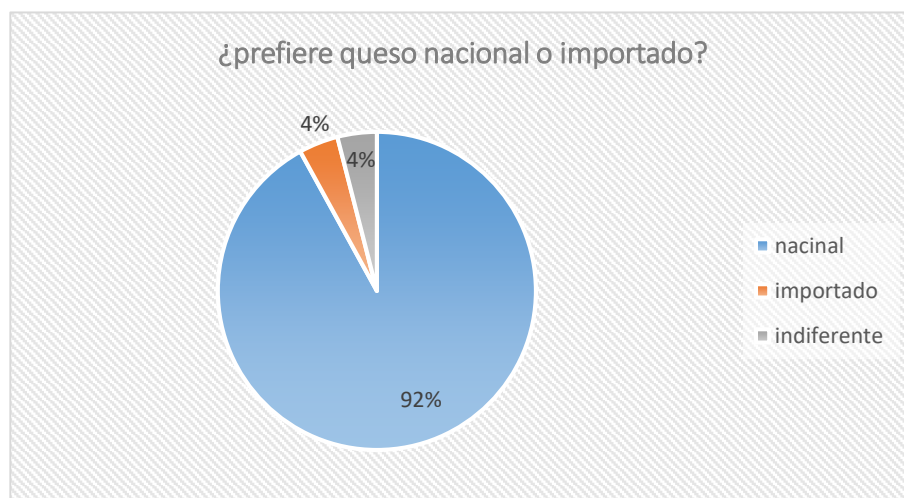


Nota: Los factores determinantes en la compra de queso se centran en la calidad percibida (sabor y frescura), priorizándose por encima del costo y la presentación.

Análisis de los factores considerados al comprar queso: El gráfico muestra los factores más importantes al comprar queso según los encuestados. El sabor es el más relevante con un 41%, seguido por la frescura con un 27%, mientras que el precio representa un 17%. El origen del producto y el embalaje son los menos valorados con un 12% y un 3% respectivamente. Esto indica que Queso Vía debe centrarse en resaltar el sabor y la frescura de su producto como elementos clave.

Figura 25

Prefiere queso nacional o importado

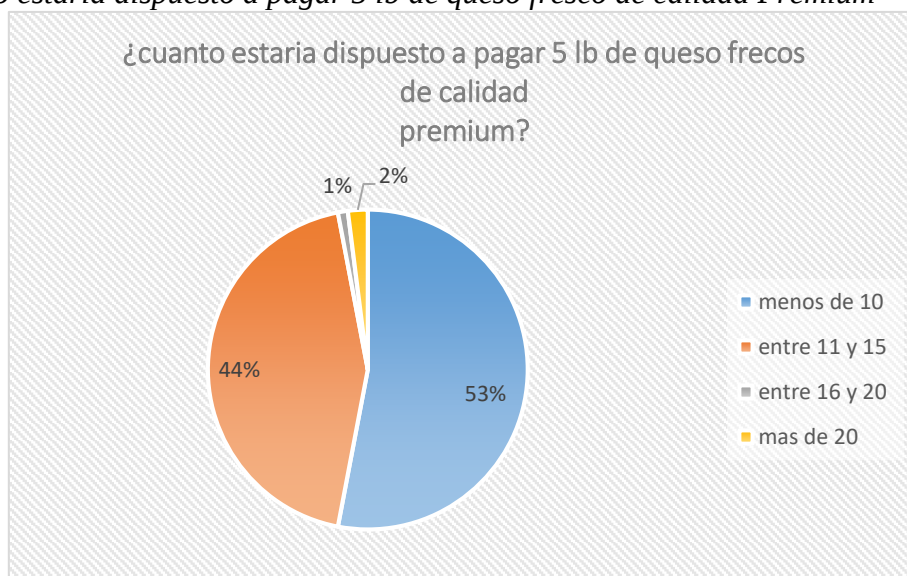


Nota: La disposición a importado es 4% de queso fresco y el otro (4%) es de queso indiferente donde tuvos más impacto con un 92% que prefieren queso nacional.

Análisis de la preferencia entre queso nacional e importado: Del gráfico se desprende que el 92% de los encuestados prefiere el queso nacional, mientras que sólo el 4% elige el queso importado y otro 4% se muestra indiferente. Esto demuestra un fuerte deseo por los productos locales, lo que es la ventaja competitiva de Queso Vía, enfocándose en resaltar su origen nacional y su proceso artesanal. Además, este dato respalda estrategias de marketing que destaquen la conexión del producto con la cultura y tradición local.

Figura 26

Cuanto estaría dispuesto a pagar 5 lb de queso fresco de calidad Premium

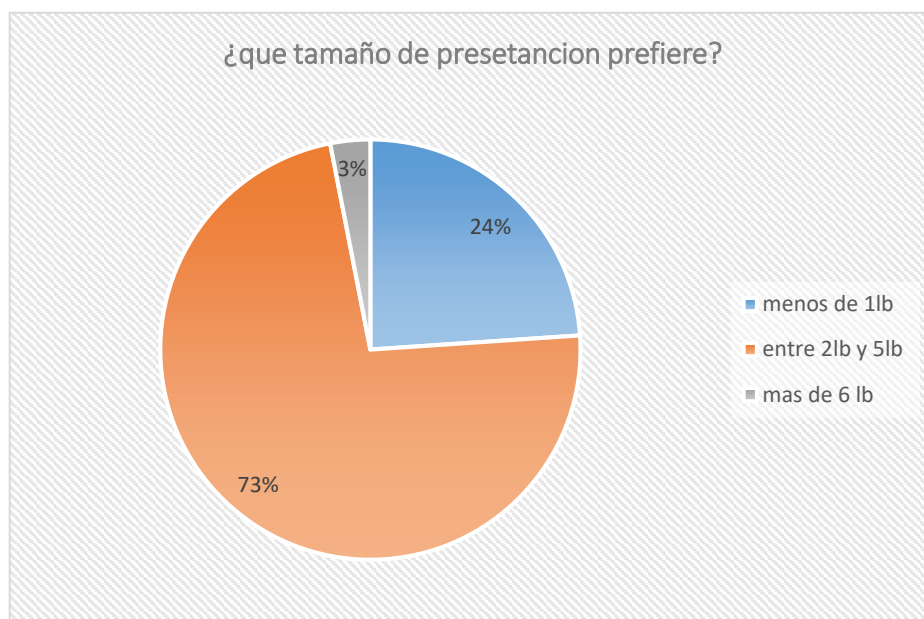


Nota: La disposición a pagar por 5 lb de queso fresco Premium se concentra fuertemente en el rango de menos de \$15, siendo mínimas las opciones superiores a este valor (3%).

Análisis de la disposición de pago por 5 libras de queso: El gráfico muestra cuánto estarían dispuestos a pagar los encuestados por 5 lb de queso fresco de calidad Premium. El 53% prefiere pagar entre \$11 y \$15, mientras que el 44% optaría por un precio menor a \$10. Solo el 2% estaría dispuesto a pagar entre \$16 y \$20, y el 1% más de \$20. Estos datos indican que el rango de precio competitivo para Queso Vía debería estar entre \$10 y \$15, posicionándose como una opción accesible pero con valor agregado, destacando su frescura y calidad Premium.

Figura 27

Qué tamaño de presentación prefiere



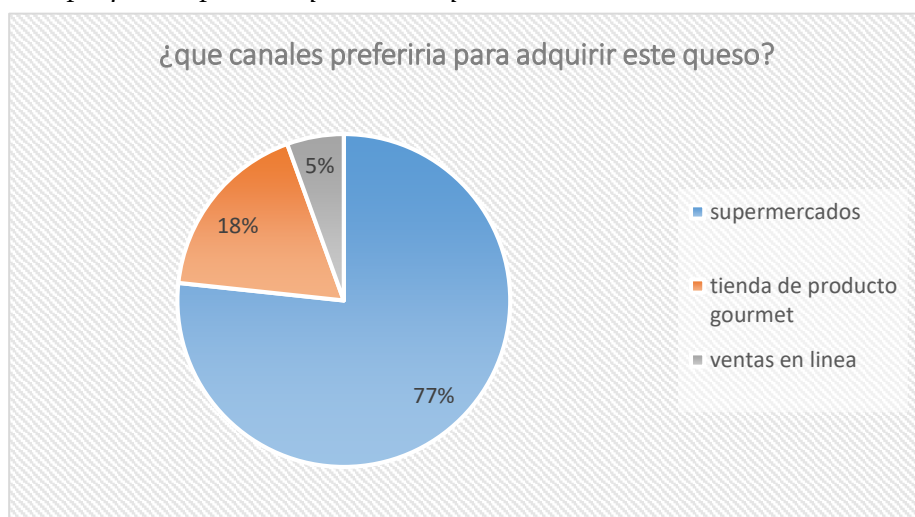
Nota: La mayor parte de la preferencia de los consumidores se concentra en la presentación de entre 2 lb y 5 lb (73%), superando ampliamente a los formatos de menor tamaño y a las presentaciones al por mayor.

Análisis de la presentación preferida: Esto se determina mediante un muestreo selectivo del tamaño de la presentación del queso. El 73% de los encuestados prefiere presentaciones entre 2 y 5 libras, lo que indica que este rango debe ser el foco principal de Queso Vía. El 24 % elige tamaños de menos de 1 libra, lo que crea un mercado adicional, mientras que solo el 3 % elige tamaños de más de 6 libras, lo que indica una baja demanda en

esta categoría. Este análisis sugiere que las estrategias de producción y distribución deberían favorecer presentaciones de tamaño mediano con menos opciones como alternativas secundarias.

Figura 28

Qué canales preferiría para adquirir este queso



Nota: El gráfico muestra la distribución de preferencias de los consumidores al momento de adquirir el queso

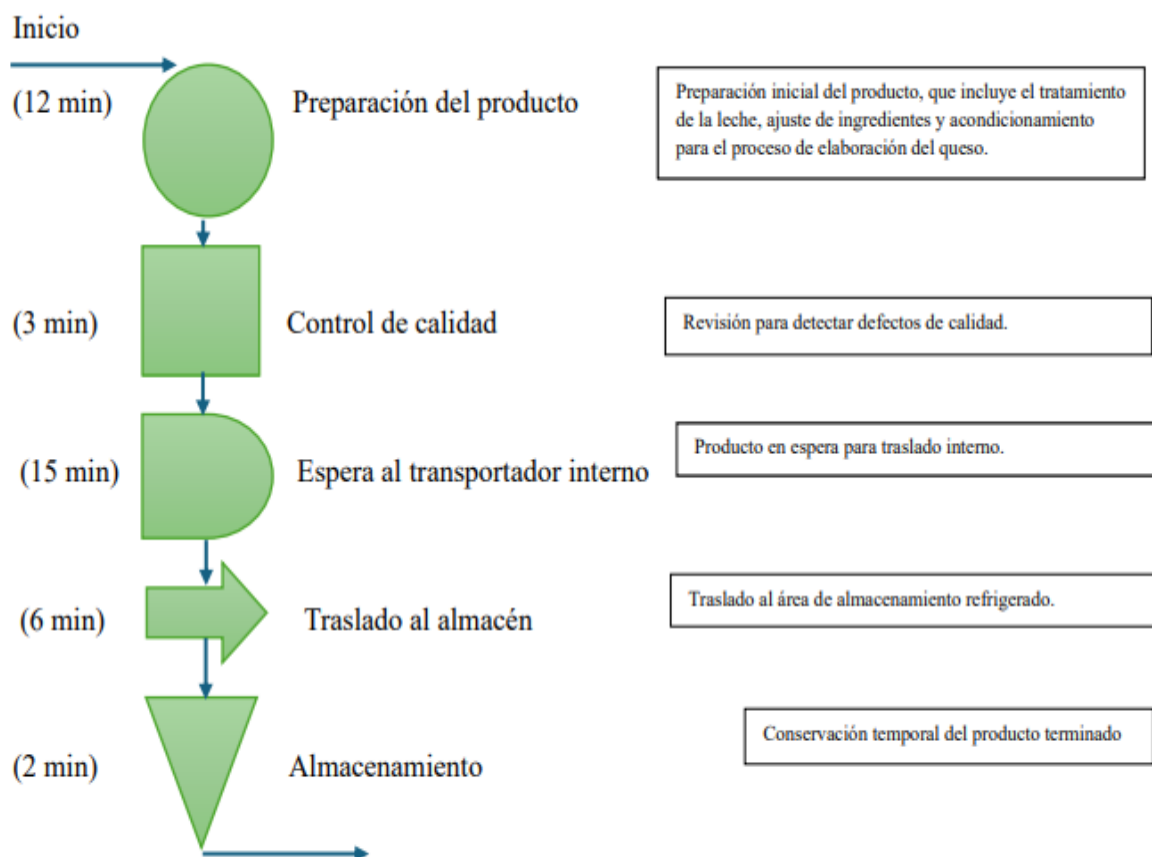
Análisis de los canales preferido para adquirir el queso: Este gráfico lo permite determinar los canales preferidos por los encuestados para adquirir queso. El 77% prefiere comprar en supermercados, seguido por un 18% que opta por tiendas de productos gourmet y un 5% que prefiere realizar compras en línea. Esto indica que Queso Vía debe priorizar su distribución en supermercados, que son el canal principal, y considerar una presencia secundaria en tiendas gourmet para posicionar su producto como Premium. Las ventas en línea, aunque sean minoritarias, podrían explorarse como un canal adicional, especialmente para los clientes que valoran la comodidad.

Análisis de las encuesta

Los resultados obtenidos de la aplicación de la investigación muestran una alta aceptación y un importante potencial de mercado del queso artesanal QUESOLACT en el cantón El Carmen. La mayoría de los encuestados corresponden a personas de entre 20 y 35 años y al género femenino, segmentos que tienen un peso importante en las decisiones de

compra de alimentos. También se encontró que el 91% de los participantes consume queso regularmente, predominando el consumo diario y semanal, lo que demuestra que la demanda por este tipo de producto es constante. En términos de preferencias de los consumidores, el queso fresco es el más demandado, siendo el sabor y la frescura los principales atributos que los consumidores valoran a la hora de realizar una compra.

Asimismo, los resultados muestran que los comercios locales y supermercados son los principales canales de comercialización, mientras que existe una fuerte preferencia por productos de origen nacional y presentaciones de 2 a 5 libras, que se consideran los más adecuados para satisfacer las necesidades del mercado. En cuanto al precio, la mayoría de los encuestados indicaron que están dispuestos a pagar entre \$11 y \$15 por cinco libras de queso fresco de alta calidad, información que sirve como base para determinar una estrategia de precios competitiva. En conjunto, estos resultados permiten concluir que existen condiciones favorables para la implementación del proyecto, ya que la aceptación del producto, las preferencias de compra y los patrones de consumo identificados respaldan la viabilidad comercial de la empresa QUESOLACT, orientando el desarrollo de estrategias de producción, distribución y comercialización de acuerdo a las necesidades del mercado objetivo.

Figura 29*Diagrama de flujo*

Capítulo III

3. Diseño de la Propuesta

3.1. Título

Factibilidad financiera para la elaboración y comercialización de queso artesanal

3.2. Justificación

La propuesta se justificó por la necesidad de evaluar la viabilidad financiera de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de queso artesanal, considerando la disponibilidad de materia prima, la demanda identificando el mercado y las oportunidades de crecimiento del sector lácteo en cantón El Carmen. Donde se evalúa el sector financiero para llegar a determinar si la inversión requerida genera beneficio económico suficiente para garantizar la sostenibilidad del proyecto y la recuperación de los recursos invertidos.

Del mismo modo, el proyecto busca aprovechar la disponibilidad de la leche del cantón el Carmen de la zona reconocida por su importancia de la actividad ganadera. La transformación de esta materia prima en queso artesanal representa una alternativa para generar un valor agregado, incrementando la rentabilidad de la producción lechera y promover el desarrollo de pequeñas unidades productiva dedicada a la industria láctea.

Desde mi perspectiva financiera, la propuesta lo permite analizar la inversión inicial, de los costos de producción, los gastos operativos, los ingresos proyectados y los principales indicadores de rentabilidad, como el valor Actual neto (VAN), la Tasa interna de retorno (TIR) y la Relación beneficio-costos (B/C). Estos elementos facilitarán la toma de decisiones sobre la viabilidad económica del proyecto y determinarán si la inversión genera el beneficio esperado en el corto y mediano plazo.

3.3. Objetivo General

Determinar la factibilidad financiera para la elaboración y comercialización de queso artesanal en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, mediante el análisis de inversiones, costos, ingresos y rentabilidad del proyecto.

3.3.1. Objetivos Específico

- Establecer la inversión inicial, los costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto.
- Determinar costo variable y fijo para el cálculo del punto de equilibrio.
- Elaborar los estados financieros proforma, como estados de resultado, balance general y flujo de caja.
- Evaluar la rentabilidad financiera de la propuesta mediante indicadores financieros que determine su viabilidad.
- Determinar la sensibilidad del proyecto a través de escenarios.

3.4. Alcance

La propuesta comprende la evaluación financiera del proyecto de la elaboración de queso artesanal, incluyendo el análisis de inversiones, costos, gastos operativos, ingresos proyectados y los principales indicadores financieros necesarios para determinar la rentabilidad y sostenibilidad económica del negocio.

En el ámbito técnico, la propuesta incluye la definición del proceso productivo, la capacidad instalada, la ubicación de la fábrica, la distribución de las áreas de producción, la determinación de maquinaria, equipos e infraestructura necesaria y la determinación del recurso humano necesario para garantizar la producción de queso artesanal en condiciones de calidad e inocuidad. También se considera el desarrollo de estrategias de marketing orientadas a satisfacer la demanda del mercado objetivo.

Además, el alcance incluye el cálculo de inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo, cálculo de costos de producción, costos de administración y comercialización, así como previsión de ingresos y cuentas. Además, implica evaluar el proyecto utilizando indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Costo-Beneficio (B/C) y el Período de Recuperación para determinar la rentabilidad y sostenibilidad financiera del negocio.

3.5. Base Legal

- Constitución de la República del Ecuador
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)
- Ley Orgánica de Salud
- Normativa de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)
- Norma Técnica Ecuatoriana INEN aplicable al queso
- Código de Comercio
- Ley Régimen Tributario Interno
- Código Tributario
- Ley Orgánica de Emprendimiento y Innovación
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor
- Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para establecimientos de alimentos procesados
- Código del Trabajador en Ecuador

3.6. Desarrollo de la Propuesta

	Empresa: QUESOLACT Ruc: Dirección: Vía venado paso lateral, Cantón El Carmen, provincia de Manabí Celular: 0997198885	Código: GPD-001 Página: N: 1
Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de queso artesanal 		
Elaborado por: Bryan Alexander Castro Delgado	Revisado por: Pablo Edison Ávila Ramírez, PHD	



Empresa: **QUESOLACT**
Ruc:
Dirección: Vía venado paso lateral,
Cantón El Carmen, provincia de Manabí
Celular: 0997198885

51

Código:

GPD-001

Página:

N: 2

Índice

Portada.....	
Índice.....	
1. Introducción.....	5
2. Abreviatura.....	6
3. Simbología.....	7
4. Base legal.....	8
4.1. Constitución de la República del Ecuador.....	8
4.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).....	9
4.3. Ley Orgánica de Salud.....	9
4.4. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).....	10
4.5. Norma Técnica Ecuatoriana INEN aplicable al queso.....	11
4.6. Código de Comercio.....	11
4.7. Ley Régimen Tributario Interno.....	12
4.8. Código Tributario.....	12
4.9. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	13
4.10. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.....	14
4.11. Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para establecimientos de alimentos procesados.....	14
4.12. Código del Trabajador en Ecuador.....	15

5. Factibilidad económica y financiera.....	16
5.1. Plan de inversión.....	16
5.2. Costo promedio ponderado.....	17
5.3. Resume de fuente de inversión (interna y externa).....	18
5.4. Resume de costos.....	19
5.5. Hoja de costo.....	21
5.6. Resume de costo fijo y variables.....	22
5.7. Análisis de punto de equilibrio.....	23
5.8. Estado de resultado proyectado.....	24
5.9. Estado de situación financiera.....	26
5.10. Flujo de caja del proyecto.....	27
5.11. Evaluación económica financiera.....	28
5.12. Análisis financiero.....	30
5.13. Análisis de sensibilidad.....	34

Índice de tablas

Tabla 1.....	6
Tabla 2.....	7
Tabla 3.....	16
Tabla 4.....	17
Tabal 5.....	18
Tabla 6.....	23

Índice de figura

Figura 1.....	19
Figura 2.....	21
Figura 3.....	22
Figura 4.....	24
Figura 5.....	26
Figura 6.....	27
Figura 7.....	28
Figura 8.....	30
Figura 9.....	32
Figura 10.....	33
Figura 11.....	34

1. Introducción

Mediante de los resultado obtenidos durante el desarrollo de la investigación. Se mostró que la factibilidad financiera para la elaboración y comercialización de queso artesanal en el cantón el Carmen, provincia de Manabí, mediante la integración del estudio de mercado, técnico y financiero. La propuesta planteada tuvo acciones necesarias para la implementación del proyecto, considerando las condiciones del entorno, la disponibilidad de recursos y las oportunidades de identificar el desarrollo de la actividad productiva.

También se describe los componentes fundamentales de la propuesta, tales como el objetivo, el alcance, la base legal, la estructura organizacional, el proceso de producción, los recursos requeridos y la estrategia de comercialización. Asimismo se desarrolló el análisis financiero donde lo permitió evaluar la inversión, los costos, los ingresos proyectados y los indicadores de rentabilidad, con el fin de determinar la viabilidad económica del proyecto.

Finalmente, la propuesta busca fortalecer la producción de queso artesanal en el cantón el Carmen que seda mediante la creación de una unidad productiva que aprovecha de los recursos disponibles donde responda a las necesidades del mercado. Además de contribuir al desarrollo económico local, donde se pretende general empleo, para impulsar al aprovechamiento de la producción lechera de la zona y llegar a ofrecer a los consumidores un producto elaborado bajo estándares de calidad e inocuidad que favoreces tanto a la competitividad y permanencia en el mercado.



Empresa: **QUESOLACT**
 Ruc:
 Dirección: Vía venado paso lateral,
 Cantón El Carmen, provincia de Manabí
 Celular: 0997198885

55

Código:

GPD-001

Pagina:

N: 6

1. Abreviatura

Tabla 5

Abreviatura

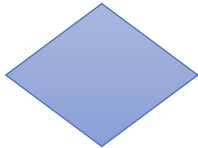
Abreviatura	Significado
ARCSA	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
BPM	Buenas Prácticas de Manufactura
COPCI	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
INEN	Instituto Ecuatoriano de Normalización
NTE	Norma Técnica Ecuatoriana
RUC	Registro Único de Contribuyentes
IVA	Impuesto al Valor Agregado
USD	Dólar de los Estados Unidos de América
KG	Kilogramo
G	Gramo
LB	Libra
L	Litro
ML	Mililitro
°C	Grados Celsius

PH	Potencial de Hidrógeno
VAN	Valor Actual Neto
TIR	Tasa Interna de Retorno
B/C	Relación Beneficio/Costo
TMAR	Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento

2. Simbología

Tabla 6

Simbología

Simbología	Nombre	Descripción
	Inicio/Fin	Indica el comienzo y la finalización del proceso productivo.
	Proceso	Representa la actividad o etapa del proceso, como la pasteurización, cuajado, prensado y empacado.
	Decisión	Es el punto donde se evalúa la condición para continuar con el proceso.
	Flujo del proceso	Es la que lo indica la secuencia y dirección de las actividades

	Entrada/Salida	Lo representa la recepción de la materia prima o de la salida del producto terminado
---	----------------	--

3. Base legal

3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008).

La Constitución de la República del Ecuador constituye el marco jurídico supremo del país y reconoce el derecho de las personas a desarrollar actividades económicas de forma individual o colectiva. Asimismo, promueve la producción nacional, el emprendimiento y el desarrollo de actividades que contribuyan al crecimiento económico y al Buen Vivir, (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

Porque

Esta norma fue seleccionada porque constituye el marco jurídico principal del país y garantiza la libertad para desarrollar actividades productivas y económicas. Además, respalda el emprendimiento, la producción nacional y el desarrollo de iniciativas empresariales, aspectos fundamentales para la creación y funcionamiento de la empresa QUESOLACT, dedicada a la elaboración y comercialización de queso artesanal.

3.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones establece los principios y mecanismos para fomentar la producción nacional, incentivar la inversión y fortalecer la competitividad de los sectores productivos, promoviendo el desarrollo económico y la generación de empleo, (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010).

Porque

Se incorporó esta normativa debido a que establece las disposiciones que fomentan la producción nacional, la inversión y la competitividad empresarial. Su aplicación es pertinente para que mi proyecto busque demostrar la factibilidad financiera de mi empresa productora de queso artesanal, promoviendo el crecimiento económico y la generación de empleo dentro del cantón El Carmen.

3.3.Ley Orgánica de Salud.

Lo establecen las disposiciones relacionadas con la protección de la salud pública, donde se regula las condiciones sanitarias que se tiene que cumplir para los alimentos destinados para el consumo humano. Donde esta ley lo exige que los procesos de producción, almacenamiento, transporte y comercialización de alimentos se desarrollen bajo las condiciones que garantizan la inocuidad y calidad, (Congreso Nacional del Ecuador, 2006).

Porque

Yo considere esta norma porque regula las condiciones sanitarias para la producción, almacenamiento y comercialización de los alimentos destinados al consumo humano. Su inclusión garantizar que la elaboración del queso artesanal se realice cumpliendo las normas de higiene e inocuidad exigidas por la legislación ecuatoriana, contribuyendo a proteger la salud de los consumidores.

3.4.Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

(ARCSA).

Es una entidad pública adscrita al Ministerio de Salud Pública del Ecuador, encargada de regular, controlar y vigilar que los alimentos procesados, medicamentos, dispositivos médicos, productos cosméticos y demás bienes de uso y consumo humano cumplan con los requisitos de calidad, seguridad e inocuidad establecidos en la normativa sanitaria nacional. Asimismo, es responsable de otorgar el Registro Sanitario y realizar



Empresa: **QUESOLACT**
Ruc:
Dirección: Vía venado paso lateral,
Cantón El Carmen, provincia de Manabí
Celular: 0997198885

59

Código:

GPD-001

Página:

N: 10

inspecciones para verificar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes, (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2012).

Porque

La ARCSA fue seleccionada como parte de la base legal porque mi proyecto contempla la elaboración y comercialización de queso artesanal, tanto en actividad que se debe cumplir como la normativa sanitaria ecuatoriana para garantizar que el producto sea inocuo y apto para el consumo humano. Además esta entidad se encarga de emitir el registro sanitario y supervisar tanto el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura, requisitos indispensables para mi empresa de QUESOLACT para que pueda garantizar una mejor comercialización a sus productos de forma legal y brindar mayor confianza para los consumidores.

3.5. Norma Técnica Ecuatoriana INEN aplicable al queso.

Establece los requisitos que debe cumplir el queso fresco para garantizar su calidad e inocuidad. La norma determina aspectos relacionados con las características físicas, químicas, microbiológicas, el etiquetado, el almacenamiento y los criterios de aceptación del producto, con el propósito de proteger la salud del consumidor y asegurar que el producto cumpla con los estándares de calidad exigidos para su comercialización en el Ecuador, (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2012).

Porque

Yo escogí esta norma porque se enfoca en mi proyecto que es elaboración y comercialización de queso artesanal, por lo tanto es indispensable para cumplir con los requisitos técnicos establecidos para este tipo de producto. La aplicación de la NTE e INEN 1528 lo permite que mi empresa QUESOLACT garantice la calidad, inocuidad y correcta presentación del queso artesanal, facilitando su aceptación en el mercado y el cumplimiento de la normativa nacional vigente.

3.6.Código de Comercio

Esta regula las actividades mercantiles, los actos de comercio y las relaciones jurídicas entre los comerciantes. Además, establece las normas aplicables a la constitución y funcionamiento de las empresas, los contratos mercantiles, las obligaciones comerciales y las operaciones relacionadas con la compra, venta y distribución de bienes y servicios, proporcionando seguridad jurídica para el desarrollo de las actividades económicas, (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019).

Porque

El Código de Comercio lo seleccionado porque para mi empresa QUESOLACT desarrollará actividades de producción y comercialización de queso artesanal, las cuales constituyen actos de comercio regulados por la legislación ecuatoriana. Su aplicación garantiza que las operaciones comerciales, las relaciones con proveedores y clientes, y las transacciones derivadas de la venta del producto se realicen conforme al marco legal vigente, fortaleciendo la legalidad y sostenibilidad del proyecto.

3.7.Ley Régimen Tributario Interno (LRTI)

Es la que establece la norma, que regula el sistema tributario ecuatoriano, determinando los impuestos, obligaciones y responsabilidades que deben cumplir las personas naturales y jurídicas en el desarrollo de sus actividades económicas. Entre sus principales disposiciones se encuentran la regulación del Impuesto a la Renta (IR), el

Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros tributos administrados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), con el propósito de garantizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y contribuir al financiamiento del Estado, (Asamblea Nacional del Ecuador, 2004).

Porque

La Ley de Régimen Tributario Interno fue incorporada en la base legal porque mi empresa QUESOLACT desarrollará actividades de producción y comercialización de queso artesanal, las cuales generan obligaciones tributarias como la declaración y pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y del Impuesto a la Renta. Además, esta normativa constituye la base para la elaboración de las proyecciones financieras del proyecto, ya que permite determinar correctamente la carga tributaria y evaluar la rentabilidad de la empresa dentro del marco legal vigente.

3.8.Código Tributario

Se consideró por los principios que genera y que regulan la administración, determinación, recaudación y control de los tributos en el país. Esta normativa define los derechos y obligaciones de los contribuyentes y de la administración tributaria, así como los procedimientos relacionados con el cumplimiento de las obligaciones fiscales, garantizando la correcta aplicación del régimen tributario ecuatoriano, (Asamblea Nacional del Ecuador, 2005).

Porque

Lo incorpore en la base legal porque para mi empresa de QUESOLACT, se dedica a la elaboración y comercialización de queso artesanal, deberá cumplir con las obligaciones tributarias establecidas por la legislación ecuatoriana. Su aplicación permitirá que la empresa realice correctamente sus declaraciones, pagos de impuestos y

demás procedimientos fiscales, asegurando el cumplimiento de la normativa vigente y fortaleciendo la legalidad y sostenibilidad financiera del proyecto.

3.9.Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

Tiene como finalidad promover, incentivar y fortalecer el ecosistema emprendedor en el Ecuador, facilitando la creación, desarrollo y consolidación de nuevos emprendimientos. Esta normativa establece mecanismos para fomentar la innovación, el acceso a fuentes de financiamiento, la simplificación de trámites y el crecimiento del micro, pequeñas y medianas empresas, contribuyendo al desarrollo económico y la generación de empleo, (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020).

Porque

Describe que esta base legal es esencial para mi proyecto que es de QUESOLACT constituye una iniciativa empresarial orientada a la elaboración y comercialización de queso artesanal. Esta normativa respalda la creación y fortalecimiento de nuevos emprendimientos, promoviendo el acceso a incentivos, mecanismos de financiamiento y herramientas que favorecen el desarrollo de actividades productivas sostenibles. Su aplicación contribuye a fortalecer la viabilidad del proyecto y a impulsar la competitividad de la empresa dentro del mercado.

3.10. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Como finalidad tiene a proteger los derechos de los consumidores y usuarios, garantizando que los bienes y servicios ofrecidos en el mercado cumplan con estándares de calidad, seguridad e información veraz. Esta normativa establece las obligaciones de los proveedores respecto a la comercialización de productos, el etiquetado, la publicidad, las garantías y la responsabilidad frente a los consumidores, promoviendo relaciones comerciales transparentes y equitativas, (Congreso Nacional del Ecuador, 2000).

Porque

Esta lo expresa que esta base legal en base a mi proyecto busca que la empresa debe garantizar que el producto cumpla con los requisitos de calidad, inocuidad, etiquetado e información al consumidor establecidos por la legislación ecuatoriana. Su aplicación fortalece la confianza de los clientes, protege sus derechos y contribuye al desarrollo de una actividad comercial responsable y conforme al marco legal vigente.

3.11. Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para establecimientos de alimentos procesados

Lo establece que los requisitos técnicos y sanitarios que deben cumplir las empresas dedicadas a la elaboración, procesamiento, envasado, almacenamiento, transporte y comercialización de alimentos. Su finalidad es garantizar la inocuidad, calidad y seguridad de los productos alimenticios mediante la aplicación de procedimientos adecuados de higiene, control de procesos, limpieza de instalaciones, mantenimiento de equipos, control de materias primas y capacitación del personal, (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA], 2022).

Porque

Se incorporado esta base legal porque para mí proyecto QUESOLACT contempla la elaboración y comercialización de queso artesanal, un producto destinado al consumo humano que debe cumplir estrictamente las normas de higiene e inocuidad alimentaria. La aplicación de este reglamento permitirá asegurar la calidad del proceso productivo, reducir los riesgos de contaminación, cumplir con los requisitos exigidos por la autoridad sanitaria y ofrecer un producto seguro y confiable para los consumidores.

3.12. Código del Trabajador en Ecuador

Es que regula las relaciones laborales entre empleadores y trabajadores, estableciendo los derechos, obligaciones y garantías de ambas partes. Donde se determina aspectos relacionados con la concentración, remuneraciones, jornadas laborales,

vacaciones, seguridad social, estabilidad laboral y demás condiciones que deben cumplirse dentro de una organización, (Congreso Nacional del Ecuador, 2005).

Porque

Yo incluir esta base legal para mi empresa de QUESOLACT porque requería la concertación de personal para las actividades de producción, administración y comercialización de queso artesanal. Por ello es indispensable que las relaciones laborales se desarrollen conforme a la normativa vigente, garantizando el cumplimiento de los derechos de los trabajadores y las obligaciones del empleador, lo que contribuye al funcionamiento legal y sostenible de mi empresa.



Empresa: **QUESOLACT**
 Ruc:
 Dirección: Vía venado paso lateral,
 Cantón El Carmen, provincia de Manabí
 Celular: 0997198885

65

Código:

GPD-001

Página:

N: 16

4. Factibilidad económica y financiera

4.1. Plan de inversión

Tabla 7

Plan de inversión

EMPRESA "QUESOLACT"		
PLAN DE INVERSIÓN		
Detalle	Valor	Total
corrientes		21.617,78
Inventario de materia prima	21.617,78	
no corriente		4.780,00
propiedad planta y equipo	4.780,00	
Pasteurizador de leche	1.000,00	
muebles de oficina	430,00	
equipo de computo	800,00	
menaje	2.550,00	
total de inversión		26.397,78

El plan de inversión de QUESOLCT establece una inversión de USD 26.397,78, lo que se distribuida entre activos corrientes y activos no corrientes, lo que llego a permitir y garantizar la puesta en marcha del proyecto de elaboración y comercialización de queso artesanal. Donde la mayor participación corresponde a los activos corrientes, con un valor de USD 21.617,78, destinados principalmente a la adquisición de inventario de materia prima, representando aproximadamente el 81,89% de la inversión total. Esto demuestra que la empresa prioriza la disponibilidad de insumos necesarios para mantener la continuidad del proceso del producto y entender la demanda proyectada.

De otra forma, los activos no corrientes ascienden a USD 4.780,00, equivalentes al 18,11 % de la inversión total, e incluyen la adquisición de propiedad, planta y equipo, tales como el pasteurizador de leche, muebles de oficina, equipo de cómputo y menaje. Estos recursos forman la infraestructura básica para el funcionamiento de la empresa, permitiendo que las actividades productivas y administrativas se realicen en condiciones adecuadas. En general, la distribución de las inversiones refleja una planificación financiera equilibrada, lo que contribuye a la operación y sostenibilidad del proyecto, asegurando tanto la disponibilidad de materias primas como de los equipos necesarios para la producción de queso artesanal.

4.2.Costo promedio ponderado

Tabla 8

Costo promedio ponderado

EMPRESA "QUESOLACT"				
TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO (TMAR) Y COSTO PROMEDIO PONDERADO				
detalle	%	valor	TMAR	CPPC
recurso propio	10%	\$ 2.639,78	16,34%	1,63%
recurso de tercero	90%	\$ 23.758,00	16,77%	15,09%
			\$ 26.397,78	16,73%

La tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) y costo promedio ponderado de capital (CPPC) constituye indicadores son fundamentales para evaluar la viabilidad financiera de mi proyecto. En este caso la empresa de QUESOLACT, lo dice que la inversión total asciende a USD 26.397,78, de los cuales el 10% corresponde a recursos propios y el otro 90% provienen de financiamiento de terceros, donde esta estructura de financiamiento evidencia que el proyecto dependerá principalmente del capital externo para cubrir la inversión requerida.

Por otra, el análisis refleja una TMAR del 16,73 %, obtenida a partir de la ponderación del costo del capital propio (16,34 %) y del financiamiento externo (16,77

%). Este porcentaje refleja la rentabilidad mínima que debe generar el proyecto para compensar el costo de los recursos invertidos y cumplir con las expectativas de inversionistas e instituciones financieras. Para que un proyecto sea considerado económicamente viable, métricas de valoración como el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) deben demostrar una rentabilidad superior a la TMAR establecida, garantizando así el retorno de la inversión y la sostenibilidad financiera de la empresa.

4.3. Resume de fuente de inversión interna y externa

Tabla 9

Fuente de inversión interna y externa

EMPRESA "QUESOLACT"				
RESUME DE FUENTES DE INVERSIÓN INTERNA Y EXTERNA				
DETALLE	VALOR	%	RECURSO PROPIO	RECURSO DE TERCERO
			CORRIENTE	FIJA
			10,0%	90,0%
Inventario de materia prima	\$ 21.618	81,89%	\$ 2.161,78	\$ 19.456,00
Pasteurizador de leche	\$ 1.000,00	3,79%	\$ 100,00	\$ 900,00
muebles de oficina	\$ 430,00	1,63%	\$ 43,00	\$ 387,00
equipo de computo	\$ 800,00	3,03%	\$ 80,00	\$ 720,00
menaje	\$ 2.550,00	9,66%	\$ 255,00	\$ 2.295,00
TOTAL	\$ 26.397,78	100%	\$ 2.639,78	\$ 23.758,00

La fuente de inversión de mi empresa de QUESOLACT lo evidencia que la inversión total requerida para la implementación de mi proyecto asciende a USD 26.397,78, la cual será financiada mediante una combinación de recursos propios y de financiamiento externo. Donde el total de la inversión es el 10% le corresponde a los aportes de los socios, mientras que el 90% será cubierto por recursos de terceros. Donde lo permite disponer de un capital necesario para poder iniciar las operaciones sin comprometer una elevada cantidad de recursos propios.



Empresa: **QUESOLACT**
 Ruc:
 Dirección: Vía venado paso lateral,
 Cantón El Carmen, provincia de Manabí
 Celular: 0997198885

68
Código:
 GPD-001
Pagina:
 N: 19

Donde además se observa que la mayor parte de la inversión, equivalente al 81,89 %, está destinada a la adquisición del inventario de materia prima, lo que demuestra la importancia de garantizar el abastecimiento continuo de leche e insumos para el proceso de elaboración del queso artesanal. El porcentaje restante se distribuye entre la adquisición del pasteurizador de leche, muebles de oficina, equipo de cómputo y menaje, recursos indispensables para el funcionamiento administrativo y operativo de la empresa. En conjunto, esta distribución de las fuentes de financiamiento refleja una planificación adecuada de la inversión, orientada a asegurar la capacidad productiva y la sostenibilidad financiera del proyecto durante su etapa inicial.

4.4. Resumen de costo

Figura 30

Resumen de costo

EMPRESA "QUESOLACT" RESUMEN DE COSTO ESCENARIO OPTIMISTA DEL 2025 AL 2034										
Detalle / Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
COSTO DIRECTO	\$ 115.920	\$ 121.509	\$ 124.274	\$ 127.105	\$ 130.005	\$ 132.975	\$ 136.016	\$ 139.131	\$ 142.322	\$ 145.590
Materia Prima Directa	\$ 86.471	\$ 88.157	\$ 89.868	\$ 91.611	\$ 93.388	\$ 95.200	\$ 97.047	\$ 98.930	\$ 100.849	\$ 102.805
Leche	\$ 85.333,33	\$ 86.988,80	\$ 88.676,38	\$ 90.396,70	\$ 92.150,40	\$ 93.938,12	\$ 95.760,52	\$ 97.618,27	\$ 99.512,07	\$ 101.442,60
Sal	\$ 955,73	\$ 983,04	\$ 1.002,11	\$ 1.021,55	\$ 1.041,37	\$ 1.061,57	\$ 1.082,17	\$ 1.103,16	\$ 1.124,56	\$ 1.146,38
Cuajo	\$ 182,04	\$ 185,58	\$ 189,18	\$ 192,85	\$ 196,59	\$ 200,40	\$ 204,29	\$ 208,25	\$ 212,29	\$ 216,41
Mano De Obra Directa	\$ 29.449	\$ 33.351	\$ 34.406	\$ 35.494	\$ 36.616	\$ 37.774	\$ 38.969	\$ 40.201	\$ 41.473	\$ 42.784
operario de producción	\$ 14.724,48	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07
Ayudante de cocina	\$ 14.724,48	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07
Costo Directo de fabricación	\$ 14.483	\$ 9.074	\$ 9.264	\$ 9.457	\$ 9.655	\$ 9.857	\$ 10.063	\$ 10.274	\$ 10.489	\$ 10.709
Mano De Obra Indirecta	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94
Jefe de producción	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94
Materiales indirectos	\$ 8.192,00	\$ 8.350,92	\$ 8.512,93	\$ 8.678,08	\$ 8.846,44	\$ 9.018,06	\$ 9.193,01	\$ 9.371,35	\$ 9.553,16	\$ 9.738,49
Empaque	\$ 6.144,00	\$ 6.263,19	\$ 6.384,70	\$ 6.508,56	\$ 6.634,83	\$ 6.763,54	\$ 6.894,76	\$ 7.028,52	\$ 7.164,87	\$ 7.303,87
Etiqueta	\$ 2.048,00	\$ 2.087,73	\$ 2.128,23	\$ 2.169,52	\$ 2.211,61	\$ 2.254,51	\$ 2.298,25	\$ 2.342,84	\$ 2.388,29	\$ 2.434,62
Otros CF	\$ 670,20	\$ 472,43	\$ 474,71	\$ 477,04	\$ 479,40	\$ 481,82	\$ 484,28	\$ 486,78	\$ 489,34	\$ 491,95
Energía eléctrica	\$ 115,20	\$ 117,43	\$ 119,71	\$ 122,04	\$ 124,40	\$ 126,82	\$ 129,28	\$ 131,78	\$ 134,34	\$ 136,95
Depreciaciones	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00
Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 203,98	\$ 207,84	\$ 211,87	\$ 215,98	\$ 220,17	\$ 224,44	\$ 228,79	\$ 233,23	\$ 237,76
TOTAL DE COSTO	\$ 130.403	\$ 130.583	\$ 133.537	\$ 136.562	\$ 139.660	\$ 142.831	\$ 146.079	\$ 149.405	\$ 152.810	\$ 156.298
Gasto operacionales	\$ 17.902	\$ 13.679	\$ 14.120	\$ 14.577	\$ 15.049	\$ 15.538	\$ 16.043	\$ 16.567	\$ 17.108	\$ 17.669
Gasto administrativo	\$ 12.840,0	\$ 13.246,0	\$ 13.664,9	\$ 14.097,1	\$ 14.542,9	\$ 15.002,8	\$ 15.477,2	\$ 15.966,6	\$ 16.471,6	\$ 16.992,5
Gasto de publicidad	\$ 252,00	\$ 256,89	\$ 261,87	\$ 266,95	\$ 272,13	\$ 277,41	\$ 282,79	\$ 288,28	\$ 293,87	\$ 299,57
Gasto de constitución	\$ 115,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gasto de patente	\$ 160,00	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,36	\$ 234,26	\$ 257,68	\$ 283,45	\$ 311,79	\$ 342,37	\$ 377,27
Gasto de adecuación	\$ 3.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de gasto	\$ 17.902	\$ 13.679	\$ 14.120	\$ 14.577	\$ 15.049	\$ 15.538	\$ 16.043	\$ 16.567	\$ 17.108	\$ 17.669
Total de costo y gasto	\$ 148.305	\$ 144.262	\$ 147.658	\$ 151.139	\$ 154.709	\$ 158.369	\$ 162.122	\$ 165.971	\$ 169.919	\$ 173.968

Lo evidenciando que la mayor parte de los recursos se destina a los costos directos de producción, especialmente a la adquisición de materia prima y al pago de la mano de obra, elementos indispensables para la elaboración del queso artesanal. También se tienen en cuenta los costos indirectos de producción como materiales de embalaje, etiquetas, electricidad, mantenimiento y desgaste de equipos que contribuyen al correcto funcionamiento del proceso productivo. La distribución de estos costos refleja una planificación económica según el tipo de actividad, priorizando la producción para garantizar la calidad del producto y satisfacer la demanda esperada. Si se refleja, el pronóstico muestra un aumento gradual en el costo, el precio de venta y los ingresos de marketing durante el período de valoración de diez años. Este comportamiento permite mantener un margen de beneficio favorable y muestra que el aumento de los ingresos acompaña al aumento de los costes operativos. En consecuencia, la estructura financiera predecible permite precios de venta competitivos, control de los costos de producción y fortalecimiento de la rentabilidad del proyecto, lo que respalda la viabilidad económica de la producción y comercialización de queso artesanal.

4.5.Hoja de costo

Figura 31

Hoja de costos

EMPRESA "QUESOLACT" HOJA DE COSTOS ESCENARIO OPTIMISTA DEL 2025 AL 2034										
Detalle / Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
COSTO DIRECTO	115.920,07	121.508,73	124.273,67	127.105,14	130.004,84	132.974,52	136.015,96	139.131,01	142.321,55	145.589,53
Materia Prima Directa	86.471,11	88.157,42	89.867,67	91.611,10	93.388,36	95.200,09	97.046,97	98.929,69	100.848,92	102.805,39
Leche	85.333,33	86.988,80	88.676,38	90.396,70	92.150,40	93.938,12	95.760,52	97.618,27	99.512,07	101.442,60
Sal	955,73	983,04	1.002,11	1.021,55	1.041,37	1.061,57	1.082,17	1.103,16	1.124,56	1.146,38
Cuajo	182,04	185,58	189,18	192,85	196,59	200,40	204,29	208,25	212,29	216,41
Mano De Obra Directa	29.448,96	33.351,31	34.406,00	35.494,04	36.616,48	37.774,43	38.968,99	40.201,32	41.472,63	42.784,14
operario de producción	14.724,48	16.675,66	17.203,00	17.747,02	18.308,24	18.887,21	19.484,49	20.100,66	20.736,31	21.392,07
Ayudante de cocina	14.724,48	16.675,66	17.203,00	17.747,02	18.308,24	18.887,21	19.484,49	20.100,66	20.736,31	21.392,07
Costo Directo de fabricación	16.531,20	17.629,26	17.984,50	18.347,07	18.717,13	19.094,81	19.480,29	19.873,73	20.275,29	20.685,13
Mano De Obra Indirecta	7.669,00	8.602,02	8.789,02	8.980,09	9.175,31	9.374,77	9.578,57	9.786,80	9.999,56	10.216,94
Jefe de producción	7.669,00	8.602,02	8.789,02	8.980,09	9.175,31	9.374,77	9.578,57	9.786,80	9.999,56	10.216,94
Materiales indirectos	8.192,00	8.350,92	8.512,93	8.678,08	8.846,44	9.018,06	9.193,01	9.371,35	9.553,16	9.738,49
Empaque	6.144,00	6.263,19	6.384,70	6.508,56	6.634,83	6.763,54	6.894,76	7.028,52	7.164,87	7.303,87
Etiqueta	2.048,00	2.087,73	2.128,23	2.169,52	2.211,61	2.254,51	2.298,25	2.342,84	2.388,29	2.434,62
Otros CF	670,20	676,31	682,55	688,90	695,38	701,98	708,72	715,58	722,57	729,70
Energía eléctrica	115,20	117,43	119,71	122,04	124,40	126,82	129,28	131,78	134,34	136,95
Depreciaciones	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00
Mantenimiento	200,00	203,88	207,84	211,87	215,98	220,17	224,44	228,79	233,23	237,76
TOTAL DE COSTO	132.451,27	139.137,99	142.258,17	145.452,22	148.721,97	152.069,33	155.496,25	159.004,74	162.596,84	166.274,66
Producción anual	68.266,67	68.836,58	69.411,25	69.990,71	70.575,02	71.164,20	71.758,30	72.357,36	72.961,42	73.570,53
Costo Unitario de Producto	1,94	2,02	2,05	2,08	2,11	2,14	2,17	2,20	2,23	2,26
Margen de utilidad Porcentual %	0,30	0,32	0,34	0,36	0,38	0,40	0,42	0,44	0,46	0,48
Margen de utilidad Monetaria \$	0,58	0,65	0,70	0,75	0,80	0,85	0,91	0,97	1,03	1,08
Precio de Venta (Producto) sin IVA	2,52	2,67	2,75	2,83	2,91	2,99	3,08	3,16	3,25	3,34
IVA 15%	0,38	0,40	0,41	0,42	0,44	0,45	0,46	0,47	0,48	0,50
Precio de Venta (Producto) con IVA	2,90	3,07	3,16	3,25	3,34	3,44	3,54	3,64	3,74	3,85
Ingreso por venta sin IVA	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
Ingreso por venta CON IVA	198.014,65	211.211,47	219.219,85	227.487,27	236.021,76	244.831,62	253.925,38	263.311,85	273.000,09	282.999,47

La hoja de costos del proyecto QUESOLACT, correspondiente al escenario optimista para el período 2025–2034, evidencia una estructura financiera coherente con la actividad de producción de queso artesanal, donde los mayores recursos se concentran en los costos directos de fabricación, principalmente en la adquisición de materia prima y la mano de obra directa. Se observa que el costo total de producción presenta un crecimiento gradual, pasando de \$132.451,27 en el primer año a \$166.274,66 en el décimo año, incremento que responde al aumento proyectado de la producción, la inflación y los ajustes en los costos de los insumos. De igual manera, la producción anual aumenta de 68.266,67 a 73.570,53 unidades, lo que refleja una mayor capacidad operativa y un crecimiento sostenido del negocio.

Asimismo, el costo unitario del producto se incrementa de \$1,94 a \$2,26, situación que es compensada mediante un aumento progresivo del margen de utilidad, el cual pasa del 30 % al 48 %, permitiendo que el precio de venta sin IVA evolucione de \$2,52 a \$3,34

por unidad. Como resultado, los ingresos por ventas sin IVA muestran una tendencia creciente, pasando de \$172.186,65 en el primer año a \$246.086,50 en el décimo año. En conjunto, estos resultados demuestran que el proyecto mantiene un equilibrio entre el incremento de los costos y la generación de ingresos, evidenciando una adecuada planificación financiera que contribuye a la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

4.6.Costo fijo variables

Figura 32

Costos fijos y variables

EMPRESA "QUESOLACT"										
COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
ESCENARIO OPTIMISTA										
Detalle / Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
FIJO	\$ 45.310	\$ 50.304	\$ 51.708	\$ 53.152	\$ 54.638	\$ 56.167	\$ 57.741	\$ 59.359	\$ 61.025	\$ 62.740
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 29.449	\$ 33.351	\$ 34.406	\$ 35.494	\$ 36.616	\$ 37.774	\$ 38.969	\$ 40.201	\$ 41.473	\$ 42.784
operario de producción	\$ 14.724,48	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07
Ayudante de cocina	\$ 14.724,48	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07
Mano De Obra Indirecta	\$ 7.669	\$ 8.602	\$ 8.789	\$ 8.980	\$ 9.175	\$ 9.375	\$ 9.579	\$ 9.787	\$ 10.000	\$ 10.217
Jefe de producción	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94
Materiales indirectos	\$ 8.192	\$ 8.351	\$ 8.513	\$ 8.678	\$ 8.846	\$ 9.018	\$ 9.193	\$ 9.371	\$ 9.553	\$ 9.738
Empaque	\$ 6.144,00	\$ 6.263,19	\$ 6.384,70	\$ 6.508,56	\$ 6.634,83	\$ 6.763,54	\$ 6.894,76	\$ 7.028,52	\$ 7.164,87	\$ 7.303,87
Etiqueta	\$ 2.048,00	\$ 2.087,73	\$ 2.128,23	\$ 2.169,52	\$ 2.211,61	\$ 2.254,51	\$ 2.298,25	\$ 2.342,84	\$ 2.388,29	\$ 2.434,62
Variable	\$ 87.141	\$ 88.834	\$ 90.550	\$ 92.300	\$ 94.084	\$ 95.902	\$ 97.756	\$ 99.645	\$ 101.571	\$ 103.535
Materia Prima Directa	\$ 86.471	\$ 88.157	\$ 89.868	\$ 91.611	\$ 93.388	\$ 95.200	\$ 97.047	\$ 98.930	\$ 100.849	\$ 102.805
Leche	\$ 85.333,33	\$ 86.988,80	\$ 88.676,38	\$ 90.396,70	\$ 92.150,40	\$ 93.938,12	\$ 95.760,52	\$ 97.618,27	\$ 99.512,07	\$ 101.442,60
Sal	\$ 955,73	\$ 983,04	\$ 1.002,11	\$ 1.021,55	\$ 1.041,37	\$ 1.061,57	\$ 1.082,17	\$ 1.103,16	\$ 1.124,56	\$ 1.146,38
Cuajo	\$ 182,04	\$ 185,58	\$ 189,18	\$ 192,85	\$ 196,59	\$ 200,40	\$ 204,29	\$ 208,25	\$ 212,29	\$ 216,41
Otros CF	\$ 670,20	\$ 676,31	\$ 682,55	\$ 688,90	\$ 695,38	\$ 701,98	\$ 708,72	\$ 715,58	\$ 722,57	\$ 729,70
Energía eléctrica	\$ 115,20	\$ 117,43	\$ 119,71	\$ 122,04	\$ 124,40	\$ 126,82	\$ 129,28	\$ 131,78	\$ 134,34	\$ 136,95
Depreciaciones	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00
Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 203,88	\$ 207,84	\$ 211,87	\$ 215,98	\$ 220,17	\$ 224,44	\$ 228,79	\$ 233,23	\$ 237,76
TOTAL DE COSTO	\$ 132.451	\$ 139.138	\$ 142.258	\$ 145.452	\$ 148.722	\$ 152.069	\$ 155.496	\$ 159.005	\$ 162.597	\$ 166.275
Producción anual	\$ 68.267	\$ 68.837	\$ 69.411	\$ 69.991	\$ 70.575	\$ 71.164	\$ 71.758	\$ 72.357	\$ 72.961	\$ 73.571
Costo Unitario de Producto	\$ 1,9	\$ 2,0	\$ 2,0	\$ 2,1	\$ 2,1	\$ 2,1	\$ 2,2	\$ 2,2	\$ 2,2	\$ 2,3
Margen de utilidad Porcentual %	30%	32%	34%	36%	38%	40%	42%	44%	46%	48%
Margen de utilidad Monetaria \$	\$ 0,58	\$ 0,65	\$ 0,70	\$ 0,75	\$ 0,80	\$ 0,85	\$ 0,91	\$ 0,97	\$ 1,03	\$ 1,08
Precio de Venta (Producto) sin IVA	\$ 2,52	\$ 2,67	\$ 2,75	\$ 2,83	\$ 2,91	\$ 2,99	\$ 3,08	\$ 3,16	\$ 3,25	\$ 3,34
IVA 15%	\$ 0,38	\$ 0,40	\$ 0,41	\$ 0,42	\$ 0,44	\$ 0,45	\$ 0,46	\$ 0,47	\$ 0,49	\$ 0,50
Precio de Venta (Producto) con IVA	\$ 2,90	\$ 3,07	\$ 3,16	\$ 3,25	\$ 3,34	\$ 3,44	\$ 3,54	\$ 3,64	\$ 3,74	\$ 3,85
Ingreso por venta sin IVA	\$ 172.187	\$ 183.662	\$ 190.626	\$ 197.815	\$ 205.236	\$ 212.897	\$ 220.805	\$ 228.967	\$ 237.391	\$ 246.086
Ingreso por venta CON IVA	\$ 198.015	\$ 211.211	\$ 219.220	\$ 227.487	\$ 236.022	\$ 244.832	\$ 253.925	\$ 263.312	\$ 273.000	\$ 282.999

En esta tabla lo presenta la distribución del costo fijo y variable, donde lo evidencia una estructurada de costo acorde con la actividad de elaboración y comercialización de queso artesanal. Donde los costos fijos están conformados principalmente por la mano de obra directa e indirecta y los materiales indirectos, recursos indispensables para garantizar la continuidad de las operaciones y mantener los estándares de calidad del proceso productivo. Por otra parte, los costos variables se

concentran en la adquisición de materia prima, especialmente la leche, además de los insumos como sal y el cuajo, cuyos valores varían en función del volumen del producto.

Además, el pronóstico muestra un aumento gradual de los costos durante el período de evaluación, acompañado de un aumento en la producción anual, el precio de venta y los ingresos por comercialización. Tal comportamiento permite mantener un margen de utilidad creciente, lo que contribuye a la recuperación de las inversiones y la rentabilidad del proyecto. Como resultado, un correcto costeo y clasificación facilita la planificación financiera, la fijación de precios competitivos y el control de recursos, aspectos fundamentales para asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo de QUESOLACT.

4.7. Análisis de punto de equilibrio

Tabla 10

Punto de equilibrio

EMPRESA "QUESOLACT"	
ESCENARIO OPTIMISTA	
DEL 2025 AL 2034	
precio de venta de (producto)	\$ 2,52
producción anual	\$ 68.267
total de ingresos	\$ 68.269
costo fijos totales	\$ 45.309,96
costo variable totales	\$ 87.141,31
costo variable unitario: CTV / D	\$ 1,28
Punto de equilibrio Q: CTF/ (P-CP)VU)	\$ 36.371
Punto de equilibrio \$: PE*P	\$ 91.736,60

Esta tabla presenta el análisis del punto de equilibrio de la empresa QUESOLACT, lo permití determinar el nivel mínimo de producción y ventas necesarias para cubrir la totalidad de los costos del proyecto sin generar pérdidas ni utilidades. Se observa que el precio de venta unitario del queso artesanal es de USD 2,52, con una producción anual proyectada de 68.267 unidades, mientras que los costos fijos ascienden



Empresa: **QUESOLACT**
 Ruc:
 Dirección: Vía venado paso lateral,
 Cantón El Carmen, provincia de Manabí
 Celular: 0997198885

73

Código:

GPD-001

Pagina:

N: 24

a USD 45.309,96 y los costos variables totales a USD 87.141,31, lo que da como resultado un costo variable unitario de USD 1,28.

Este análisis refleja que el proyecto alcanza su punto de equilibrio con la venta de 36.371 unidades, equivalente a ingresos por USD 91.736,60. Esto significa que, a partir de este volumen de ventas, la empresa comienza a generar utilidades, ya que los ingresos superan los costos totales. Considerando que la producción anual estimada es de 68.267 unidades, el proyecto opera por encima de su punto de equilibrio, lo que evidencia una capacidad suficiente para cubrir sus costos y obtener rentabilidad, respaldando así la factibilidad financiera de la empresa QUESOLACT.

4.8.Estado de resultado del proyecto

Figura 33

Estado de resultado

EMPRESA "QUESOLACT" ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA DEL AÑO 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
Venta del Producto	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
COSTOS Y GASTOS	154.979,15	156.681,76	159.352,78	161.694,69	164.217,77	168.073,91	172.027,61	176.081,61	180.238,76	184.502,00
Costos	132.451,27	139.137,99	142.258,17	145.452,22	148.721,97	152.069,33	155.496,25	159.004,74	162.596,84	166.274,66
Costos Fijos	45.309,96	50.304,26	51.707,96	53.152,21	54.638,23	56.167,26	57.740,57	59.359,48	61.025,34	62.739,57
Costos Variables	87.141,31	88.833,73	90.550,22	92.300,01	94.083,74	95.902,08	97.755,69	99.645,26	101.571,49	103.535,09
Gastos Operacionales	22.527,88	17.543,77	17.094,61	16.242,47	15.495,80	16.004,58	16.531,35	17.076,87	17.641,93	18.227,34
Gastos Administrativos	12.840,00	13.246,05	13.664,93	14.097,07	14.542,86	15.002,76	15.477,20	15.966,64	16.471,56	16.992,45
Gasto de Publicidad	252,00	256,89	261,87	266,95	272,13	277,41	282,79	288,28	293,87	299,57
Gasto de Constitución	1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gasto de Patente	160,00	176,00	193,60	212,96	234,26	257,68	283,45	311,79	342,97	377,27
Gasto de Depreciación	309,67	309,67	309,67	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00
Gasto de Adecuación	3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Útiles de Oficina	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16	195,47
Suministro de Aseo y Limpieza	206,00	216,30	227,12	238,47	250,39	262,91	276,06	289,86	304,36	319,57
Interes Pagado	3.984,22	3.206,57	2.298,51	1.238,16	-	-	-	-	-	-
Utilidad Antes del Reparto	17.207,50	26.980,39	31.273,17	36.120,33	41.018,55	44.823,15	48.777,07	52.885,21	57.152,62	61.584,50
Participación de Trabajadores 15%	2.581,12	4.047,06	4.690,98	5.418,05	6.152,78	6.723,47	7.316,56	7.932,78	8.572,89	9.237,67
Utilidad Gravable	14.626,37	22.933,33	26.582,20	30.702,28	34.865,77	38.099,68	41.460,51	44.952,43	48.579,73	52.346,82
Impuesto a la Renta 25%	3.656,59	5.733,33	6.645,55	7.675,57	8.716,44	9.524,92	10.365,13	11.238,11	12.144,93	13.086,71
Utilidad Neta	10.969,78	17.200,00	19.936,65	23.026,71	26.149,32	28.574,76	31.095,38	33.714,32	36.434,79	39.260,12

El resultado estimado de la empresa QUESOLACT, que corresponde al escenario optimista para el período 2025-2034, muestra un comportamiento económico favorable y una tendencia de crecimiento sostenible. Los ingresos por ventas muestran un crecimiento continuo a lo largo de los diez años de evaluación, lo que indica una mayor capacidad de comercialización y una previsión positiva de la demanda de queso artesanal. Al mismo tiempo, los costos de producción y gastos operativos van aumentando paulatinamente como resultado del aumento en el volumen de producción, compras de materia prima, costos laborales, gastos administrativos y actividades necesarias para la operación de la empresa. Sin embargo, este crecimiento se mantiene bajo control y se ve compensado por el crecimiento de los ingresos, lo que permite mantener márgenes favorables durante todo el período de evaluación.

Asimismo, el estado de resultados muestra que la empresa cumple con sus obligaciones financieras, laborales y tributarias, incluyendo el pago de intereses, impacto a los empleados y el impuesto a la renta, sin afectar significativamente su rentabilidad. Como resultado, la utilidad neta muestra una tendencia ascendente, de USD 10.969,78 en el primer año a USD 39.260,12 en el décimo año, lo que indica un aumento significativo en la capacidad de generar beneficios económicos. Tal comportamiento refleja una adecuada gestión de los recursos y un equilibrio entre ingresos, costos y gastos.

4.9.Estado de situación financiera

Figura 34

Estado de situación

EMPRESA "QUESOLACT" ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA DEL AÑO 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
Venta del Producto	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
COSTOS Y GASTOS	154.979,15	156.681,76	159.352,78	161.694,69	164.217,77	168.073,91	172.027,61	176.081,61	180.238,76	184.502,00
Costos	132.451,27	139.137,99	142.258,17	145.452,22	148.721,97	152.069,33	155.496,25	159.004,74	162.596,84	166.274,66
Costos Fijos	45.309,96	50.304,26	51.707,96	53.152,21	54.638,23	56.167,26	57.740,57	59.359,48	61.025,34	62.739,57
Costos Variables	87.141,31	88.833,73	90.550,22	92.300,01	94.083,74	95.902,08	97.755,69	99.645,26	101.571,49	103.535,09
Gastos Operacionales	22.527,88	17.543,77	17.094,61	16.242,47	15.495,80	16.004,58	16.531,35	17.076,87	17.641,93	18.227,34
Gastos Administrativos	12.840,00	13.246,05	13.664,93	14.097,07	14.542,86	15.002,76	15.477,20	15.966,64	16.471,56	16.992,45
Gasto de Publicidad	252,00	256,89	261,87	266,95	272,13	277,41	282,79	288,28	293,87	299,57
Gasto de Constitución	1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gasto de Patente	160,00	176,00	193,60	212,96	234,26	257,68	283,45	311,79	342,97	377,27
Gasto de Depreciación	309,67	309,67	309,67	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00
Gasto de Adecuación	3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Útiles de Oficina	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16	195,47
Suministro de Aseo y Limpieza	206,00	216,30	227,12	238,47	250,39	262,91	276,06	289,86	304,36	319,57
Interes Pagado	3.984,22	3.206,57	2.298,51	1.238,16	-	-	-	-	-	-
Utilidad Antes del Reparto	17.207,50	26.980,39	31.273,17	36.120,33	41.018,55	44.823,15	48.777,07	52.885,21	57.152,62	61.584,50
Participación de Trabajadores 15%	2.581,12	4.047,06	4.690,98	5.418,05	6.152,78	6.723,47	7.316,56	7.932,78	8.572,89	9.237,67
Utilidad Gravable	14.626,37	22.933,33	26.582,20	30.702,28	34.865,77	38.099,68	41.460,51	44.952,43	48.579,73	52.346,82
Impuesto a la Renta 25%	3.656,59	5.733,33	6.645,55	7.675,57	8.716,44	9.524,92	10.365,13	11.238,11	12.144,93	13.086,71
Utilidad Neta	10.969,78	17.200,00	19.936,65	23.026,71	26.149,32	28.574,76	31.095,38	33.714,32	36.434,79	39.260,12

Lo evidencia una evolución financiera favorable durante el horizonte de evaluación. Los ingresos por ventas lo presenta un alto crecimiento sostenible, pasando de USD 172.186,65, en el primer año a USD 246.086,50 en el décimo año, como resultado del incremento en la producción, la demanda proyectada y la actualización del precio de venta del queso artesanal. Paralelamente, los costos y gastos también muestra un aumento progresivo debido al comportamiento de los costos de producción, los gastos administrativos y operacionales, sin embargo este incremento es inferior al crecimiento de los ingresos lo que permite mantener una rentabilidad positiva.

Se observa que la utilidad neta registra un incremento constante, pasando de USD 10.969,78 en el primer año a USD 39.260,12 en el décimo año, después de considerar la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta. Estos resultados muestran que el proyecto es capaz de generar beneficios económicos suficientes para cubrir sus obligaciones financieras y operativas y generar ganancias que fortalezcan su

sostenibilidad a largo plazo. Así, del estado de pérdidas y ganancias se desprende que la propuesta proporciona indicadores financieros favorables y respalda la viabilidad financiera de QUESOLACT para la producción y comercialización de queso artesanal.

4.10. Flujo de caja del proyecto

Figura 35

Flujo de caja

EMPRESA "QUESOLACT" FLUJO DE CAJA ESCENARIO OPTIMISTA DEL AÑO 2025 AL 2034											
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
Venta del Producto		172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
COSTOS Y GASTOS		154.979,15	156.681,76	159.352,78	161.694,69	164.217,77	168.073,91	172.027,61	176.081,61	180.238,76	184.502,00
Costos		132.451,27	139.137,99	142.258,17	145.452,22	148.721,97	152.069,33	155.496,25	159.004,74	162.596,84	166.274,66
Costos Fijos		45.309,96	50.304,26	51.707,96	53.152,21	54.638,23	56.167,26	57.740,57	59.359,48	61.025,34	62.739,57
Costos Variables		87.141,31	88.833,73	90.550,22	92.300,01	94.083,74	95.902,08	97.755,69	99.645,26	101.571,49	103.535,09
Gastos Operacionales		22.527,88	17.543,77	17.094,61	16.242,47	15.495,80	16.004,58	16.531,35	17.076,87	17.641,93	18.227,34
Gastos Administrativos		12.840,00	13.246,05	13.664,93	14.097,07	14.542,86	15.002,76	15.477,20	15.966,64	16.471,56	16.992,45
Gasto de Publicidad		252,00	256,89	261,87	266,95	272,13	277,41	282,79	288,28	293,87	299,57
Gasto de Constitución		1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gasto de Patente		160,00	176,00	193,60	212,96	234,26	257,68	283,45	311,79	342,97	377,27
Gasto de Depreciación		309,67	309,67	309,67	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00
Gasto de Adecuación		3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Útiles de Oficina		126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16	195,47
Suministro de Aseo y Limpieza		206,00	216,30	227,12	238,47	250,39	262,91	276,06	289,86	304,36	319,57
Interes Pagado		3.984,22	3.206,57	2.298,51	1.238,16	-	-	-	-	-	-
Utilidad Antes del Reparto		17.207,50	26.980,39	31.273,17	36.120,33	41.018,55	44.823,15	48.777,07	52.885,21	57.152,62	61.584,50
Participación de Trabajadores 15%		2.581,12	4.047,06	4.690,98	5.418,05	6.152,78	6.723,47	7.316,56	7.932,78	8.572,89	9.237,67
Utilidad Gravable		14.626,37	22.933,33	26.582,20	30.702,28	34.865,77	38.099,68	41.460,51	44.952,43	48.579,73	52.346,82
Impuesto a la Renta 25%		3.656,59	5.733,33	6.645,55	7.675,57	8.716,44	9.524,32	10.365,13	11.238,11	12.144,93	13.086,71
Utilidad Neta		10.969,78	17.200,00	19.936,65	23.026,71	26.149,32	28.574,76	31.095,38	33.714,32	36.434,79	39.260,12
(+) Depreciación		664,67	664,67	664,67	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00
(-) Capital de pago		4.637,15	5.414,80	6.322,86	7.383,20	-	-	-	-	-	-
(-) Inversión corriente	-21.617,78	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(+) Inversión no corriente	-4.780,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Flujo operacional neto	-26.397,78	-3.972,48	-4.750,13	-5.658,19	-6.985,20	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00
Flujo de caja neto	-26.397,78	6.997,30	12.449,87	14.278,46	16.041,51	26.547,32	28.972,76	31.493,38	34.112,32	36.832,79	39.658,12

Esta tabla lo presenta el flujo de caja proyectado de mi empresa QUESOLACT, donde lo permitió evaluar la capacidad del proyecto para general más efectivo durante su vida útil. En el año inicial se registra una salida de USD 26.397,78, que corresponde a la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto. En los primeros años también se refleja egresos relacionados con el pago del financiamiento, sin embargo a medida que la ventas aumenta y disminuye las obligaciones financiera, el flujo de caja presenta una tendencia de creciente, evidenciando una mejora progresiva en la liquidez del negocio.

Donde se analizó que el flujo de caja pasaba de USD 6.997,30 en el primer año a USD 39.658,12 en el décimo año lo que demuestra que los ingresos generados por la comercialización de queso artesanal son suficientes para cubrir los costos de producción,

los gastos operativos, las obligaciones tributarias y el servicio de la deuda, además de generar excedentes de efectivo. Estos resultados reflejan una adecuada capacidad de recuperación de la inversión y respaldan la sostenibilidad financiera del proyecto, evidenciando que la empresa QUESOLACT posee condiciones favorables para operar de manera rentable y mantener un crecimiento económico durante el horizonte de evaluación.

4.11. Evaluación económica financiera

Figura 36

Evaluación financiera

Escenario Optimista																						
VAN	\$68.223,18	36,18%																				
TIR	52,91%																					
IR	\$3,58																					
EVA		\$	11.413	\$	16.865	\$	18.694	\$	20.457	\$	30.963	\$	33.388	\$	35.909	\$	38.528	\$	41.248	\$	44.074	
PRI-PAYBACK																						
DETALLE/PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											
Flujo neto	\$ -26.397,78	\$ 6.997	\$ 12.450	\$ 14.278	\$ 16.042	\$ 26.547	\$ 28.973	\$ 31.493	\$ 34.112	\$ 36.833	\$ 39.658											
Flujo descontado	\$ -26.397,78	\$5.995	\$9.137	\$8.978	\$8.641	\$12.251	\$11.454	\$10.666	\$9.898	\$9.156	\$8.445											
Flujo acumulado	\$ -26.397,78	\$ -20.403,19	\$-11.266	\$-2.288	\$6.353	\$18.604	\$30.058	\$40.724	\$50.622	\$59.778	\$68.223											
		PAYBACK	3,26																			
		MESES	3																			
		DÍAS	5																			
		HORA	8																			
		MINUTOS	49																			

El valor actual neto (VAN): obtenido para mi proyecto es de USD 68.223,18, resultado que indica que, una vez recuperada la inversión inicial y descontados todos los flujos de efectivo a la tasa mínima atractiva de rendimiento, mi proyecto genera un beneficio económico adicional de dicho valor de la empresa donde lo permite obtener una rentabilidad superior al costo de capital. En consecuencia, este indicador lo demuestra que mi proyecto de elaboración y comercialización de queso artesanal es financieramente viable y recomendable para la ejecución.

La tasa interna de retorno (TIR): de mi proyecto genera un 52,91%, es un porcentaje superior a mi tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) del 16,73%. Con

este resultado demuestra que la rentabilidad esperada de mi proyecto superaría ampliamente el rendimiento mínimo exigido durante el horizonte de evaluación. Por lo tanto mi TIR se confirma que mi proyecto si presentaría una adecuada capacidad de generar utilidades y constituye una alternativa de inversión financieramente atractiva.

Índice de retorno (RI): obtuvo una puntuación de 3,58, lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto, se generan 3,58 dólares en valor actualizado. Al ser un indicador mayor a uno, confirmará que los beneficios esperados superan con creces las inversiones realizadas, lo que refleja el uso eficiente de los recursos financieros y una alta rentabilidad. Por lo tanto, este resultado respalda la conveniencia financiera de la implementación del proyecto. Valor Económico Agregado (EVA): muestra valores positivos durante todo el periodo de evaluación, aumentando de \$11.413 en el primer año a \$44.074 en el décimo año. Este comportamiento muestra que el proyecto no sólo recupera el costo del capital invertido, sino que también crea valor económico adicional para los propietarios. El crecimiento constante de EVA muestra la mejora continua del desempeño financiero de la empresa, fortaleciendo su capacidad para generar riqueza y sostener operaciones rentables en el largo plazo.

El análisis período de recuperación de la inversión (PRI o Payback): muestra que la inversión inicial se recupera en aproximadamente 3,26 años, equivalentes a 3 años, 3 meses, 5 días, 8 horas y 49 minutos. Este resultado refleja que el proyecto recupera el capital invertido en un período relativamente corto respecto al horizonte de evaluación de diez años, disminuyendo el riesgo financiero y mejorando la liquidez de la inversión. En consecuencia, el tiempo de recuperación obtenido fortalece la viabilidad financiera del proyecto y evidencia que la empresa QUESOLACT podrá generar flujos de efectivo suficientes para recuperar la inversión y obtener beneficios económicos sostenibles.

4.12. Análisis financiero

Figura 37

Análisis financiero

Escenario Optimista											
liquidez											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Prueba Ácida	Activo Corriente - Inventario	0,00	0,72	1,72	2,58	3,35	4,70	5,95	7,13	8,25	9,30
	Pasivo Corriente										
En el año 1 el proyecto no presenta liquidez inmediata (0,00), situación normal en la etapa inicial. A partir del año 3, el indicador supera ampliamente el valor de 1, alcanzando niveles muy altos, lo que evidencia una excelente capacidad para cubrir obligaciones de corto plazo sin depender del inventario.											
rentabilidad											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ROA - RSI	Utilidad Neta	41,56%	52,55%	44,79%	39,61%	35,45%	28,60%	24,20%	21,13%	18,85%	17,09%
	Activos Totales										
El ROA muestra valores elevados en los primeros años, reflejando un uso eficiente de los activos. Aunque presenta una disminución progresiva hasta el año 10, se mantiene en niveles positivos, indicando que el proyecto sigue siendo rentable pese al crecimiento de los activos.											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ROE - RSC	Utilidad Neta	415,56%	126,38%	64,71%	45,38%	35,45%	28,60%	24,20%	21,13%	18,85%	17,09%
	Capital Contable										
El ROE es muy alto en los primeros años, lo que demuestra una alta rentabilidad para los socios. Con el paso del tiempo el indicador disminuye y se estabiliza, reflejando la maduración financiera del proyecto sin perder atractivo para los inversionistas.											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Margen Neto	Utilidad Neta	6,37%	9,37%	10,46%	11,64%	12,74%	13,42%	14,08%	14,72%	15,35%	15,95%
	Ventas Netas										
El Margen Neto mejora progresivamente a lo largo del período analizado, pasando de valores moderados a superiores al 13%, lo que evidencia una mejora en la eficiencia operativa y en el control de costos.											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Índice de Cobertura	Utilidad del Ejercicio	5,32	9,41	14,61	30,17	0,00	1,00	2,00	3,00	4,00	5,00
	Interés										
El proyecto presenta una adecuada capacidad para cubrir sus gastos financieros durante la mayor parte del período. La recuperación progresiva del indicador confirma una sólida solvencia frente a las obligaciones financieras.											

Los resultados obtenidos en los indicadores financieros del escenario optimista permiten evidenciar que el proyecto QUESOLACT mantiene un desempeño económico favorable a lo largo del período de evaluación. En términos de liquidez, la prueba ácida muestra que durante el primer año la empresa presenta una limitada disponibilidad de recursos líquidos como consecuencia de la inversión inicial requerida para iniciar sus.



Empresa: **QUESOLACT**
Ruc:
Dirección: Vía venado paso lateral,
Cantón El Carmen, provincia de Manabí
Celular: 0997198885

80

Código:

GPD-001

Página:

N: 31

Actividades; no obstante, este indicador mejora progresivamente en los años siguientes, superando ampliamente el valor de referencia desde el tercer año, lo que demuestra una sólida capacidad para atender sus compromisos de corto plazo sin recurrir a la venta de inventarios. Por otra parte, los indicadores de rentabilidad, representados por el ROA, ROE y el Margen Neto, reflejan que la empresa utiliza de manera eficiente sus activos y el capital aportado por los socios para generar utilidades, manteniendo resultados positivos durante todo el horizonte de evaluación. Además, el aumento sostenido del beneficio neto indica una mayor eficiencia en la gestión de costes y gastos, lo que permite aumentar el beneficio de las ventas. Finalmente, el ratio de cobertura confirma que la empresa tiene la capacidad necesaria para cumplir a tiempo con sus obligaciones financieras, lo que fortalece su estabilidad financiera tras el pago de la deuda. En general, estos indicadores muestran que el proyecto tiene una estructura financiera sólida, suficiente capacidad de pago y un nivel de rentabilidad que respalda su viabilidad financiera y sostenibilidad a largo plazo.

Figura 38*Análisis financiero*

Solvencia, Endeudamiento, Apalancamiento											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Deuda o Capital de Accionistas	Deuda Total	140,50%	44,49%	14,55%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	Capital de Accionistas										
En los primeros años el proyecto presenta una alta participación de deuda, especialmente en el año 1 (140,50%). Sin embargo, a partir del año 4 el indicador se reduce a 0%, lo que evidencia que el proyecto opera sin endeudamiento y con total respaldo de capital propio, fortaleciendo su solvencia.											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Índice de Endeudamiento	Deuda Total	58,42%	30,79%	12,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	Activos Totales										
El índice muestra una reducción progresiva desde 58,42% en el año 1 hasta 0% a partir del año 4, indicando que el proyecto elimina su dependencia de financiamiento externo, disminuyendo significativamente el riesgo financiero.											
Indicador	Fórmula	Años									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rotación de Activos Totales	Ventas Netas	5,26	4,13	3,28	2,68	2,05	1,66	1,38	1,18	1,03	0,91
	Activos Totales										
La rotación de activos presenta una tendencia decreciente, pasando de 5,26 a 0,91, lo que refleja que el crecimiento de los activos es mayor que el incremento de las ventas. No obstante, el indicador se mantiene en niveles aceptables, evidenciando una utilización eficiente de los activos en la generación de ingresos.											

Los indicadores de solvencia, endeudamiento y apalancamiento reflejan una evolución financiera favorable de la empresa QUESOLACT durante el período de evaluación. En los primeros años, el proyecto presenta una mayor participación de financiamiento externo, evidenciada por la relación Deuda/Capital de los Accionistas del 140,50 % y un Índice de Endeudamiento del 58,42 %, situación propia de la etapa inicial debido a la necesidad de financiar la inversión requerida para la puesta en marcha del negocio. Sin embargo, estos indicadores disminuyen progresivamente hasta alcanzar el 0 % a partir del cuarto año, lo que demuestra que la empresa logra cancelar la totalidad de sus obligaciones financieras y operar exclusivamente con recursos propios, fortaleciendo su solvencia y reduciendo significativamente el riesgo financiero. Por otra parte, la Rotación de Activos Totales presenta una disminución gradual de 5,26 a 0,91, comportamiento asociado al incremento de los activos como resultado del crecimiento de la empresa; no obstante, el indicador continúa mostrando que los activos mantienen la capacidad de generar ingresos por ventas. En conjunto, estos resultados evidencian una estructura financiera estable, una menor dependencia del financiamiento externo y una

adecuada administración de los recursos, aspectos que respaldan la sostenibilidad y la factibilidad financiera del proyecto.

4.13. Análisis de sensibilidad

Figura 39

Análisis de sensibilidad

Escenario Moderado												
VAN	\$37.576,41											
TIR	36,01%	36,01%										
IR	\$6,83											
EVA	\$ 5.502	\$ 10.656	\$ 12.346	\$ 13.966	\$ 24.326	\$ 26.602	\$ 28.970	\$ 31.432	\$ 33.992	\$ 36.654		
PRI-PAYBACK												
DETALLE/PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Flujo neto	\$ -26.397,78	\$ 1.086,66	\$ 6.240,84	\$ 7.930,19	\$ 9.550,70	\$ 19.910,61	\$ 22.186,67	\$ 24.554,36	\$ 27.016,74	\$ 29.576,91	\$ 32.238,11	
Flujo descontado	\$ -26.397,78	\$931	\$4.580	\$4.986	\$5.145	\$9.188	\$8.771	\$8.316	\$7.839	\$7.352	\$6.865	
Flujo acumulado	\$ -26.397,78	\$ -25.466,83	\$ -20.886	\$ -15.900	\$ -10.756	\$ -1.568	\$7.204	\$15.520	\$23.359	\$30.711	\$37.576	
		PAYBACK	5,18									
		MESES	2									
		DÍAS	4									
		HORA	8									
		MINUTOS	5									

El valor actual neto (VAN): obtenido para el escenario moderado es de USD 37.576,41, resultado que demuestra que el proyecto genera un beneficio económico adicional una vez recuperada la inversión inicial y descontada los flujos de efectivo a la tasa mínima atractiva de rendimiento. Al mostrar un VAN positivo, queda claro que los ingresos esperados superan los costos e inversiones realizadas, lo que hace que el proyecto sea financieramente rentable y contribuye al aumento del valor de la empresa.

Tasa interna de retorno (TIR): alcanza el 36,01%, lo que supera la tasa de retorno mínima atractiva (TMAR) del proyecto del 16,73%. Este resultado muestra que la rentabilidad esperada es superior al retorno mínimo requerido por los inversionistas, lo que confirma que el proyecto es capaz de generar beneficios suficientes para recuperar la inversión y obtener ganancias durante el período de evaluación.

El índice de rentabilidad (IR): es de 6,83, lo que significa que por cada dólar invertido se generan USD 6,83 en beneficios actualizados. Al ser un valor superior a la unidad, este indicador demuestra que el proyecto presenta una alta eficiencia en la

utilización de los recursos financieros, generando beneficios que superan ampliamente el capital invertido y respaldando la conveniencia de ejecutar la inversión.

El valor económico agregado: presenta resultados positivos durante todo el horizonte de evaluación, iniciando con USD 5.502 en el primer año y alcanzando USD 36.654 en el décimo año. Este comportamiento evidencia que el proyecto genera utilidades superiores al costo del capital invertido, creando valor económico para los propietarios y fortaleciendo la sostenibilidad financiera de la empresa. Además, el crecimiento progresivo del EVA refleja una mejora constante en el desempeño económico del negocio.

Con el periodo de recuperación de la inversión (PRI o PAYBACK): muestra que la inversión se recupera en aproximadamente 5,18 años, equivalente a 5 años, 2 meses, 4 días, 8 horas y 5 minutos. Este resultado demuestra que el proyecto recupera el capital invertido dentro del horizonte de evaluación establecido, reduciendo el riesgo financiero y garantizando la generación de flujos de efectivo suficientes para cubrir la inversión inicial. En consecuencia, este indicador confirma que el proyecto mantiene una adecuada capacidad de recuperación y continúa siendo financieramente factible bajo un escenario moderado.

Figura 40*Análisis de sensibilidad*

ECENARIO PESIMISTA											
VAN	\$-9.269,35										
TIR	12,07%	12,07%									
IR	\$0,65										
EVA	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416	\$ 4.416
PRI-PAYBACK											
DETALLE/PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo neto	\$ -26.397,78	\$ -7.948,17	\$ -3.250,11	\$ -1.773,60	\$ -370,96	\$ 9.765,91	\$ 11.813,64	\$ 13.947,58	\$ 16.170,62	\$ 18.485,77	\$ 20.896,10
Flujo descontado	\$ -26.397,78	\$ -6.809	\$ -2.385	\$ -1.115	\$ -200	\$ 4.507	\$ 4.670	\$ 4.724	\$ 4.692	\$ 4.595	\$ 4.450
Flujo acumulado	\$ -26.397,78	\$ -33.206,97	\$ -35.592	\$ -36.708	\$ -36.907	\$ -32.401	\$ -27.730	\$ -23.006	\$ -18.314	\$ -13.719	\$ -9.269

Los indicadores financieros del escenario pesimista lo evidencia que el proyecto presenta un comportamiento desfavorable desde el punto de vista económico. El valor actual neto (VAN) de USD -9.269,35, la tasa interna de retorno (TIR) es de 12,07% es inferior a la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) y el índice de rentabilidad (IR) es de 0,65 lo que demuestra que los beneficios generados no son suficientes para recuperar la inversión ni alcanzar la rentabilidad esperada. Después de analizar el valor económico agregado (EVA) registra un valor positivo, este no logra compensar los resultados negativos que se obtuvieron en lo demás indicadores. De esa forma, el análisis del periodo de recuperación de la inversión (PRI o PAYBACK) muestra que la inversión inicial no se recupera durante los diez años de evaluación, ya que el flujo acumulado permanece negativo al finalizar el horizonte del proyecto. En conjunto estos resultados lo indica que, bajo las condiciones del escenario pesimista, la ejecución de mi proyecto no es financieramente viable debido a que no se genera el rendimiento necesario para garantizar la sostenibilidad económica.

6. Conclusiones

El estudio del contexto histórico y de la situación actual lo permitió determinar que la producción y comercialización de queso artesanal representa una actividad económica de gran importancia para el cantón EL Carmen, debido a la disponibilidad de leche como la materia prima y tradición productiva de la zona. Sin embargo, se identificó que existen bastantes dificultades relacionadas con la modernización de los procesos productivos, tanto la gestión empresarial y la estrategia de comercialización, aspectos que limitan el crecimiento y la competitividad de los productos locales frente a un mercado cada vez más exigente.

El análisis de literatura especializada lo permitió fundamentar las variables de la investigación, evidenciando que la aplicación de procesos técnicos adecuadamente durante la elaboración de queso artesanal donde influye directamente en la calidad e inocuidad del producto. Del mismo modo, se comprobó que una planificación eficiente de la comercialización favorece el posicionamiento de la empresa, mejorando la satisfacción del consumidor y contribuyendo al incremento de las ventas, demostrando la relación existente entre una producción eficiente y un adecuado desempeño comercial.

Esto lo trata de expresar que la literatura especializada permitió fundamentar las variables de la investigación, evidenciando que la aplicación de procesos técnicos adecuados durante la elaboración del queso artesanal influye directamente en la calidad e inocuidad del producto. Del mismo modo, se comprobó que una planificación eficiente de la comercialización favorece el posicionamiento de la empresa, mejora la satisfacción del consumidor y contribuye al incremento de las ventas, demostrando la relación existente entre una producción eficiente y un adecuado desempeño comercial.

El diagnóstico, que se realizó a través de encuestas, permitió conocer las características del mercado y las preferencias de los consumidores en el cantón El

Carmen. Los resultados indicaron alta aceptación del queso artesanal y demanda continua del producto; Sin embargo, también se identificaron oportunidades de mejora en relación a promoción, fortalecimiento de canales de distribución, diferenciación de productos e implementación de estrategias comerciales que permitan aumentar la participación de mercado y una mayor ventaja competitiva.

El desarrollo del estudio de factibilidad permitió demostrar que la propuesta de producción y comercialización de queso artesanal es viable desde el punto de vista técnico, comercial y financiero. La evaluación financiera reflejó resultados positivos respaldados por indicadores como un valor presente neto (VAN) favorable, una tasa interna de retorno (TIR) superior a la tasa de retorno mínima atractiva (MARR), un índice de rentabilidad (IR) mayor a uno y un período de recuperación aceptable. Estos resultados confirman que el proyecto es una alternativa sustentable y rentable para fortalecer la operación quesera en el cantón El Carmen, promover el desarrollo de la economía local y crear oportunidades de crecimiento para la empresa QUESOLACT.

5. Recomendaciones

Analizar de manera continúa el contexto productivo y comercial del cantón el Carmen considerando las variaciones en la demanda, la preferencia de los consumidores, la competencia y las tendencias del mercado, con el propósito de identificar las oportunidades de mejorar para permitir fortalecer la producción y comercialización del queso artesanal. También se recomienda realizar evaluaciones y mantener la competitividad de la empresa en el largo plazo.

Evaluar constantemente las bases teóricas, técnicas y regulatorias relacionadas con la producción de queso artesanal y su comercialización, promover la capacitación continua del personal sobre buenas prácticas de manufactura (BPM), control de calidad, inocuidad de los alimentos y estrategias de comercialización. De esta forma, ayudará a

mejorar la eficiencia de los procesos productivos, garantizar la calidad del producto y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Diagnosticar de forma periódica el desempeño de los procesos productivos y comerciales de la empresas, mediante la aplicación de las encuestas, análisis de ventas, estudios de mercados y evaluación de la satisfacción del cliente, con el fin de detectar la oportunamente las limitaciones técnicas, económicas y comerciales que pueden afectar el desarrollo del negocio. La información obtenida lo permitirá implementar acciones correctivas y fortalecer la competitividad de QUESOLACT dentro del mercado local y regional.

Elaborar e implementar las estrategias técnicas, financieras y comerciales propuestas en el estudio de viabilidad, priorizando la optimización del proceso productivo, el fortalecimiento de los canales de distribución, el desarrollo de medidas de promoción de ventas y la adecuada gestión de los recursos financieros. Además, se recomienda monitorear constantemente los indicadores financieros del proyecto con el fin de evaluar su rentabilidad, garantizar la sostenibilidad de la empresa y contribuir al fortalecimiento de la actividad quesera en el cantón El Carmen.

6. Bibliografía

Osterwalder , A., & Yves, P. (2020). *Generación de modelos de negocio*.

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA]. (2022).

Resolución ARCSA-DE-2022-016-AKRG. Normativa técnica sanitaria sustitutiva de buenas prácticas de manufactura para alimentos procesados. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2012). [ARCSA].

Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec>

- Arias, F. G. (2021). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6.^a ed.). Episteme.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). *Marketing: An Introduction*.
- Armstrong, G., Kotler, & Philip. (2021). *Fundamentos de marketing*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2004). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/ley-de-regimen-tributario-interno>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2005). *Código Tributario*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/codigo-tributario>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial No. 449. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2017). *Código Orgánico del Ambiente*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Código de Comercio. Registro Oficial*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3n.pdf>
- Avila, M. M. (2020). *Evaluación financiera de proyectos de inversión*, Virreira.
- Baca, G. U. (2013). *el emprendedor del éxito*. Monterrey.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2000). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. Obtenido de <https://www.defensa.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2012/08/Ley-Org%C3%A1nica-de-Defensa-del-Consumidor.pdf

- Congreso Nacional del Ecuador. (2005). *Código del Trabajo. Registro Oficial Suplemento No. 167*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/codigo-del-trabajo/>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2006). *Ley Orgánica de Salud*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec>
- FAO. (2020). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*.
- Grewal, D., & Levy, M. (2021). *Marketing*.
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la investigación (6.ª ed.)*. McGraw-Hill.
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la investigación (6.ª ed.)*. McGraw-Hill Education.
- INEC, I. N. (2022). *VIII Censo de Población y VII de Vivienda: Densidad poblacional por parroquias*. INEC.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2012). *INEN*.
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2020). *Selling and Sales Management*.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management*.
- Kiyosaki, R. Y. (2020). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*.
- Lamb, C. W., Hair Jr., J., & Carl Mc, D. (2020). *MKTG*.
- López, P. R. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principios de economía*.
- Nassir Sapag Chain, R. S. (2014). *PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*.

- obber, D., & Lancaster, G. (2020). *Selling and Sales Management*.
- ONUDI. (2020). *Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial*.
- Porter, M. E. (2020). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*.
- Rodríguez, R. A. (2011). *Emprendedor de éxito* . Monterrey .
- Sampieri, H., Collado, F., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Slack, N., Brandon, J. A., & Johnston, R. (2020). *Operations Management*.
- Solomon, M. R. (2020). *Comportamiento del consumidor*.
- Torres, B. (2010). *Metodología de la investigación* (3.^a ed.). Pearson Educación.
- Viñán Villagrán, J., Puente Riofrío, M., Ávalos Reyes, J., & Córdova Prócel, J. (2018). *Proyectos de inversión: un enfoque práctico*.
- Winston, W. L. (2020). *Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel*.

7. Anexos

7.1.Capacidad de producción

Tabla 11

Capacidad de producción

EMPRESA "QUESOLACT"						
población total (cantón Guayaquil)	mercado potencial (familias)	(personas de entre 20-50 años)	mercado meta	%estimulo	demanda estimada (mensual)	demanda estimada (anual)
			60%			12
2.746.403	686601,00	1246180,65	\$747.708,39	40%	\$299.083,36	\$3.589.000,27

Tabla 12

Capacidad de producción

capacidad de pasterizado	tiempo estimado por vuelta (minutos)	capacidad P.D (libra)	cantidad de producción diaria(8 hoo)	%producción diaria estimada	producción diaria estimada
			8,00		
2000,00	45,00	44,44	356	80%	284

Tabla 13

Capacidad de producción

meses	producción diaria	días de producción	producción mensual
1	284	20	\$ 5.689
2	284	20	\$ 5.689
3	284	20	\$ 5.689
4	284	20	\$ 5.689
5	284	20	\$ 5.689
6	284	20	\$ 5.689
7	284	20	\$ 5.689
8	284	20	\$ 5.689
9	284	20	\$ 5.689
10	284	20	\$ 5.689
11	284	20	\$ 5.689
12	284	20	\$ 5.689

total anual		240	\$	68.267
--------------------	--	-----	----	---------------

Tabal 14*Demanda potencial insatisfecha*

demanda potencial insatisfecha	
oferta proyectada	\$ 68.267
demanda proyectada	\$ 3.589.000
oferta proyectada	1,90%

Tabla 15*Población ciudad de Guayaquil*

población ciudad de Guayaquil			
2021	2022	diferencia	incremento población
2723665,00	2746403,000	22738,000	0,83%

Tabal 16*Capacidad de producción*

años	incremento demanda		consumidor estimado	promedio de consumo anual
	%	demanda mensual		12
1-2021		299083,36	299083,36	3589000,27
2-2022	0,83%	301580,20	301580,20	3618962,36
3-2023	0,83%	304097,88	304097,88	3649174,58
4-2024	0,83%	306636,59	306636,59	3679639,02
5-2025	0,83%	309196,48	309196,48	3710357,79
6-2026	0,83%	311777,75	311777,75	3741333,01
7-2027	0,83%	314380,57	314380,57	3772566,81
8-2028	0,83%	317005,11	317005,11	3804061,37
9-2029	0,83%	319651,57	319651,57	3835818,85
10-2030	0,83%	322320,12	322320,12	3867841,46

Tabla 17

Capacidad de producción

años	% incremento producción anual	cantidad en unidades anuales	capacidad producción maquinaria	oferta porcentual
1-2021	80%	\$ 68.267	80%	2%
2-2022	0,83%	\$ 68.837	81%	2%
3-2023	0,83%	\$ 69.411	82%	2%
4-2024	0,83%	\$ 69.991	83%	2%
5-2025	0,83%	\$ 70.575	83%	2%
6-2026	0,83%	\$ 71.164	84%	2%
7-2027	0,83%	\$ 71.758	85%	2%
8-2028	0,83%	\$ 72.357	86%	2%
9-2029	0,83%	\$ 72.961	87%	2%
10-2030	0,83%	\$ 73.571	88%	2%

7.2. Materia prima

Tabla 18

Materia prima

precios/materia prima directa				
MPD			1,94%	
	2024	2025	diferencia	%
	P.Unit	P.Unit		
leche	\$ 0,50	\$ 0,51	\$ 0,01	1,94%
sal para (queso)	\$ 0,35	\$ 0,36	\$ 0,01	1,94%
cuajo	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,00	1,94%

Tabla 19

Costo/materia prima

costo/materia prima												
descripción	U/Medida	requerimiento	costo u /año 1	costo u /año 2	costo u /año 3	costo u /año 4	costo u /año 5	costo u /año 6	costo u /año 7	costo u /año 8	costo u /año 9	costo u /año 10
leche	Litro	2,50	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54	0,55	0,56	0,57	0,58	0,59
sal	Kilo	0,04	0,35	0,36	0,37	0,37	0,38	0,39	0,40	0,40	0,41	0,42
cuajo	pastilla	0,01	0,20	0,20	0,21	0,21	0,22	0,22	0,22	0,23	0,23	0,24

Figura 41

Materia prima indirecta

EMPRESA "QUESOLACT" PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA DEL 2025 AL AÑO 2034										
materia prima directaa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
leche	\$ 85.333,33	\$ 86.988,80	\$ 88.676,38	\$ 90.396,70	\$ 92.150,40	\$ 93.938,12	\$ 95.760,52	\$ 97.618,27	\$ 99.512,07	\$ 101.442,60
sal	\$ 955,73	\$ 983,04	\$ 1.002,11	\$ 1.021,55	\$ 1.041,37	\$ 1.061,57	\$ 1.082,17	\$ 1.103,16	\$ 1.124,56	\$ 1.146,38
cuajo	\$ 182,04	\$ 185,58	\$ 189,18	\$ 192,85	\$ 196,59	\$ 200,40	\$ 204,29	\$ 208,25	\$ 212,29	\$ 216,41
total	\$ 86.471	\$ 88.157	\$ 89.868	\$ 91.611	\$ 93.388	\$ 95.200	\$ 97.047	\$ 98.930	\$ 100.849	\$ 102.805

7.3.Mano de obra

Tabla 20

Mano de obra

EMPRESA "QUESOLACT"			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	TOTAL DE COSTO
operario de producción	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Ayudante de cocina	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Total		\$ 960,00	\$ 960,00

Tabla 21

Mano de obra

EMPRESA "QUESOLACT"			
El aumento del salario se lo hace mediante el promedio del aumento salarial del 2016 al 2025.			
Año	Sueldo	Diferencia	%

2016	\$	366,00	\$	26,00	7,10%
2017	\$	375,00	\$	9,00	2,40%
2018	\$	386,00	\$	11,00	2,85%
2019	\$	394,00	\$	8,00	2,03%
2020	\$	400,00	\$	6,00	1,50%
2021	\$	400,00	\$	-	0,00%
2022	\$	425,00	\$	25,00	5,88%
2023	\$	450,00	\$	25,00	5,56%
2024	\$	460,00	\$	10,00	2,17%
2025	\$	470,00	\$	10,00	2,13%
Sueldo Promediado %					3,16%

Figura 42

Mano de obra directa

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
operario de producción	\$ 14.724,48	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07
Ayudante de cocina	\$ 14.724,48	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07
Total	\$ 29.448,96	\$ 33.351,31	\$ 34.406,00	\$ 35.494,04	\$ 36.616,48	\$ 37.774,43	\$ 38.968,99	\$ 40.201,32	\$ 41.472,63	\$ 42.784,14

7.4.Mano de obra indirecta

Tabla 22

Mano de obra indirecta

EMPRESA "QUESOLACT"			
MANO DE OBRA INDIRECTA			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Sueldo anual
Jefe de producción	\$ 1,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Total	\$ 1,00	\$ 500,00	\$ 500,00

Figura 43

Mano de obra indirecta

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Jefe de producción	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94
Total	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94

7.5.Costo indirecto de fabricación

Tabla 23

Precios de materiales indirectos

EMPRESA "QUESOLACT"				1,94%
PRECIOS DE MATERIALES INDIRECTOS				
DEL 2025 AL 2034				
Detalle	2024	2025	Diferencia	%
Empaque	\$ 0,09	\$ 0,09	\$ 0,00	1,94%
Etiqueta	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,00	1,94%

Figura 44

Materiales indirectos

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRECIOS DE MATERIALES INDIRECTOS										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Empaque	\$ 0,09	\$ 0,09	\$ 0,09	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,11
Etiqueta	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,04
Total	\$ 0,12	\$ 0,12	\$ 0,12	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,14	\$ 0,14	\$ 0,14

Figura 45

Materiales indirectos

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Empaque	\$ 6.144	\$ 6.263	\$ 6.385	\$ 6.509	\$ 6.635	\$ 6.764	\$ 6.895	\$ 7.029	\$ 7.165	\$ 7.304
Etiqueta	\$ 2.048	\$ 2.088	\$ 2.128	\$ 2.170	\$ 2.212	\$ 2.255	\$ 2.298	\$ 2.343	\$ 2.388	\$ 2.435
Total	\$ 8.192	\$ 8.351	\$ 8.513	\$ 8.678	\$ 8.846	\$ 9.018	\$ 9.193	\$ 9.371	\$ 9.553	\$ 9.738

Tabla 24

Energía Eléctrica del Áreas de Producción

Energía Eléctrica del Áreas de Producción							
Unidad de Medida	KW / hora	KW/HORA DE PAUSTERIZAD OR DE LECHE	Horas de Producción	KW requerida por día	KW requerida por mes	Consumo Mensual	Consumo Anual
KW	\$ 0,08	\$ 1,00	6	\$ 6,00	\$ 120,00	\$ 9,60	\$ 115,20

Tabla 25

OTROS CIF

EMPRESA "QUESOLACT"	
OTROS CIF	
DEL 2025 AL 2034	
Detalle	Costo
Empaque	\$ 0,08
Etiqueta	\$ 0,03
Mantenimiento	\$ 100,00
TOTAL	\$ 100,11

Figura 46

Presupuesto otros cif

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO OTROS CIF										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Energia electrica	\$ 115,20	\$ 117,43	\$ 119,71	\$ 122,04	\$ 124,40	\$ 126,82	\$ 129,28	\$ 131,78	\$ 134,34	\$ 136,95
Depreciaciones	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00
Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 203,88	\$ 207,84	\$ 211,87	\$ 215,98	\$ 220,17	\$ 224,44	\$ 228,79	\$ 233,23	\$ 237,76
TOTAL	\$ 670,20	\$ 676,31	\$ 682,55	\$ 688,90	\$ 695,38	\$ 701,98	\$ 708,72	\$ 715,58	\$ 722,57	\$ 729,70

7.6.Gastos administrativos

Tabla 26

Gastos administrativos

EMPRESA "QUESOLACT"			
GASTO ADMINISTRATIVO			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total
GERENTE	1	\$ 600,00	\$ 600,00
CONTADOR	1	\$ 470,00	\$ 470,00
TOTAL			\$ 1.070,00

Figura 47

Presupuesto de gasto administrativo

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GERENTE	\$ 7.200,00	\$ 7.427,69	\$ 7.662,58	\$ 7.904,90	\$ 8.154,88	\$ 8.412,76	\$ 8.678,80	\$ 8.953,26	\$ 9.236,39	\$ 9.528,48
CONTADOR	\$ 5.640,00	\$ 5.818,36	\$ 6.002,35	\$ 6.192,17	\$ 6.387,99	\$ 6.590,00	\$ 6.798,40	\$ 7.013,39	\$ 7.235,17	\$ 7.463,97
TOTAL	\$ 12.840,00	\$ 13.246,05	\$ 13.664,93	\$ 14.097,07	\$ 14.542,86	\$ 15.002,76	\$ 15.477,20	\$ 15.966,64	\$ 16.471,56	\$ 16.992,45

Tabla 27

Energía Eléctrica del Áreas Administrativas

Energía Eléctrica del Áreas Administrativas							
Unidad de Medida	KW / hora	KW/HORA DE PAUSTERIZADOR DE LECHE	Horas de Producción	Kw requerida por día	Kw requerida por mes	Consumo Mensual	Consumo Anual
KW	3	3	4	12	240	720	8640

Tabla 28

Gasto administrativo

EMPRESA "QUESOLACT"	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
DEL 2025 AL 2034	
Detalle	Costo
Arriendo	\$ 250,00
Agua potable	\$ 5,00
Internet	\$ 30,00
Energía eléctrica (oficina)	\$ 35,00
Telefonía	\$ 20,00
Útiles de oficina	\$ 15,00
TOTAL	\$ 355,00

Figura 48

Presupuesto de gastos administrativo

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.094,87	\$ 3.192,74	\$ 3.293,71	\$ 3.397,87	\$ 3.505,32	\$ 3.616,17	\$ 3.730,52	\$ 3.848,50	\$ 3.970,20
Agua potable	\$ 60,00	\$ 61,90	\$ 63,85	\$ 65,87	\$ 67,96	\$ 70,11	\$ 72,32	\$ 74,61	\$ 76,97	\$ 79,40
Internet	\$ 360,00	\$ 371,38	\$ 383,13	\$ 395,24	\$ 407,74	\$ 420,64	\$ 433,94	\$ 447,66	\$ 461,82	\$ 476,42
Energía electrica (oficina)	\$ 420,00	\$ 433,28	\$ 446,98	\$ 461,12	\$ 475,70	\$ 490,74	\$ 506,26	\$ 522,27	\$ 538,79	\$ 555,83
Telefonía	\$ 240,00	\$ 247,59	\$ 255,42	\$ 263,50	\$ 271,83	\$ 280,43	\$ 289,29	\$ 298,44	\$ 307,88	\$ 317,62
Útiles de oficina	\$ 180,00	\$ 185,69	\$ 191,56	\$ 197,62	\$ 203,87	\$ 210,32	\$ 216,97	\$ 223,83	\$ 230,91	\$ 238,21
TOTAL	\$ 4.260,00	\$ 4.394,72	\$ 4.533,69	\$ 4.677,06	\$ 4.824,97	\$ 4.977,55	\$ 5.134,96	\$ 5.297,34	\$ 5.464,86	\$ 5.637,68

7.7.Gasto de publicidad

Tabla 29

Precio de gasto de publicidad

EMPRESA "QUESOLACT"				1,94%
PRECIOS DE GASTO DE PUBLICIDAD				
DEL 2025 AL 2034				
Detalle	2024	2025	Diferencia	%
Facebook	\$ 10,00	\$ 10,19	\$ 0,19	1,94%
TikTok	\$ 8,00	\$ 8,16	\$ 0,16	1,94%
Instagram	\$ 6,00	\$ 6,12	\$ 0,12	1,94%
WhatsApp Business	\$ 2,00	\$ 2,04	\$ 0,04	1,94%
Radio local (spot publicitario)	\$ 15,00	\$ 15,29	\$ 0,29	1,94%

Figura 49
Presupuesto de gasto de publicidad

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO DE GASTO DE PUBLICIDAD										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Facebook	\$ 36,00	\$ 36,70	\$ 37,41	\$ 38,14	\$ 38,88	\$ 39,63	\$ 40,40	\$ 41,18	\$ 41,98	\$ 42,80
Tik Tok	\$ 60,00	\$ 61,16	\$ 62,35	\$ 63,56	\$ 64,79	\$ 66,05	\$ 67,33	\$ 68,64	\$ 69,97	\$ 71,33
Instagram	\$ 24,00	\$ 24,47	\$ 24,94	\$ 25,42	\$ 25,92	\$ 26,42	\$ 26,93	\$ 27,46	\$ 27,99	\$ 28,53
WhatsApp Business	\$ 12,00	\$ 12,23	\$ 12,47	\$ 12,71	\$ 12,96	\$ 13,21	\$ 13,47	\$ 13,73	\$ 13,99	\$ 14,27
Radio local (spot publicitario)	\$ 120,00	\$ 122,33	\$ 124,70	\$ 127,12	\$ 129,59	\$ 132,10	\$ 134,66	\$ 137,28	\$ 139,94	\$ 142,65
TOTAL	\$ 252,00	\$ 256,89	\$ 261,87	\$ 266,95	\$ 272,13	\$ 277,41	\$ 282,79	\$ 288,28	\$ 293,87	\$ 299,57

7.8.Gasto de constitución

Tabla 30

Gasto de constitución

EMPRESA "QUESOLACT"	
GASTO CONSTITUCIONAL	
Detalle	2024
Contrato de arriendo	\$ 120,00
Gasto de arriendo de la empresa (1 mes garantía)	\$ 250,00
Registro de la marca (SENADI)	\$ 180,00
Registro sanitario (ARCSA – queso artesanal)	\$ 250,00
Certificación INEN / RTE INEN (normativa lácteos)	\$ 200,00
Obtención del RUC (SRI)	
Constitución de la SAS	\$ -
Firma electrónica	\$ 30,00
Honorarios profesionales de trámites	\$ 120,00
TOTAL	\$ 1.150,00

Tabla 31

Gasto de patente

EMPRESA "QUESOLACT"	
GASTO DE PATENTE	
Detalle	2024
patente municipal	\$ 120,00
aporte para bombero	\$ 40,00
Total	\$ 160,00

Tabla 32

Gasto de adecuación

EMPRESA "QUESOLACT"	
GASTO DE ADECUACIÓN	
Detalle	2024
Adecuación de planta	\$ 3.500,00
Total	\$ 3.500,00

Figura 50

Presupuesto de gastos de constitución

EMPRESA "QUESOLACT"										
PRESUPUESTO DE GASTOS CONSTITUCIÓN										
DEL 2025 AL 2034										
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
GASTO CONSTITUCIONAL	\$ 1.150,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTO PATENTE	\$ 160,00	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,96	\$ 234,26	\$ 257,68	\$ 283,45	\$ 311,79	\$ 342,97	\$ 377,27
GASTO DE ADECUACIÓN	\$ 3.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ 4.810,00	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,96	\$ 234,26	\$ 257,68	\$ 283,45	\$ 311,79	\$ 342,97	\$ 377,27

7.9.Hoja de costo

Figura 51

Escenario moderado

EMPRESA "QUESOLACT" HOJA DE COSTOS ESCENARIO MODERADO DEL 2025 AL 2034										
Detalle / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
COSTO DIRECTO	\$ 124.034	\$ 130.014	\$ 132.973	\$ 136.003	\$ 139.105	\$ 142.283	\$ 145.537	\$ 148.870	\$ 152.284	\$ 155.781
Materia Prima Directa	\$ 92.524	\$ 94.328	\$ 96.158	\$ 98.024	\$ 99.926	\$ 101.864	\$ 103.840	\$ 105.855	\$ 107.908	\$ 110.002
Leche	\$ 91.306,67	\$ 93.078,02	\$ 94.883,73	\$ 96.724,47	\$ 98.600,93	\$ 100.513,79	\$ 102.463,75	\$ 104.451,55	\$ 106.477,91	\$ 108.543,58
Sal	\$ 1.022,63	\$ 1.051,85	\$ 1.072,26	\$ 1.093,06	\$ 1.114,27	\$ 1.135,88	\$ 1.157,92	\$ 1.180,38	\$ 1.203,28	\$ 1.226,63
Cusajo	\$ 194,79	\$ 198,57	\$ 202,42	\$ 206,35	\$ 210,35	\$ 214,43	\$ 218,59	\$ 222,83	\$ 227,15	\$ 231,56
Mano De Obra Directa	\$ 31.510	\$ 35.686	\$ 36.814	\$ 37.979	\$ 39.180	\$ 40.419	\$ 41.697	\$ 43.015	\$ 44.376	\$ 45.779
operario de producción	\$ 15.755,19	\$ 17.842,95	\$ 18.407,21	\$ 18.989,31	\$ 19.589,82	\$ 20.209,32	\$ 20.848,41	\$ 21.507,71	\$ 22.187,86	\$ 22.889,51
Ayudante de cocina	\$ 15.755,19	\$ 17.842,95	\$ 18.407,21	\$ 18.989,31	\$ 19.589,82	\$ 20.209,32	\$ 20.848,41	\$ 21.507,71	\$ 22.187,86	\$ 22.889,51
Costo Directo de fabricación	\$ 17.688	\$ 18.645	\$ 19.021	\$ 19.405	\$ 19.796	\$ 20.196	\$ 20.604	\$ 21.020	\$ 21.445	\$ 21.879
Mano De Obra Indirecta	\$ 8.205,83	\$ 9.204,16	\$ 9.404,25	\$ 9.608,69	\$ 9.817,58	\$ 10.031,00	\$ 10.249,07	\$ 10.471,88	\$ 10.699,52	\$ 10.932,12
Jefe de producción	\$ 8.205,83	\$ 9.204,16	\$ 9.404,25	\$ 9.608,69	\$ 9.817,58	\$ 10.031,00	\$ 10.249,07	\$ 10.471,88	\$ 10.699,52	\$ 10.932,12
Materiales indirectos	\$ 8.765,44	\$ 8.935,49	\$ 9.108,84	\$ 9.285,55	\$ 9.465,69	\$ 9.649,32	\$ 9.836,52	\$ 10.027,35	\$ 10.221,88	\$ 10.420,18
Empaque	\$ 6.574,08	\$ 6.701,62	\$ 6.831,63	\$ 6.964,16	\$ 7.099,27	\$ 7.236,99	\$ 7.377,39	\$ 7.520,51	\$ 7.666,41	\$ 7.815,14
Etiqueta	\$ 2.191,36	\$ 2.233,87	\$ 2.277,21	\$ 2.321,39	\$ 2.366,42	\$ 2.412,33	\$ 2.459,13	\$ 2.506,84	\$ 2.555,47	\$ 2.605,05
Otros CF	\$ 717,11	\$ 505,51	\$ 507,94	\$ 510,43	\$ 512,96	\$ 515,54	\$ 518,18	\$ 520,86	\$ 523,60	\$ 526,38
Energía eléctrica	\$ 123,26	\$ 125,66	\$ 128,09	\$ 130,58	\$ 133,11	\$ 135,69	\$ 138,33	\$ 141,01	\$ 143,75	\$ 146,53
DEPRECIACION DE PASTEURIZADOR DE LECHE	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85
Mantenimiento	\$ 214,00	\$ 218,15	\$ 222,38	\$ 226,70	\$ 231,10	\$ 235,58	\$ 240,15	\$ 244,81	\$ 249,56	\$ 254,40
TOTAL DE COSTO	\$ 141.723	\$ 148.660	\$ 151.994	\$ 155.407	\$ 158.901	\$ 162.479	\$ 166.141	\$ 169.890	\$ 173.729	\$ 177.659
Producción anual	\$ 73.045,33	\$ 73.655,14	\$ 74.270,03	\$ 74.890,06	\$ 75.515,27	\$ 76.145,69	\$ 76.781,38	\$ 77.422,38	\$ 78.068,72	\$ 78.720,46
Costo Unitario de Producto	\$ 1,9	\$ 2,0	\$ 2,0	\$ 2,1	\$ 2,1	\$ 2,1	\$ 2,2	\$ 2,2	\$ 2,2	\$ 2,3

Figura 52

Escenario pesimista

EMPRESA "QUESOLACT" HOJA DE COSTOS ECENARIO PESIMISTA DEL 2025 AL 2034										
Detalle / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
COSTO DIRECTO	\$ 127.512	\$ 133.660	\$ 136.701	\$ 139.816	\$ 143.005	\$ 146.272	\$ 149.618	\$ 153.044	\$ 156.554	\$ 160.148
Materia Prima Directa	\$ 95.118	\$ 96.973	\$ 98.854	\$ 100.772	\$ 102.727	\$ 104.720	\$ 106.752	\$ 108.823	\$ 110.934	\$ 113.086
Leche	\$ 93.866,67	\$ 95.687,68	\$ 97.544,02	\$ 99.436,37	\$ 101.365,44	\$ 103.331,93	\$ 105.336,57	\$ 107.380,10	\$ 109.463,27	\$ 111.586,86
Sal	\$ 1.051,31	\$ 1.081,34	\$ 1.102,32	\$ 1.123,71	\$ 1.145,51	\$ 1.167,73	\$ 1.190,38	\$ 1.213,48	\$ 1.237,02	\$ 1.261,02
Cusajo	\$ 200,25	\$ 204,13	\$ 208,09	\$ 212,13	\$ 216,25	\$ 220,44	\$ 224,72	\$ 229,08	\$ 233,52	\$ 238,05
Mano De Obra Directa	\$ 32.394	\$ 36.686	\$ 37.847	\$ 39.043	\$ 40.278	\$ 41.552	\$ 42.866	\$ 44.221	\$ 45.620	\$ 47.063
operario de producción	\$ 16.196,93	\$ 18.343,22	\$ 18.923,30	\$ 19.521,72	\$ 20.139,07	\$ 20.775,93	\$ 21.432,94	\$ 22.110,73	\$ 22.809,95	\$ 23.531,28
Ayudante de cocina	\$ 16.196,93	\$ 18.343,22	\$ 18.923,30	\$ 19.521,72	\$ 20.139,07	\$ 20.775,93	\$ 21.432,94	\$ 22.110,73	\$ 22.809,95	\$ 23.531,28
Costo Directo de fabricación	\$ 10.843	\$ 11.055	\$ 11.262	\$ 11.473	\$ 11.688	\$ 11.907	\$ 12.131	\$ 12.359	\$ 12.591	\$ 12.828
Mano De Obra Indirecta	\$ 1.094,22	\$ 1.125,48	\$ 1.147,32	\$ 1.169,57	\$ 1.192,26	\$ 1.215,39	\$ 1.238,97	\$ 1.263,01	\$ 1.287,51	\$ 1.312,49
Jefe de producción	\$ 1.094,22	\$ 1.125,48	\$ 1.147,32	\$ 1.169,57	\$ 1.192,26	\$ 1.215,39	\$ 1.238,97	\$ 1.263,01	\$ 1.287,51	\$ 1.312,49
Materiales indirectos	\$ 9.011,20	\$ 9.186,02	\$ 9.364,23	\$ 9.545,89	\$ 9.731,08	\$ 9.919,87	\$ 10.112,31	\$ 10.308,49	\$ 10.508,47	\$ 10.712,34
Empaque	\$ 6.758,40	\$ 6.889,51	\$ 7.023,17	\$ 7.159,42	\$ 7.298,31	\$ 7.439,90	\$ 7.584,23	\$ 7.731,37	\$ 7.881,36	\$ 8.034,25
Etiqueta	\$ 2.252,80	\$ 2.296,50	\$ 2.341,06	\$ 2.386,47	\$ 2.432,77	\$ 2.479,97	\$ 2.528,08	\$ 2.577,12	\$ 2.627,12	\$ 2.678,08
Otros CF	\$ 737,22	\$ 743,95	\$ 750,80	\$ 757,79	\$ 764,92	\$ 772,18	\$ 779,59	\$ 787,14	\$ 794,83	\$ 802,67
Energía eléctrica	\$ 127	\$ 129	\$ 132	\$ 134	\$ 137	\$ 139	\$ 142	\$ 145	\$ 148	\$ 151
DEPRECIACION DE PASTEURIZADOR DE LECHE	\$ 391	\$ 391	\$ 391	\$ 391	\$ 391	\$ 391	\$ 391	\$ 391	\$ 391	\$ 391
Mantenimiento	\$ 220	\$ 224	\$ 229	\$ 233	\$ 238	\$ 242	\$ 247	\$ 252	\$ 257	\$ 262
TOTAL DE COSTO	\$ 138.355	\$ 144.715	\$ 147.963	\$ 151.289	\$ 154.694	\$ 158.179	\$ 161.748	\$ 165.403	\$ 169.145	\$ 172.976
Producción anual	\$ 75.093	\$ 75.720	\$ 76.352	\$ 76.990	\$ 77.633	\$ 78.281	\$ 78.934	\$ 79.593	\$ 80.258	\$ 80.928
Costo Unitario de Producto	\$ 1,8	\$ 1,9	\$ 1,9	\$ 2,0	\$ 2,0	\$ 2,0	\$ 2,0	\$ 2,1	\$ 2,1	\$ 2,1

7.10. Punto de equilibrio

Tabla 33

Escenario moderado

EMPRESA "QUESOLACT"	
ESCENARIO MODERADO	
DEL 2025 AL 2034	
precio de venta de (producto)	\$ 2,70
producción anual	\$ 68.267
total de ingresos	\$ 68.269
costo fijos totales	\$ 48.481,66
costo variable totales	\$ 93.241,20
costo variable unitario: CTV / D	\$ 1,37
Punto de equilibrio Q: CTF/ (P-CP}VU)	\$ 36.371
Punto de equilibrio \$: PE*P	\$ 98.158,16

Tabla 34

Escenario pesimista

EMPRESA "QUESOLACT"	
ESCENARIO PESIMISTA	
DEL 2025 AL 2034	
precio de venta de (producto)	\$ 2,97
producción anual	\$ 68.267
total de ingresos	\$ 68.270
costo fijos totales	\$ 53.329,82
costo variable totales	\$ 102.565,32
costo variable unitario: CTV / D	\$ 1,50
Punto de equilibrio Q: CTF/ (P-CP}VU)	\$ 36.371
Punto de equilibrio \$: PE*P	\$107.973,98

7.11. Costo fijo y variable

Figura 53
Escenario moderado

EMPRESA " QUESOLACT"										
COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
ESCENARIO MODERADO										
7%										
Detalle / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
FIJO	\$ 48.481,66	\$ 53.825,56	\$ 55.327,51	\$ 56.872,87	\$ 58.462,91	\$ 60.098,96	\$ 61.782,40	\$ 63.514,64	\$ 65.297,12	\$ 67.131,34
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 31.510,39	\$ 35.685,91	\$ 36.814,42	\$ 37.978,62	\$ 39.179,64	\$ 40.418,64	\$ 41.696,81	\$ 43.015,41	\$ 44.375,71	\$ 45.779,03
operario de producción	\$ 15.755,19	\$ 17.842,95	\$ 18.407,21	\$ 18.989,31	\$ 19.589,82	\$ 20.209,32	\$ 20.848,41	\$ 21.507,71	\$ 22.187,86	\$ 22.889,51
Ayudante de cocina	\$ 15.755,19	\$ 17.842,95	\$ 18.407,21	\$ 18.989,31	\$ 19.589,82	\$ 20.209,32	\$ 20.848,41	\$ 21.507,71	\$ 22.187,86	\$ 22.889,51
Mano De Obra Indirecta	\$ 8.205,83	\$ 9.204,16	\$ 9.404,25	\$ 9.608,69	\$ 9.817,58	\$ 10.031,00	\$ 10.249,07	\$ 10.471,88	\$ 10.699,52	\$ 10.932,12
Jefe de producción	\$ 8.205,83	\$ 9.204,16	\$ 9.404,25	\$ 9.608,69	\$ 9.817,58	\$ 10.031,00	\$ 10.249,07	\$ 10.471,88	\$ 10.699,52	\$ 10.932,12
Materiales indirectos	\$ 8.765,44	\$ 8.935,49	\$ 9.108,84	\$ 9.285,55	\$ 9.465,69	\$ 9.649,32	\$ 9.836,52	\$ 10.027,35	\$ 10.221,88	\$ 10.420,18
Empaque	\$ 6.574,08	\$ 6.701,62	\$ 6.831,63	\$ 6.964,16	\$ 7.099,27	\$ 7.236,99	\$ 7.377,39	\$ 7.520,51	\$ 7.666,41	\$ 7.815,14
Etiqueta	\$ 2.191,36	\$ 2.233,87	\$ 2.277,21	\$ 2.321,39	\$ 2.366,42	\$ 2.412,33	\$ 2.459,13	\$ 2.506,84	\$ 2.555,47	\$ 2.605,05
Variable	\$ 93.241,20	\$ 95.052,09	\$ 96.888,73	\$ 98.761,01	\$ 100.669,60	\$ 102.615,22	\$ 104.598,59	\$ 106.620,43	\$ 108.681,50	\$ 110.782,55
Materia Prima Directa	\$ 92.524,09	\$ 94.328,44	\$ 96.158,41	\$ 98.023,88	\$ 99.925,54	\$ 101.864,10	\$ 103.840,26	\$ 105.854,76	\$ 107.908,35	\$ 110.001,77
Leche	\$ 91.306,67	\$ 93.078,02	\$ 94.883,73	\$ 96.724,47	\$ 98.600,93	\$ 100.513,79	\$ 102.463,75	\$ 104.451,55	\$ 106.477,91	\$ 108.543,38
Sal	\$ 1.022,63	\$ 1.051,85	\$ 1.072,26	\$ 1.093,06	\$ 1.114,27	\$ 1.135,88	\$ 1.157,92	\$ 1.180,38	\$ 1.203,28	\$ 1.226,63
Cusajo	\$ 194,79	\$ 198,57	\$ 202,42	\$ 206,35	\$ 210,35	\$ 214,43	\$ 218,59	\$ 222,83	\$ 227,15	\$ 231,56
Otros CF	\$ 717,11	\$ 723,66	\$ 730,33	\$ 737,13	\$ 744,06	\$ 751,12	\$ 758,33	\$ 765,67	\$ 773,15	\$ 780,78
Energia electrica	\$ 123,26	\$ 125,66	\$ 128,09	\$ 130,58	\$ 133,11	\$ 135,69	\$ 138,33	\$ 141,01	\$ 143,75	\$ 146,53
DEPRECIACION DE PASTEURIZADOR DE LECHE	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85	\$ 379,85
Mantenimiento	\$ 214,00	\$ 218,15	\$ 222,38	\$ 226,70	\$ 231,10	\$ 235,58	\$ 240,15	\$ 244,81	\$ 249,56	\$ 254,40
TOTAL DE COSTO	\$ 141.722,86	\$ 148.877,65	\$ 152.216,25	\$ 155.633,87	\$ 159.132,51	\$ 162.714,19	\$ 166.380,99	\$ 170.135,07	\$ 173.978,62	\$ 177.913,89
Producción anual	\$ 68.267	\$ 68.837	\$ 69.411	\$ 69.991	\$ 70.575	\$ 71.164	\$ 71.758	\$ 72.357	\$ 72.961	\$ 73.571
Costo Unitario de Producto	\$ 2,1	\$ 2,2	\$ 2,2	\$ 2,2	\$ 2,3	\$ 2,3	\$ 2,3	\$ 2,4	\$ 2,4	\$ 2,4

Figura 54
Escenario pesimista

EMPRESA " QUESOLACT"										
COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
ECENARIO PESIMISTA										
10%										
Detalle / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
FIJO	\$ 49.840,96	\$ 55.334,69	\$ 56.878,75	\$ 58.467,43	\$ 60.102,05	\$ 61.783,98	\$ 63.514,62	\$ 65.295,42	\$ 67.127,88	\$ 69.013,52
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 32.393,86	\$ 36.686,45	\$ 37.846,60	\$ 39.043,44	\$ 40.278,13	\$ 41.551,87	\$ 42.865,88	\$ 44.221,45	\$ 45.619,89	\$ 47.062,55
operario de producción	\$ 16.196,93	\$ 18.343,22	\$ 18.923,30	\$ 19.521,72	\$ 20.139,07	\$ 20.775,93	\$ 21.432,94	\$ 22.110,73	\$ 22.809,95	\$ 23.531,28
Ayudante de cocina	\$ 16.196,93	\$ 18.343,22	\$ 18.923,30	\$ 19.521,72	\$ 20.139,07	\$ 20.775,93	\$ 21.432,94	\$ 22.110,73	\$ 22.809,95	\$ 23.531,28
Mano De Obra Indirecta	\$ 8.435,90	\$ 9.462,22	\$ 9.667,92	\$ 9.878,10	\$ 10.092,84	\$ 10.312,25	\$ 10.536,43	\$ 10.765,48	\$ 10.999,51	\$ 11.238,63
Jefe de producción	\$ 8.435,90	\$ 9.462,22	\$ 9.667,92	\$ 9.878,10	\$ 10.092,84	\$ 10.312,25	\$ 10.536,43	\$ 10.765,48	\$ 10.999,51	\$ 11.238,63
Materiales indirectos	\$ 9.011,20	\$ 9.186,02	\$ 9.364,23	\$ 9.545,89	\$ 9.731,08	\$ 9.919,87	\$ 10.112,31	\$ 10.308,49	\$ 10.508,47	\$ 10.712,34
Empaque	\$ 6.758,40	\$ 6.889,51	\$ 7.023,17	\$ 7.159,42	\$ 7.298,31	\$ 7.439,90	\$ 7.584,23	\$ 7.731,37	\$ 7.881,36	\$ 8.034,25
Etiqueta	\$ 2.252,80	\$ 2.296,50	\$ 2.341,06	\$ 2.386,47	\$ 2.432,77	\$ 2.479,97	\$ 2.528,08	\$ 2.577,12	\$ 2.627,12	\$ 2.678,08
Variable	\$ 95.855,44	\$ 97.717,10	\$ 99.605,24	\$ 101.530,01	\$ 103.492,11	\$ 105.492,28	\$ 107.531,26	\$ 109.609,79	\$ 111.728,64	\$ 113.888,60
Materia Prima Directa	\$ 95.118,22	\$ 96.973,16	\$ 98.854,44	\$ 100.772,21	\$ 102.727,19	\$ 104.720,10	\$ 106.751,67	\$ 108.822,65	\$ 110.933,81	\$ 113.085,93
Leche	\$ 93.866,67	\$ 95.687,68	\$ 97.544,02	\$ 99.436,37	\$ 101.365,44	\$ 103.331,93	\$ 105.336,57	\$ 107.380,10	\$ 109.463,27	\$ 111.586,86
Sal	\$ 1.051,31	\$ 1.081,34	\$ 1.102,32	\$ 1.123,71	\$ 1.145,51	\$ 1.167,73	\$ 1.190,38	\$ 1.213,48	\$ 1.237,02	\$ 1.261,02
Cusajo	\$ 200,25	\$ 204,13	\$ 208,09	\$ 212,13	\$ 216,25	\$ 220,44	\$ 224,72	\$ 229,08	\$ 233,52	\$ 238,05
Otros CF	\$ 737,22	\$ 743,95	\$ 750,80	\$ 757,79	\$ 764,92	\$ 772,18	\$ 779,59	\$ 787,14	\$ 794,83	\$ 802,67
Energia electrica	\$ 126,72	\$ 129,18	\$ 131,68	\$ 134,24	\$ 136,84	\$ 139,50	\$ 142,20	\$ 144,96	\$ 147,78	\$ 150,64
DEPRECIACION DE PASTEURIZADOR DE LECHE	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50	\$ 390,50
Mantenimiento	\$ 220,00	\$ 224,27	\$ 228,62	\$ 233,05	\$ 237,58	\$ 242,18	\$ 246,88	\$ 251,67	\$ 256,55	\$ 261,53
TOTAL DE COSTO	\$ 145.696,40	\$ 153.051,79	\$ 156.483,99	\$ 159.997,44	\$ 163.594,17	\$ 167.276,27	\$ 171.045,88	\$ 174.905,21	\$ 178.856,52	\$ 182.902,13
Producción anual	\$ 68.267	\$ 68.837	\$ 69.411	\$ 69.991	\$ 70.575	\$ 71.164	\$ 71.758	\$ 72.357	\$ 72.961	\$ 73.571
Costo Unitario de Producto	\$ 2,1	\$ 2,2	\$ 2,3	\$ 2,3	\$ 2,3	\$ 2,4	\$ 2,4	\$ 2,4	\$ 2,5	\$ 2,5

7.12. Proyección de costos

Figura 55

Escenario moderado

EMPRESA "QUESOLACT" PROYECCIÓN DE COSTOS ESCENARIO Moderado DEL 2025 AL 2034										
7%										
Detalle / Periodo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
costo fijo	\$ 48.481,66	\$ 53.825,56	\$ 55.327,51	\$ 56.872,87	\$ 58.462,91	\$ 60.098,96	\$ 61.782,40	\$ 63.514,64	\$ 65.297,12	\$ 67.131,34
costo variable	\$ 93.241,20	\$ 95.052,09	\$ 96.888,73	\$ 98.761,01	\$ 100.669,60	\$ 102.615,22	\$ 104.598,59	\$ 106.620,43	\$ 108.681,50	\$ 110.782,55
total de costo	\$ 141.723	\$ 148.878	\$ 152.216	\$ 155.634	\$ 159.133	\$ 162.714	\$ 166.381	\$ 170.135	\$ 173.979	\$ 177.914
producción anual	\$ 68.267	\$ 68.837	\$ 69.411	\$ 69.991	\$ 70.575	\$ 71.164	\$ 71.758	\$ 72.357	\$ 72.961	\$ 73.571
costo unitario del producto	\$ 2,08	\$ 2,16	\$ 2,19	\$ 2,22	\$ 2,25	\$ 2,29	\$ 2,32	\$ 2,35	\$ 2,38	\$ 2,42
margen utilidad porcentual %	30%	32%	34%	36%	38%	40%	42%	44%	46%	48%
marguen utilidad monetaria \$	\$ 0,62	\$ 0,69	\$ 0,75	\$ 0,80	\$ 0,86	\$ 0,91	\$ 0,97	\$ 1,03	\$ 1,10	\$ 1,16
pecio de venta (producto)	\$ 2,70	\$ 2,85	\$ 2,94	\$ 3,02	\$ 3,11	\$ 3,20	\$ 3,29	\$ 3,39	\$ 3,48	\$ 3,58
ingresos por venta	\$ 184.240	\$ 196.519	\$ 203.970	\$ 211.662	\$ 219.603	\$ 227.800	\$ 236.261	\$ 244.995	\$ 254.009	\$ 263.313

Figura 56

Escenario pesimista

EMPRESA "QUESOLACT" PROYECCIÓN DE COSTOS ESCENARIO PESIMISTA DEL 2025 AL 2034										
10%										
Detalle / Periodo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
costo fijo	\$ 53.329,82	\$ 59.208,12	\$ 60.860,26	\$ 62.560,15	\$ 64.309,20	\$ 66.108,86	\$ 67.960,65	\$ 69.866,10	\$ 71.826,83	\$ 73.844,47
costo variable	\$ 102.565,32	\$ 104.557,30	\$ 106.577,61	\$ 108.637,11	\$ 110.736,56	\$ 112.876,74	\$ 115.058,45	\$ 117.282,47	\$ 119.549,65	\$ 121.860,81
total de costo	\$ 155.895	\$ 163.765	\$ 167.438	\$ 171.197	\$ 175.046	\$ 178.986	\$ 183.019	\$ 187.149	\$ 191.376	\$ 195.705
producción anual	\$ 68.267	\$ 68.837	\$ 69.411	\$ 69.991	\$ 70.575	\$ 71.164	\$ 71.758	\$ 72.357	\$ 72.961	\$ 73.571
costo unitario del producto	\$ 2,28	\$ 2,38	\$ 2,41	\$ 2,45	\$ 2,48	\$ 2,52	\$ 2,55	\$ 2,59	\$ 2,62	\$ 2,66
margen utilidad porcentual %	30%	32%	34%	36%	38%	40%	42%	44%	46%	48%
marguen utilidad monetaria \$	\$ 0,69	\$ 0,76	\$ 0,82	\$ 0,88	\$ 0,94	\$ 1,01	\$ 1,07	\$ 1,14	\$ 1,21	\$ 1,28
pecio de venta (producto)	\$ 2,97	\$ 3,14	\$ 3,23	\$ 3,33	\$ 3,42	\$ 3,52	\$ 3,62	\$ 3,72	\$ 3,83	\$ 3,94
ingresos por venta	\$ 202.664	\$ 216.170	\$ 224.367	\$ 232.828	\$ 241.563	\$ 250.580	\$ 259.887	\$ 269.494	\$ 279.410	\$ 289.644

7.13. Resume de costo y gasto

Figura 57

Escenario moderado

EMPRESA "QUESOLACT" HOJA DE COSTOS ESCENARIO MODERADO DEL 2025 AL 2034											
7%											
Detalle / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
COSTO DIRECTO	\$ 124.034	\$ 127.680	\$ 130.564	\$ 133.518	\$ 136.542	\$ 139.639	\$ 142.809	\$ 146.056	\$ 149.381	\$ 152.786	
Materia Prima Directa	\$ 92.524	\$ 94.328	\$ 96.158	\$ 98.024	\$ 99.926	\$ 101.864	\$ 103.840	\$ 105.855	\$ 107.908	\$ 110.002	
Leche	\$ 91.306,67	\$ 93.078,02	\$ 94.883,73	\$ 96.724,47	\$ 98.600,93	\$ 100.513,79	\$ 102.463,75	\$ 104.451,55	\$ 106.477,91	\$ 108.543,58	
Sal	\$ 1.022,63	\$ 1.051,85	\$ 1.072,26	\$ 1.093,06	\$ 1.114,27	\$ 1.135,88	\$ 1.157,32	\$ 1.180,38	\$ 1.203,28	\$ 1.226,63	
Cuajo	\$ 194,79	\$ 198,57	\$ 202,42	\$ 206,35	\$ 210,35	\$ 214,43	\$ 218,59	\$ 222,83	\$ 227,15	\$ 231,56	
Mano De Obra Directa	\$ 31.510	\$ 33.351	\$ 34.406	\$ 35.494	\$ 36.616	\$ 37.774	\$ 38.969	\$ 40.201	\$ 41.473	\$ 42.784	
operario de producción	\$ 15.755,19	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07	
Ayudante de cocina	\$ 15.755,19	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07	
Costo Directo de fabricación	\$ 17.152	\$ 17.425	\$ 17.777	\$ 18.135	\$ 18.501	\$ 18.875	\$ 19.256	\$ 19.645	\$ 20.042	\$ 20.447	
Mano De Obra Indirecta	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94	
Jefe de producción	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94	
Materiales indirectos	\$ 8.785,44	\$ 8.350,92	\$ 8.512,93	\$ 8.676,08	\$ 8.846,44	\$ 9.018,06	\$ 9.193,01	\$ 9.371,35	\$ 9.553,16	\$ 9.738,49	
Empaque	\$ 6.574,08	\$ 6.263,19	\$ 6.394,70	\$ 6.508,56	\$ 6.634,83	\$ 6.763,54	\$ 6.894,76	\$ 7.028,52	\$ 7.164,87	\$ 7.303,87	
Etiqueta	\$ 2.191,36	\$ 2.087,73	\$ 2.128,23	\$ 2.169,52	\$ 2.211,61	\$ 2.254,51	\$ 2.298,25	\$ 2.342,84	\$ 2.388,29	\$ 2.434,62	
Otros CF	\$ 717,11	\$ 472,43	\$ 474,71	\$ 477,04	\$ 479,40	\$ 481,82	\$ 484,28	\$ 486,78	\$ 489,34	\$ 491,95	
Energía eléctrica	\$ 123,26	\$ 117,43	\$ 119,71	\$ 122,04	\$ 124,40	\$ 126,82	\$ 129,28	\$ 131,78	\$ 134,34	\$ 136,95	
DEPRECIACION DE PASTEURIZADOR DE LECHE	\$ 379,85	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	
Mantenimiento	\$ 214,00	\$ 203,88	\$ 207,84	\$ 211,87	\$ 215,98	\$ 220,17	\$ 224,44	\$ 228,79	\$ 233,23	\$ 237,76	
TOTAL DE COSTO	\$ 141.186	\$ 145.105	\$ 148.341	\$ 151.653	\$ 155.043	\$ 158.513	\$ 162.065	\$ 165.701	\$ 169.423	\$ 173.233	
Gasto operacionales	\$ 19.155	\$ 13.679	\$ 14.120	\$ 14.577	\$ 15.049	\$ 15.538	\$ 16.043	\$ 16.567	\$ 17.108	\$ 17.669	
Gasto administrativo	\$ 13.738,80	\$ 13.246,05	\$ 13.664,93	\$ 14.097,07	\$ 14.542,86	\$ 15.002,76	\$ 15.477,20	\$ 15.966,64	\$ 16.471,56	\$ 16.992,45	
Gasto de publicidad	\$ 269,64	\$ 256,89	\$ 261,87	\$ 266,95	\$ 272,13	\$ 277,41	\$ 282,79	\$ 288,26	\$ 293,87	\$ 299,57	
Gasto de constitución	\$ 1.230,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Gasto de patente	\$ 171,20	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,36	\$ 234,26	\$ 257,68	\$ 283,45	\$ 311,79	\$ 342,97	\$ 377,27	
Gasto de adecuación	\$ 3.745,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total de gasto	\$ 19.155	\$ 13.679	\$ 14.120	\$ 14.577	\$ 15.049	\$ 15.538	\$ 16.043	\$ 16.567	\$ 17.108	\$ 17.669	
Total de costo y gasto	\$ 160.341	\$ 158.784	\$ 162.461	\$ 166.230	\$ 170.092	\$ 174.051	\$ 178.109	\$ 182.268	\$ 186.531	\$ 190.903	

Figura 58
Escenario pesimista

EMPRESA "QUESOLACT" HOJA DE COSTOS ESCENARIO PESIMISTA DEL 2025 AL 2034											10%
Detalle / Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
COSTO DIRECTO	\$ 127.512	\$ 121.509	\$ 124.274	\$ 127.105	\$ 130.005	\$ 132.975	\$ 136.016	\$ 139.131	\$ 142.322	\$ 145.590	
Materia Prima Directa	\$ 95.118	\$ 88.157	\$ 89.868	\$ 91.611	\$ 93.388	\$ 95.200	\$ 97.047	\$ 98.930	\$ 100.849	\$ 102.805	
Leche	\$ 93.866,87	\$ 86.388,80	\$ 88.676,38	\$ 90.396,70	\$ 92.150,40	\$ 93.938,12	\$ 95.760,52	\$ 97.618,27	\$ 99.512,07	\$ 101.442,60	
Sal	\$ 1.051,31	\$ 983,04	\$ 1.002,11	\$ 1.021,55	\$ 1.041,37	\$ 1.061,57	\$ 1.082,17	\$ 1.103,16	\$ 1.124,56	\$ 1.146,38	
Cuajo	\$ 200,25	\$ 185,58	\$ 189,18	\$ 192,85	\$ 196,53	\$ 200,40	\$ 204,29	\$ 208,25	\$ 212,29	\$ 216,41	
Mano De Obra Directa	\$ 32.394	\$ 33.351	\$ 34.406	\$ 35.494	\$ 36.616	\$ 37.774	\$ 38.969	\$ 40.201	\$ 41.473	\$ 42.784	
operario de producción	\$ 16.196,93	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07	
Ayudante de cocina	\$ 16.196,93	\$ 16.675,66	\$ 17.203,00	\$ 17.747,02	\$ 18.308,24	\$ 18.887,21	\$ 19.484,49	\$ 20.100,66	\$ 20.736,31	\$ 21.392,07	
Costo Directo de fabricación	\$ 17.417	\$ 17.425	\$ 17.777	\$ 18.135	\$ 18.501	\$ 18.875	\$ 19.256	\$ 19.645	\$ 20.042	\$ 20.447	
Mano De Obra Indirecta	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94	
Jefe de producción	\$ 7.669,00	\$ 8.602,02	\$ 8.789,02	\$ 8.980,09	\$ 9.175,31	\$ 9.374,77	\$ 9.578,57	\$ 9.786,80	\$ 9.999,56	\$ 10.216,94	
Materiales indirectos	\$ 9.011,20	\$ 8.350,92	\$ 8.512,93	\$ 8.678,08	\$ 8.846,44	\$ 9.018,06	\$ 9.193,01	\$ 9.371,35	\$ 9.553,16	\$ 9.738,49	
Empaque	\$ 6.758,40	\$ 6.263,19	\$ 6.384,70	\$ 6.508,56	\$ 6.634,83	\$ 6.763,54	\$ 6.894,76	\$ 7.028,52	\$ 7.164,87	\$ 7.303,87	
Etiqueta	\$ 2.252,80	\$ 2.087,73	\$ 2.128,23	\$ 2.169,52	\$ 2.211,61	\$ 2.254,51	\$ 2.298,25	\$ 2.342,84	\$ 2.388,29	\$ 2.434,62	
Otros CF	\$ 737,22	\$ 472,43	\$ 474,71	\$ 477,04	\$ 479,40	\$ 481,82	\$ 484,28	\$ 486,78	\$ 489,34	\$ 491,95	
Energía eléctrica	\$ 126,72	\$ 117,43	\$ 119,71	\$ 122,04	\$ 124,40	\$ 126,82	\$ 129,28	\$ 131,78	\$ 134,34	\$ 136,95	
DEPRECIACION DE PASTEURIZADOR DE LECHE	\$ 350,50	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	\$ 355,00	
Mantenimiento	\$ 220,00	\$ 203,88	\$ 207,84	\$ 211,87	\$ 216,98	\$ 220,17	\$ 224,44	\$ 228,79	\$ 233,23	\$ 237,76	
TOTAL DE COSTO	\$ 144.929	\$ 138.934	\$ 142.050	\$ 145.240	\$ 148.506	\$ 151.849	\$ 155.272	\$ 158.776	\$ 162.364	\$ 166.037	
Gasto operacionales	\$ 19.692	\$ 13.679	\$ 14.120	\$ 14.577	\$ 15.049	\$ 15.538	\$ 16.043	\$ 16.567	\$ 17.108	\$ 17.669	
Gasto administrativo	\$ 14.124,00	\$ 13.246,05	\$ 13.664,93	\$ 14.097,07	\$ 14.542,86	\$ 15.002,76	\$ 15.477,20	\$ 15.966,84	\$ 16.471,56	\$ 16.992,45	
Gasto de publicidad	\$ 277,20	\$ 256,89	\$ 261,87	\$ 266,95	\$ 272,13	\$ 277,41	\$ 282,79	\$ 288,28	\$ 293,87	\$ 299,57	
Gasto de constitución	\$ 1.265,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Gasto de patente	\$ 176,00	\$ 176,00	\$ 193,60	\$ 212,96	\$ 234,26	\$ 257,68	\$ 283,45	\$ 311,79	\$ 342,97	\$ 377,27	
Gasto de adecuación	\$ 3.850,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total de gasto	\$ 19.692	\$ 13.679	\$ 14.120	\$ 14.577	\$ 15.049	\$ 15.538	\$ 16.043	\$ 16.567	\$ 17.108	\$ 17.669	
Total de costo y gasto	\$ 164.622	\$ 152.613	\$ 156.171	\$ 159.817	\$ 163.555	\$ 167.387	\$ 171.315	\$ 175.343	\$ 179.472	\$ 183.706	

7.14. Estado de resultado

Figura 59
Escenario moderado

EMPRESA "QUESOLACT" ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO MODERADO DEL AÑO 2025 AL 2034											7%
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
INGRESOS	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50	
Venta del Producto	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50	
COSTOS Y GASTOS	164.250,74	166.421,42	169.310,85	171.876,34	174.628,31	178.718,76	182.912,35	187.211,94	191.620,54	196.141,22	
Costos	141.722,86	148.877,65	152.216,25	155.633,87	159.132,51	162.714,19	166.380,99	170.135,07	173.978,62	177.913,89	
Costos Fijos	48.481,66	53.825,56	55.327,51	56.872,87	58.462,91	60.098,96	61.782,40	63.514,64	65.297,12	67.131,34	
Costos Variables	93.241,20	95.052,09	96.888,73	98.761,01	100.669,60	102.615,22	104.598,59	106.620,43	108.681,50	110.782,55	
Gastos Operacionales	22.527,88	17.543,77	17.094,61	16.242,47	15.495,80	16.004,58	16.531,35	17.076,87	17.641,93	18.227,34	
Gastos Administrativos	12.840,00	13.246,05	13.664,93	14.097,07	14.542,86	15.002,76	15.477,20	15.966,84	16.471,56	16.992,45	
Gasto de Publicidad	252,00	256,89	261,87	266,95	272,13	277,41	282,79	288,28	293,87	299,57	
Gasto de Constitución	1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Gasto de Patente	160,00	176,00	193,60	212,96	234,26	257,68	283,45	311,79	342,97	377,27	
Gasto de Depreciación	309,67	309,67	309,67	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	
Gasto de Adecuación	3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Útiles de Oficina	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16	195,47	
Suministro de Aseo y Limpieza	206,00	216,30	227,12	238,47	250,39	262,91	276,06	289,86	304,36	319,57	
Interes Pagado	3.984,22	3.206,57	2.298,51	1.238,16	-	-	-	-	-	-	
Utilidad Antes del Reparto	7.935,91	17.240,73	21.315,10	25.938,67	30.608,01	34.178,30	37.892,33	41.754,88	45.770,84	49.945,27	
Participación de Trabajadores 15%	1.190,39	2.586,11	3.197,26	3.890,80	4.591,20	5.126,75	5.683,85	6.263,23	6.865,63	7.491,79	
Utilidad Gravable	6.745,52	14.654,62	18.117,83	22.047,87	26.016,81	29.051,56	32.208,48	35.491,65	38.905,21	42.453,48	
Impuesto a la Renta 25%	1.686,38	3.663,66	4.529,46	5.511,97	6.504,20	7.262,89	8.052,12	8.872,91	9.726,30	10.613,37	
Utilidad Neta	5.059,14	10.990,97	13.588,38	16.535,90	19.512,61	21.788,67	24.156,36	26.618,74	29.178,91	31.840,11	

Figura 60
Escenario pesimista

EMPRESA "QUESOLACT" ESTADO DE RESULTADOS ECENARIO PESIMISTA DEL AÑO 2024 AL 2033											10%
Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
INGRESOS	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50	
Venta del Producto	172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50	
COSTOS Y GASTOS	178.423,03	181.309,19	184.532,48	187.439,73	190.541,56	194.990,18	199.550,45	204.225,45	209.018,40	213.932,61	
Costos	155.895,15	163.765,42	167.437,87	171.197,26	175.045,76	178.985,60	183.019,09	187.148,58	191.376,48	195.705,27	
Costos Fijos	53.329,82	59.208,12	60.860,26	62.560,15	64.309,20	66.108,86	67.960,85	69.866,10	71.826,83	73.844,47	
Costos Variables	102.565,32	104.557,30	106.577,61	108.637,11	110.736,56	112.876,74	115.058,45	117.282,47	119.549,65	121.860,81	
Gastos Operacionales	22.527,88	17.543,77	17.094,61	16.242,47	15.495,80	16.004,58	16.531,35	17.076,87	17.641,93	18.227,34	
Gastos Administrativos	12.840,00	13.246,05	13.664,93	14.097,07	14.542,86	15.002,76	15.477,20	15.966,64	16.471,56	16.992,45	
Gasto de Publicidad	252,00	256,89	261,87	266,95	272,13	277,41	282,79	288,28	293,87	299,57	
Gasto de Constitución	1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Gasto de Patente	160,00	176,00	193,60	212,96	234,26	257,68	283,45	311,79	342,97	377,27	
Gasto de Depreciación	309,67	309,67	309,67	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	
Gasto de Adecuación	3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Utiles de Oficina	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16	195,47	
Suministro de Aseo y Limpieza	206,00	216,30	227,12	238,47	250,39	262,91	276,06	289,86	304,36	319,57	
Interes Pagado	3.984,22	3.206,57	2.298,51	1.238,16	-	-	-	-	-	-	
Utilidad Antes del Reparto	-6.236,38	2.352,96	6.093,48	10.375,28	14.694,76	17.906,88	21.254,24	24.741,37	28.372,98	32.153,88	
Participación de Trabajadores 15%	-935,46	352,94	914,02	1.556,29	2.204,21	2.686,03	3.188,14	3.711,21	4.255,95	4.823,08	
Utilidad Gravable	-5.300,92	2.000,02	5.179,45	8.818,99	12.490,55	15.220,85	18.066,10	21.030,17	24.117,03	27.330,80	
Impuesto a la Renta 25%	-1.325,23	500,00	1.294,86	2.204,75	3.122,64	3.805,21	4.516,53	5.257,54	6.029,26	6.832,70	
Utilidad Neta	-3.975,69	1.500,01	3.884,59	6.614,24	9.367,91	11.415,64	13.549,58	15.772,62	18.087,77	20.498,10	

7.15. Flujo de caja

Figura 61
Escenario moderado

EMPRESA "QUESOLACT" FLUJO DE CAJA ESCENARIO MODERADO DEL AÑO 2025 AL 2034											7%
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
Venta del Producto		172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
COSTOS Y GASTOS		164.250,74	166.421,42	169.310,85	171.876,34	174.628,31	178.718,76	182.912,35	187.211,94	191.620,54	196.141,22
Costos		141.722,86	148.877,65	152.216,25	155.633,87	159.132,51	162.714,19	166.380,99	170.135,07	173.978,62	177.913,89
Costos Fijos		48.481,66	53.825,56	55.327,51	56.872,87	58.462,91	60.098,96	61.782,40	63.514,64	65.297,12	67.131,34
Costos Variables		93.241,20	95.052,09	96.888,73	98.761,01	100.669,60	102.615,22	104.598,59	106.620,43	108.681,50	110.782,55
Gastos Operacionales		22.527,88	17.543,77	17.094,61	16.242,47	15.495,80	16.004,58	16.531,35	17.076,87	17.641,93	18.227,34
Gastos Administrativos		12.840,00	13.246,05	13.664,93	14.097,07	14.542,86	15.002,76	15.477,20	15.966,64	16.471,56	16.992,45
Gasto de Publicidad		252,00	256,89	261,87	266,95	272,13	277,41	282,79	288,28	293,87	299,57
Gasto de Constitución		1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gasto de Patente		160,00	176,00	193,60	212,96	234,26	257,68	283,45	311,79	342,97	377,27
Gasto de Depreciación		309,67	309,67	309,67	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00
Gasto de Adecuación		3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utiles de Oficina		126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16	195,47
Suministro de Aseo y Limpieza		206,00	216,30	227,12	238,47	250,39	262,91	276,06	289,86	304,36	319,57
Interes Pagado		3.984,22	3.206,57	2.298,51	1.238,16	-	-	-	-	-	-
Utilidad Antes del Reparto		7.935,91	17.240,73	21.315,10	25.938,67	30.608,01	34.178,30	37.892,33	41.754,88	45.770,84	49.945,27
Participación de Trabajadores 15%		1.190,39	2.586,11	3.197,26	3.890,80	4.591,20	5.126,75	5.683,85	6.263,23	6.865,63	7.491,79
Utilidad Gravable		6.745,52	14.654,62	18.117,83	22.047,87	26.016,81	29.051,56	32.208,48	35.491,65	38.905,21	42.453,48
Impuesto a la Renta 25%		1.688,38	3.663,66	4.529,46	5.511,97	6.504,20	7.262,89	8.052,12	8.872,91	9.726,30	10.613,37
Utilidad Neta		5.059,14	10.990,97	13.588,38	16.535,90	19.512,61	21.788,67	24.156,36	26.618,74	29.178,91	31.840,11
(+) Depreciación		664,67	664,67	664,67	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00
(-) Capital de patgo		4.637,15	5.414,80	6.322,86	7.383,20	-	-	-	-	-	-
(-) Inversión corriente	-21.617,78										
(+) Inversión no corriente	-4.780,00										
Flujo operacional neto	-26.397,78	-3.972,48	-4.750,13	-5.658,19	-6.985,20	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00
Flujo de caja neto	-26.397,78	1.086,66	6.240,84	7.930,19	9.550,70	19.910,61	22.186,67	24.554,36	27.016,74	29.576,91	32.238,11

Figura 62
Escenario pesimista

EMPRESA "QUESOLACT"											10%
FLUJO DE CAJA											
ECENARIO PESIMISTA											
DEL AÑO 2025 AL 2034											
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS		172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
Venta del Producto		172.186,65	183.662,15	190.625,95	197.815,01	205.236,32	212.897,07	220.804,68	228.966,82	237.391,38	246.086,50
COSTOS Y GASTOS		178.423,03	181.309,19	184.532,48	187.439,73	190.541,56	194.990,18	199.550,45	204.225,45	209.018,40	213.932,61
Costos		155.895,15	163.765,42	167.437,87	171.197,26	175.045,76	178.985,60	183.019,09	187.148,58	191.376,48	195.705,27
Costos Fijos		53.329,82	59.208,12	60.860,26	62.560,15	64.309,20	66.108,86	67.960,65	69.866,10	71.826,83	73.844,47
Costos Variables		102.565,32	104.557,30	106.577,61	108.637,11	110.736,56	112.876,74	115.058,45	117.282,47	119.549,65	121.860,81
Gastos Operacionales		22.527,88	17.543,77	17.094,61	16.242,47	15.495,80	16.004,58	16.531,35	17.076,87	17.641,93	18.227,34
Gastos Administrativos		12.840,00	13.246,05	13.664,93	14.097,07	14.542,86	15.002,76	15.477,20	15.966,64	16.471,56	16.992,45
Gasto de Publicidad		252,00	256,89	261,87	266,95	272,13	277,41	282,79	288,28	293,87	299,57
Gasto de Constitución		1.150,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gasto de Patente		160,00	176,00	193,60	212,96	234,26	257,68	283,45	311,79	342,97	377,27
Gasto de Depreciación		309,67	309,67	309,67	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00
Gasto de Adecuación		3.500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Útiles de Oficina		126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	160,81	168,85	177,29	186,16	195,47
Suministro de Aseo y Limpieza		206,00	216,30	227,12	238,47	250,39	262,91	276,06	289,86	304,36	319,57
Interes Pagado		3.984,22	3.206,57	2.298,51	1.238,16	-	-	-	-	-	-
Utilidad Antes del Reparto		-6.236,38	2.352,96	6.093,48	10.375,28	14.694,76	17.906,88	21.254,24	24.741,37	28.372,98	32.153,88
Participación de Trabajadores 15%		-935,46	352,94	914,02	1.556,29	2.204,21	2.686,03	3.188,14	3.711,21	4.255,95	4.823,08
Utilidad Gravable		-5.300,92	2.000,02	5.179,45	8.818,99	12.490,55	15.220,85	18.066,10	21.030,17	24.117,03	27.330,80
Impuesto a la Renta 25%		-1.325,23	500,00	1.294,86	2.204,75	3.122,64	3.805,21	4.516,53	5.257,54	6.029,26	6.832,70
Utilidad Neta		-3.975,69	1.500,01	3.884,59	6.614,24	9.367,91	11.415,64	13.549,58	15.772,62	18.087,77	20.498,10
(+) Depreciación		664,67	664,67	664,67	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00
(-) Capital de patgo		4.637,15	5.414,80	6.322,86	7.383,20	-	-	-	-	-	-
(-) Inversión corriente	-21.617,78										
(+) Inversión no corriente	-4.780,00										
Flujo operacional neto	-26.397,78	-3.972,48	-4.750,13	-5.658,19	-6.985,20	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00	398,00
Flujo de caja neto	-26.397,78	-7.948,17	-3.250,11	-1.773,60	-370,96	9.765,91	11.813,64	13.947,58	16.170,62	18.485,77	20.896,10

7.16. Depreciación y amortización

Tabla 35

Depreciación y amortización

Cantidad	1
Costo	\$ 1.000,00
Costo Total	\$ 1.000,00
Valor de Desecho	\$ -
Total de Unidades por Vida Útil	\$ 708.892
Depreciación Anual	\$ 0,00141

Tabla 36

Depreciación

EMPRESA "QUESOLACT"				
DEPRECIACIÓN				
DEL 2025 AL 2034				
Período	Unidades Producidas	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor Neto
				\$ 1.000,00
2024	\$ 68.267	\$ 96,30	\$ 96,30	\$ 903,70
2025	\$ 68.837	\$ 97,10	\$ 193,40	\$ 806,60
2026	\$ 69.411	\$ 97,92	\$ 291,32	\$ 708,68
2027	\$ 69.991	\$ 98,73	\$ 390,05	\$ 609,95
2028	\$ 70.575	\$ 99,56	\$ 489,61	\$ 510,39

2029	\$	71.164	\$	100,39	\$	590,00	\$	410,00
2030	\$	71.758	\$	101,23	\$	691,22	\$	308,78
2031	\$	72.357	\$	102,07	\$	793,29	\$	206,71
2032	\$	72.961	\$	102,92	\$	896,22	\$	103,78
2033	\$	73.571	\$	103,78	\$	1.000,00	\$	-

Figura 63
Depreciación

EMPRESA "QUESOLACT"													
DEPRECIACIÓN													
DEL 2025 AL 2034													
Detalle	Costo	%	Vida Útil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pasteurizador de leche	\$ 1.000,00	10%	10	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
muebles de oficina	\$ 430,00	10%	10	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00
equipo de computo	\$ 800,00	3%	3	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67							
maquinaria	\$ 3.550,00			\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00
Refrigerador / cámara de frío	\$ 900,00	10%	10	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Moldes queseros perforados	\$ 400,00	10%	10	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Prensa para queso	\$ 750,00	10%	10	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Selladora al vacío	\$ 500,00	10%	10	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Total	\$ 5.780,00			\$ 664,67	\$ 664,67	\$ 664,67	\$ 398,00	\$ 398,00	\$ 398,00	\$ 398,00	\$ 398,00	\$ 398,00	\$ 398,00

Tabla 37

Meto francés

EMPRESA "QUESOLACT"					
AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO					
Método:	Francés				
Capital:	\$ 23.758,00				
Tasa de Interés:	16,77%				
Períodos:	4				
Períodos	Fecha Vencimiento	Dividendo	Intereses	Capital Pagado	Saldo de Capital
0					\$ 23.758,00
1		\$ 8.621,36	\$ 3.984,22	\$ 4.637,15	\$ 19.120,85
2		\$ 8.621,36	\$ 3.206,57	\$ 5.414,80	\$ 13.706,06
3		\$ 8.621,36	\$ 2.298,51	\$ 6.322,86	\$ 7.383,20
4		\$ 8.621,36	\$ 1.238,16	\$ 7.383,20	\$ -

7.17. Estado de situación inicial

Figura 64

Escenario moderado

EMPRESA "QUESOLACT" ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA ESCENARIO MODERADO DEL 2025 AL 2034												7%
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ACTIVOS	26.397,78	26.819,77	32.395,94	39.661,46	48.814,16	68.326,77	90.115,44	114.271,80	140.890,54	170.069,45	201.909,56	
Corriente	21.617,78	22.704,44	28.945,28	36.875,46	46.426,16	66.336,77	88.523,44	113.077,80	140.094,54	169.671,45	201.909,56	
Efectivo		1.086,66	7.327,50	15.257,68	24.808,39	44.718,99	66.905,66	91.460,02	118.476,76	148.053,67	180.291,78	
Inventario de producto terminado	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	
No Corriente	4.780,00	4.115,33	3.450,67	2.786,00	2.388,00	1.990,00	1.592,00	1.194,00	796,00	398,00	-	
Propiedad, Planta y Equipo	4.780,00	4.115,33	3.450,67	2.786,00	2.388,00	1.990,00	1.592,00	1.194,00	796,00	398,00	-	
Maquinarias	3.550,00	3.195,00	2.840,00	2.485,00	2.130,00	1.775,00	1.420,00	1.065,00	710,00	355,00	-	
Depreciación Acumulada	-	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	
muebles de oficina	430,00	387,00	344,00	301,00	258,00	215,00	172,00	129,00	86,00	43,00	-	
Depreciación Acumulada	-	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	
equipo de computo	800,00	533,33	266,67	-	-	-	-	-	-	-	-	
Depreciación Acumulada	-	266,67	266,67	266,67	-	-	-	-	-	-	-	
PASIVO	23.758,00	19.120,85	13.706,06	7.383,20	-	-	-	-	-	-	-	
Corrientes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Participación de Trabajadores 15%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Impuesto a la Renta 25%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
No Corriente	23.758,00	19.120,85	13.706,06	7.383,20	-	-	-	-	-	-	-	
Préstamo Bancario por Pagar	23.758,00	19.120,85	13.706,06	7.383,20	-	-	-	-	-	-	-	
PATRIMONIO	2.639,78	7.698,92	18.689,89	32.278,26	48.814,16	68.326,77	90.115,44	114.271,80	140.890,54	170.069,45	201.909,56	
Capital Social	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	
Utilidad Neta		5.059,14	10.990,97	13.588,38	16.535,90	19.512,61	21.788,67	24.156,36	26.618,74	29.178,91	31.840,11	
Utilidad Retenida			5.059,14	16.050,11	29.638,48	46.174,39	65.686,99	87.475,66	111.632,02	138.250,76	167.429,67	
Pasivo + Patrimonio	26.397,78	26.819,77	32.395,94	39.661,46	48.814,16	68.326,77	90.115,44	114.271,80	140.890,54	170.069,45	201.909,56	

Figura 65

Escenario pesimista

EMPRESA "QUESOLACT" ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA ESCENARIO PESIMISTA DEL 2025 AL 2034												10%
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ACTIVOS	26.397,78	17.784,94	13.870,16	11.431,89	10.662,94	20.030,85	31.446,48	44.996,06	60.768,68	78.856,46	99.354,56	
Corriente	21.617,78	13.669,61	10.419,49	8.645,89	8.274,94	18.040,85	29.854,48	43.802,06	59.972,68	78.458,46	99.354,56	
Efectivo		-7.948,17	-11.198,28	-12.971,88	-13.342,84	-3.576,93	8.236,71	22.184,28	38.354,91	56.840,68	77.736,78	
Inventario de producto terminado	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	21.617,78	
No Corriente	4.780,00	4.115,33	3.450,67	2.786,00	2.388,00	1.990,00	1.592,00	1.194,00	796,00	398,00	-	
Propiedad, Planta y Equipo	4.780,00	4.115,33	3.450,67	2.786,00	2.388,00	1.990,00	1.592,00	1.194,00	796,00	398,00	-	
Maquinarias	3.550,00	3.195,00	2.840,00	2.485,00	2.130,00	1.775,00	1.420,00	1.065,00	710,00	355,00	-	
Depreciación Acumulada	-	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	355,00	
muebles de oficina	430,00	387,00	344,00	301,00	258,00	215,00	172,00	129,00	86,00	43,00	-	
Depreciación Acumulada	-	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	43,00	
equipo de computo	800,00	533,33	266,67	-	-	-	-	-	-	-	-	
Depreciación Acumulada	-	266,67	266,67	266,67	-	-	-	-	-	-	-	
PASIVO	23.758,00	19.120,85	13.706,06	7.383,20	-	-	-	-	-	-	-	
Corrientes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Participación de Trabajadores 15%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Impuesto a la Renta 25%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
No Corriente	23.758,00	19.120,85	13.706,06	7.383,20	-	-	-	-	-	-	-	
Préstamo Bancario por Pagar	23.758,00	19.120,85	13.706,06	7.383,20	-	-	-	-	-	-	-	
PATRIMONIO	2.639,78	-1.335,91	164,10	4.048,69	10.662,94	20.030,85	31.446,48	44.996,06	60.768,68	78.856,46	99.354,56	
Capital Social	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	2.639,78	
Utilidad Neta		-3.975,69	1.500,01	3.884,59	6.614,24	9.367,91	11.415,64	13.549,58	15.772,62	18.087,77	20.498,10	
Utilidad Retenida			-3.975,69	-2.475,68	1.408,92	8.023,16	17.391,07	28.806,71	42.356,28	58.128,91	76.216,68	
Pasivo + Patrimonio	26.397,78	17.784,94	13.870,16	11.431,89	10.662,94	20.030,85	31.446,48	44.996,06	60.768,68	78.856,46	99.354,56	

7.18. Plan de inversión

Tabla 38

TMAR recurso propios

EMPRESA "QUESOLACT"	
TMAR RECURSO PROPIOS	
inflación	1,94%
tasa pasiva	8%
tasa de riesgo	14%
TMAR%	16,34%
Aporte de socios (40%)	\$ 10.559
total de inserción	\$ 26.398
Entidad financiera (60%)	\$ 15.839
% de recursos propios	40,00%
% de recurso de tercero	60,00%

Tabla 39

Recurso de terceros

recurso de terceros		
tasa pasiva		
entidad	tasa pasiva	tiempo
Banco BanEcuador	8,00%	5
Coop. Ahorro y Crédito	9%	1
Banco Guayaquil	9%	2

Tabla 40

Aporte de socios

EMPRESA "QUESOLACT" S.A.S.	
APORTE DE SOCIOS	
Bryan Alexander Casto Delgado	\$ 10.559,11
Total	\$ 10.559,11

Tabla 41*Fuentes externas/créditos*

EMPRESA "QUESOLACT" S.A.S.			
FUENTES EXTERNAS / CRÉDITOS			
Entidad	Segmento	TEA	Tiempo
Banco BanEcuador	Consumo	16,77%	5 años
Coop. Ahorro y Crédito	Microcrédito	19,50%	5 años
Banco Pichincha	Microcrédito	20,50%	5 años

7.19. Presupuesto**Tabla 42***Insumos*

EMPRESA "QUESOLACT"			
INSUMOS			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche	2,5	0,5	1,250
Sal	0,04	0,5	0,02
Cuajo	0,01	0,2	0,002
total			1,27

Tabla 43*Suministro*

EMPRESA "QUESOLACT"			
SUMINISTRO			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Envase PET (Paquete)	500	\$ 0,08	\$ 40,00
Etiqueta adhesiva	500	\$ 0,03	\$ 15,00
Total			\$ 55,00

Tabla 44*Menaje*

EMPRESA "QUESOLACT"			
MENAJE			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pasteurizador de leche	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL			\$ 1.000,00

Tabla 45*Menaje*

EMPRESA "QUESOLACT"			
MENAJE			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Moldes queseros perforados	20	\$ 20,00	\$ 400,00
Prensa para queso	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Refrigerador / cámara de frío	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Selladora al vacío	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Total			\$ 2.550,00

Tabla 46*Equipo de cómputo*

EMPRESA "QUESOLACT"			
EQUIPO DE COMPUTO			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora de escritorio	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Impresora	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total			\$ 800,00

Tabla 47*Muebles de oficina*

EMPRESA "QUESOLACT"			
MUEBLE DE OFICINA			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio administrativo	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla de oficina ergonómica	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Archivador metálico	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Total			\$ 430,00

Tabla 48*Útiles de oficina*

EMPRESA "QUESOLACT"			
ÚTILES DE OFICINA			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Resmas de papel A4	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Carpetas	15	\$ 1,20	\$ 18,00
Cuadernos	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Bolígrafos	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Grapadora	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Ganchos para grapas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Corrector	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Marcadores	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Archivadores plásticos	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Total			\$ 126,00

Tabla 49*Suministro de aseo y limpieza*

EMPRESA "QUESOLACT"			
SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA			
DEL 2025 AL 2034			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Detergente industrial	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Desinfectante (cloro / yodo)	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Alcohol antiséptico	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Jabón líquido	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Escobas	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Trapeadores	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Baldes	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Esponjas y cepillos	8	\$ 2,50	\$ 20,00
Paños de limpieza	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Guantes de limpieza	8	\$ 2,50	\$ 20,00
Total			\$ 206,00

7.20. Validación de las preguntas

Figura 66

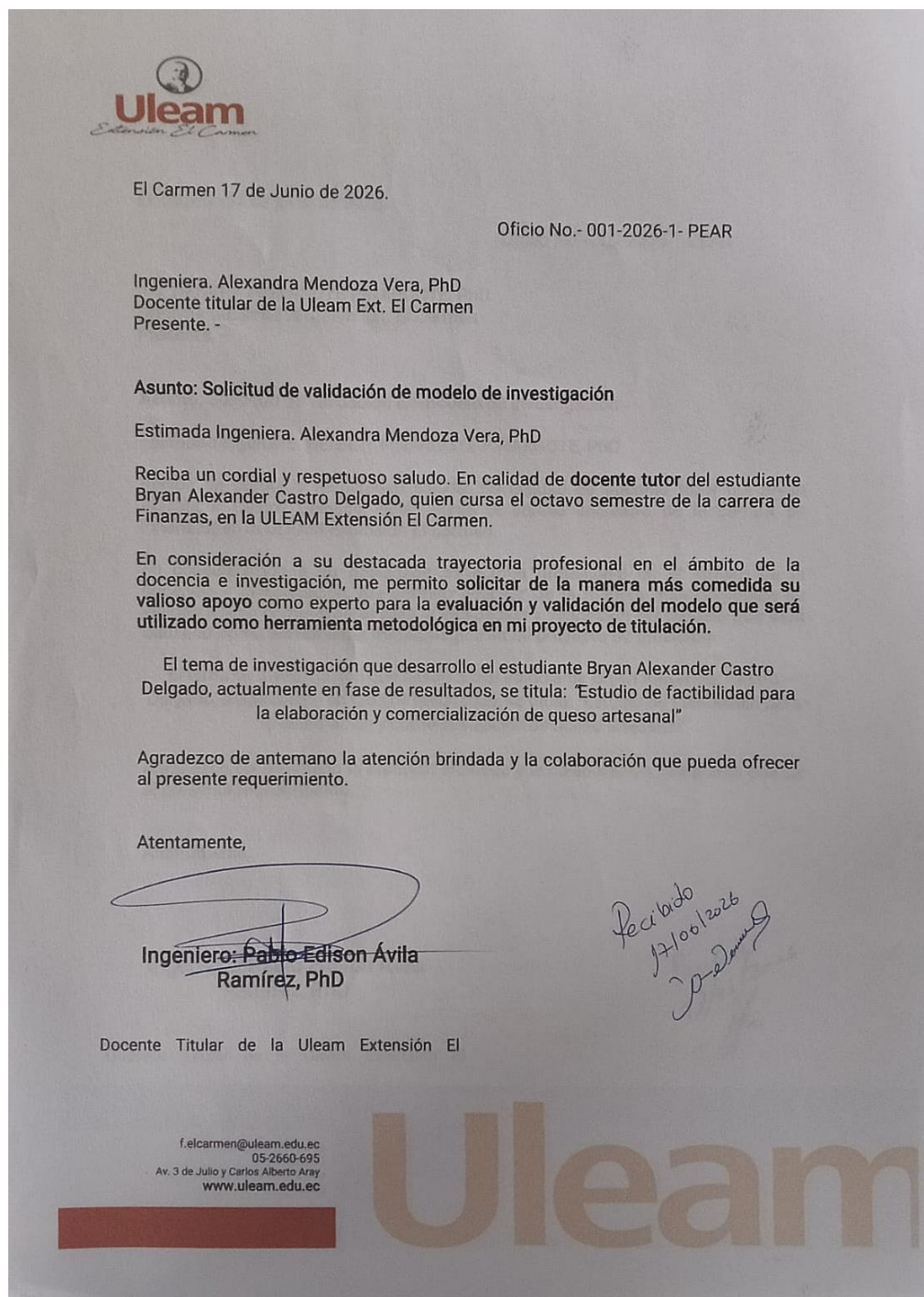


Figura 67

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

DATOS DEL EXPERTO

Información	Detalle
Nombre del experto	Alexandra Mendoza Vera, PhD
Título académico	Doctora en Ciencias Sociales Mención Gerencia
Institución donde labora	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Área de especialidad	Administración y Finanzas
Años de experiencia	20 años
Fecha de evaluación	1 de junio de 2026

TEMA:

Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de queso artesanal

OBJETIVO GENERAL:

Analizar este Estudio de factibilidad de la comercialización y producción de queso artesanal en el cantón el Carmen con el fin de determinar su efectividad técnica, económica y del mercado, para contribuir al fortalecimiento en el desarrollo en la producción local.

OBJETIVO DE LA VALIDACIÓN

Evaluar la pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de los ítems que conforman el instrumento de investigación, con la finalidad de determinar su validez de contenido para la recolección de información.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Utilice la siguiente escala de valoración:

Criterios	Detalle	Calificación
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	Las dimensiones tienen relación lógica con el indicador que está midiendo.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem son esenciales e importantes, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Figura 68

I. DATOS GENERALES

1. Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Otro

2. Edad:

- ☐ 25-35 años
- ☐ 36-45 años
- ☐ 46-55 años
- ☐ Más de 55 años

3. Tiempo de experiencia en investigación:

- ☐ 1-5 años
- ☐ 6-10 años
- ☐ 11-15 años
- ☐ Más de 15 años

II. VARIABLE INDEPENDIENTE: Estudio de Factibilidad

Dimensión 1: Hábitos de consumos

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Consume queso regularmente? • Sí • No				
2	¿Con qué frecuencia consume queso? • Diario				

Figura 69

	• Semanal • Quincenal • Raramente • No consumo queso				
--	---	--	--	--	--

Dimensión 2: Preferencia del consumidor

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Qué tipo de queso prefiere? • Fresco • Duro • Semiduro				
2	¿Dónde suele comprar queso? • Tiendas locales • Mercados populares • Supermercados • Compra directa a productores				

Dimensión 3: Viabilidad del mercado y aceptación

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Qué factores son más importantes al comprar queso? • Sabor • Precio • Frescura • Origen del producto • Empaque				

Figura 70

2	¿Qué tamaño de presentación prefiere?				
	• Menos de 1 lb • Entre 2 lb y 5 lb • Más de 6 lb				
3	¿Prefiere queso nacional o importado?				
	• Nacional • Importado • Indiferente				

III. VARIABLE DEPENDIENTE: Elaboración de queso artesanal

Dimensión 1: Valor percibido y fijación de precio

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 5 lb de queso fresco de calidad Premium? • Menos de \$10 • Entre \$11 y \$15 • Entre \$16 y \$20 • Más de \$20				

Dimensión 2: Canales de comercialización

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Qué canal de distribución preferiría para adquirir este queso? • Supermercados • Tiendas de productos gourmet				

Figura 71

	• Ventas en línea				

Dimensión 3: Mejora del producto y retroalimentación

N°	Ítems	Clarity	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Tiene alguna sugerencia sobre la presentación, precio o calidad del queso?				

DICTAMEN DEL EXPERTO

Dictamen	Marque con una X
Aplicable sin modificaciones	☒
Aplicable con modificaciones	☐
No aplicable	☐

FIRMA

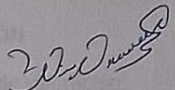
Información	Detalle
Nombre del experto	Dra. Alexandra Mendoza Vera, PhD
Firma	
Fecha	1 de junio de 2026

Figura 72

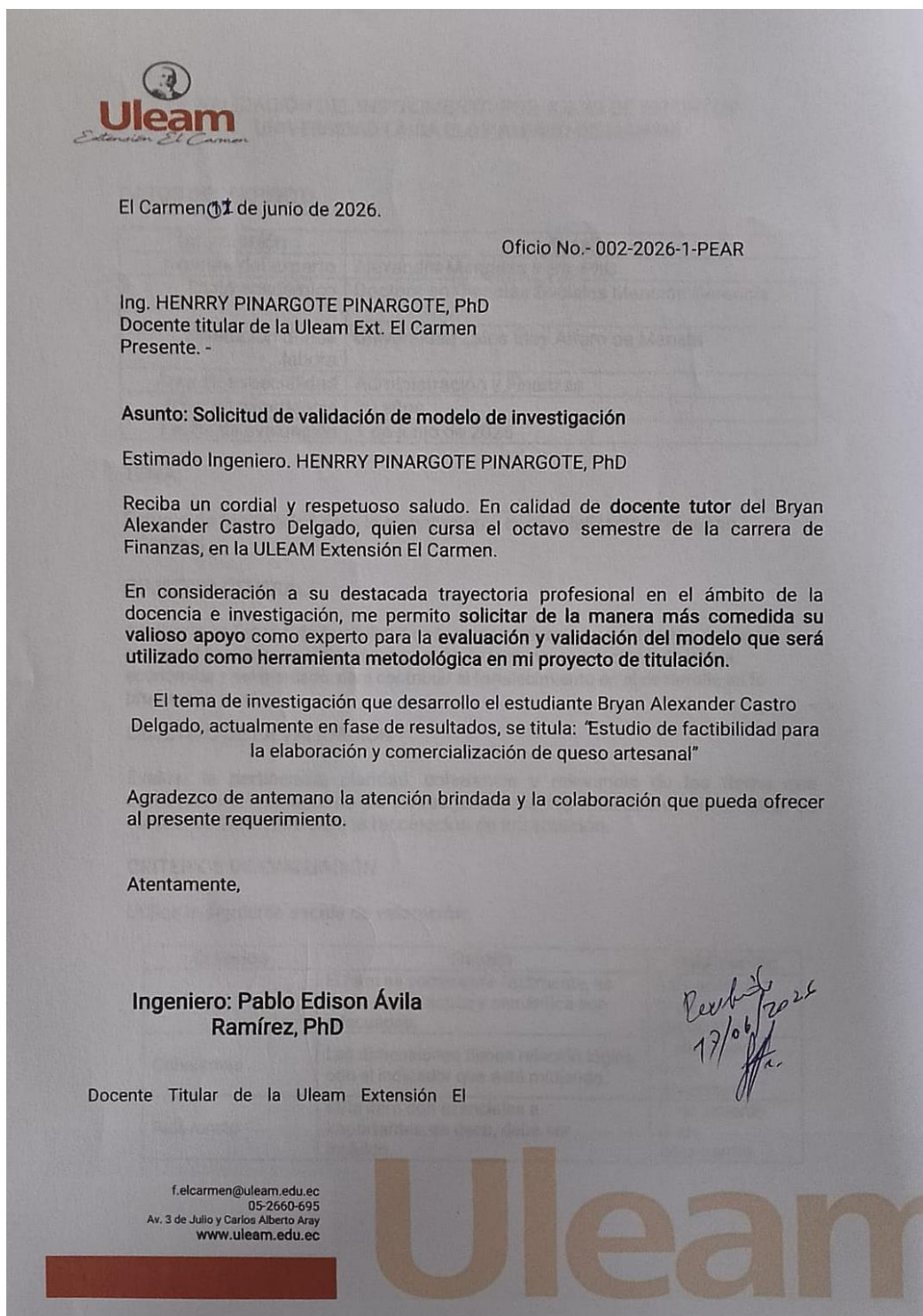


Figura 73

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS
UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

DATOS DEL EXPERTO

Información	Detalle
Nombre del experto	Henry Pinargote Pinargote, PhD
Título académico	Doctor en Ciencias Sociales Mención Gerencia
Institución donde labora	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Área de especialidad	Administración y Finanzas
Años de experiencia	20 años
Fecha de evaluación	1 de junio de 2026

TEMA:

Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de queso artesanal

OBJETIVO GENERAL:

Analizar este Estudio de factibilidad de la comercialización y producción de queso artesanal en el cantón el Carmen con el fin de terminar su efectividad técnica, económica y del mercado, para contribuir al fortalecimiento en el desarrollo en la producción local.

OBJETIVO DE LA VALIDACIÓN

Evaluar la pertinencia, claridad, coherencia y relevancia de los ítems que conforman el instrumento de investigación, con la finalidad de determinar su validez de contenido para la recolección de información.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Utilice la siguiente escala de valoración:

Criterios	Detalle	Calificación
Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	Las dimensiones tienen relación lógica con el indicador que está midiendo.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem son esenciales e importantes, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Figura 74

I. DATOS GENERALES

2. Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Otro

3. Edad:

- ☐ 25–35 años
- ☐ 36–45 años
- ☐ 46–55 años
- ☐ Más de 55 años

4. Tiempo de experiencia en investigación:

- ☐ 1–5 años
- ☐ 6–10 años
- ☐ 11–15 años
- ☐ Más de 15 años

II. VARIABLE INDEPENDIENTE: Factibilidad financiera

Dimensión 1: Hábitos de consumos

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Consume queso regularmente? • Sí • No				
2	¿Con qué frecuencia consume queso? • Diario				

Figura 75

	• Semanal • Quincenal • Raramente • No consumo queso				
--	---	--	--	--	--

Dimensión 2: Preferencia del consumidor

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Qué tipo de queso prefiere? • Fresco • Duro • Semiduro				
2	¿Dónde suele comprar queso? • Tiendas locales • Mercados populares • Supermercados • Compra directa a productores				

Dimensión 3: Viabilidad del mercado y aceptación

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Qué factores son más importantes al comprar queso? • Sabor • Precio • Frescura • Origen del producto • Empaque				

Figura 76

2	¿Qué tamaño de presentación prefiere?				
	• Menos de 1 lb • Entre 2 lb y 5 lb • Más de 6 lb				
3	¿Prefiere queso nacional o importado?				
	• Nacional • Importado • Indiferente				

III. VARIABLE DEPENDIENTE: Elaboración de queso artesanal

Dimensión 1: Valor percibido y fijación de precio

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 5 lb de queso fresco de calidad Premium? • Menos de \$10 • Entre \$11 y \$15 • Entre \$16 y \$20 • Más de \$20				

Dimensión 2: Canales de comercialización

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observación
1	¿Qué canal de distribución preferiría para adquirir este queso? • Supermercados • Tiendas de productos gourmet				

Figura 77

	• Ventas en línea				

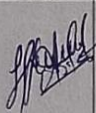
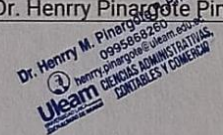
Dimensión 3: Mejora del producto y retroalimentación

N°	Ítems	Clarida	Coheren	Relevan	Observació n
1	¿Tiene alguna sugerencia sobre la presentación, precio o calidad del queso?				

DICTAMEN DEL EXPERTO

Dictamen	Marque con una X
Aplicable sin modificaciones	
Aplicable con modificaciones	
No aplicable	

FIRMA

Información	Detalle
Nombre del experto	Dr. Henry Pinargote Pinargote, PhD
Firma	 
Fecha	1 de junio de 2026

7.21. Anti plagio

Figura 78

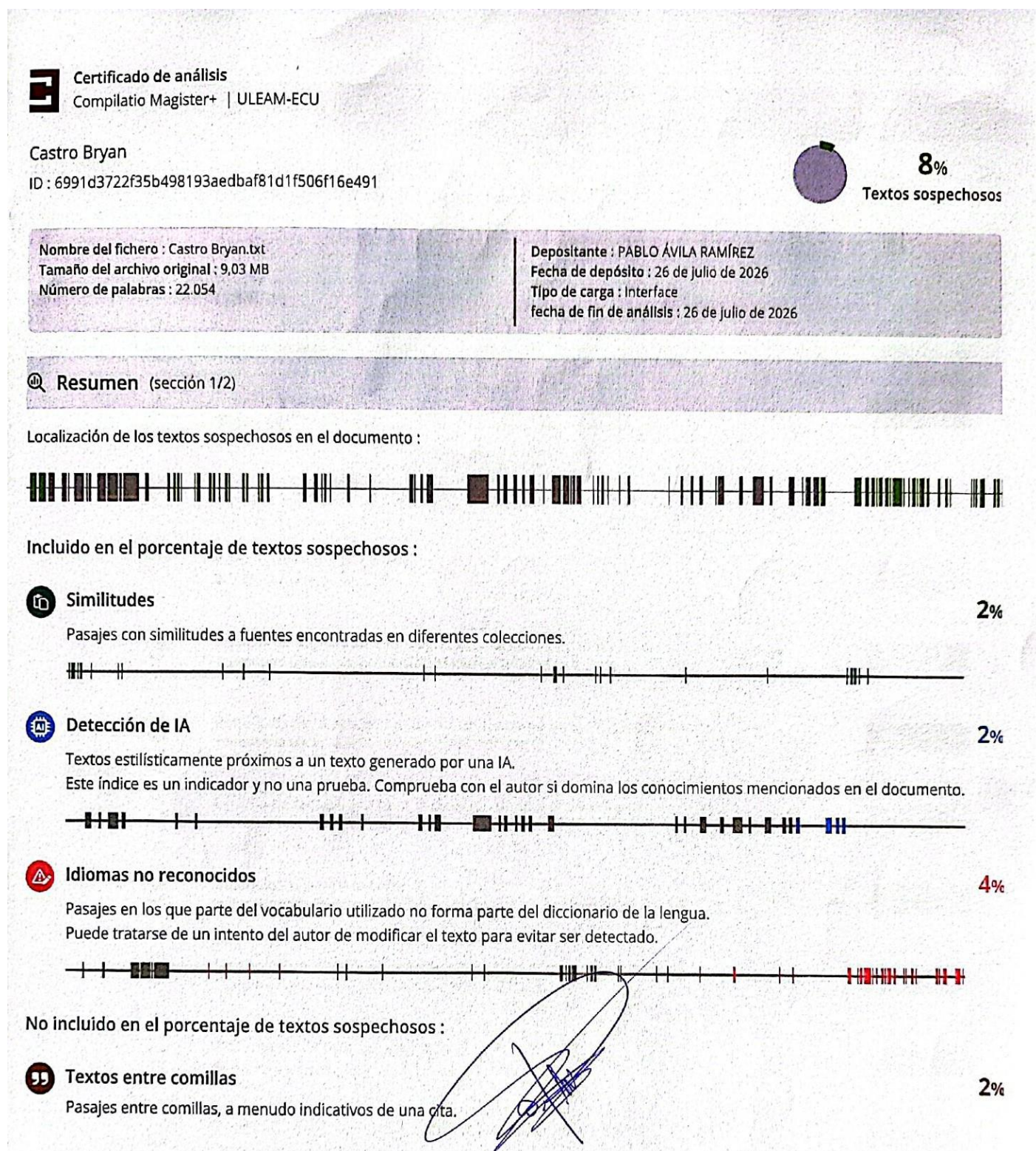


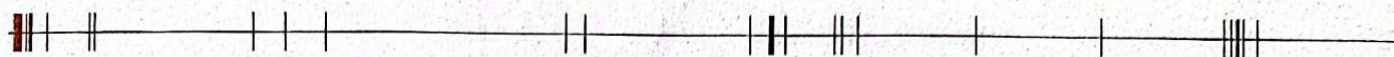
Figura 79

Fuentes de similitudes (sección 2/2)

Similitudes

2%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Fuente principal detectada

Nº		Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
1		Tesis Dorys Conza #1167bc Viene de de mi biblioteca	<1%	
2		repositorio.uleam.edu.ec repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/5168/1/ULEAM-AGRO-02... ↗	<1%	
3		Adrian Aray tesis 2025. #9a0bb8 Viene de de mi grupo	<1%	
4		Análisis de mercado y estrategias de marketing en el patio de... repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/10172 ↗	<1%	
5		Beneficios de la aplicación del protocolo de pediasuit en proceso... repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/5890 ↗	<1%	
6		Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa... repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10641 ↗	<1%	
7		polodelconocimiento.com polodelconocimiento.com/ojs/Index.php/es/article/download/9824/25892 ↗	<1%	
8		Diseño de un plan de gestión de calidad basado en buenas... repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/19292 ↗	<1%	
9		Documento de otro usuario #61022b Viene de de otro grupo	<1%	
12		Predicción del desempeño académico mediante IA y toma de... doi.org/10.70625/rice/855 ↗	<1%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

Nº		Descripciones
1		https://www.controlsanitario.gob.ec
2		https://www.sri.gob.ec/ley-de-regimen-tributario-interno
3		https://www.sri.gob.ec/codlgo-tributario
4		https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Figura 80

N°		Descripciones
6		https://www.trabajo.gob.ec/codigo-del-trabajo/
7		https://www.salud.gob.ec