



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

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PLANTA PRODUCTORA DE BEBIDA TRADICIONAL PÁJARO
AZUL, EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA EN EL CANTÓN
ECHEANDIA, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERIODO 2021-2025**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: KARINA ELIZABETH PAULLAN BORJA

DIRECTOR: ING. ÁNGEL BOLÍVAR BURBANO PÉREZ

Riobamba – Ecuador

2023

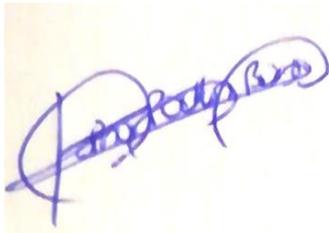
©2023, Karina Elizabeth Paullan Borja

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

Yo, Karina Elizabeth Paullan Borja, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 30 de enero del 2023

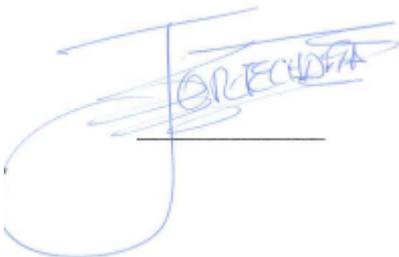
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Karina Elizabeth Paullan Borja', written in a cursive style.

Karina Elizabeth Paullan Borja

CI: 060485912-4

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA DE BEBIDA TRADICIONAL PÁJARO AZUL, EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA EN EL CANTÓN ECHEANDIA, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERIODO 2021-2025**, realizado por la señorita: **KARINA ELIZABETH PAULLAN BORJA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Jorge Luis Chafra Granda PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-01-30
Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-01-30
Lcdo. Hugo Santiago Trujillo Chávez ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-01-30

DEDICATORIA

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente. A mi madre porque que fue la única con una generosidad incomparable en guiarme durante el transcurso de mi camino por darme la vida, por amarme mucho, por confiar en mí; mi madre que supo abrir caminos en mi vida, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo siempre, todo esto que estoy viviendo ha sido posible gracias a ti. A los docentes que siempre me recuerdan, que placer ha sido conocerlos, gracias por valorarme tanto y por haber invertido tantas horas de su tiempo en mí.

Karina

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a todos aquellos que me han apoyado siempre durante mi carrera y vida estudiantil. A las autoridades de mi carrera de Finanzas por el apoyo durante los años de estudio, y llevar a cabo cada objetivo. Al Ing. Bolívar Burbano por su guía y sabiduría en este proyecto, muy agradecido por su espacio y tiempo. Al Ing. Santiago Trujillo por dedicarle tiempo en este proyecto, gracias por el apoyo brindado. A las autoridades del cantón Echeandía por su apertura para ejecutar mi proyecto. A mi prometido Dalton Pulgar por su apoyo constante y amor incondicional, mi compañero inseparable fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento agradecida eternamente. A mi familia, porque siempre han creído en mí dándome ejemplo de superación, humildad, y sacrificio enseñándome a valorar todo lo que tengo, porque han logrado en mí el deseo de superación y triunfo en la vida, a ellos mi eterno amor y gratitud. Al eterno Dios, gracias por permitirme brillar con su sabiduría.

Karina

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1	Planteamiento del problema	2
1.2	Limitaciones y delimitaciones.....	4
1.3	Problema general de investigación.....	5
1.4	Problemas específicos de investigación	5
1.5	Objetivos.....	5
1.5.1	<i>Objetivo general</i>	5
1.5.2	<i>Objetivos específicos</i>	5
1.6	Justificación del problema	6
1.6.1	<i>Justificación teórica</i>	6
1.6.2	<i>Justificación metodológica</i>	6
1.6.3	<i>Justificación práctica</i>	7

CAPÍTULO II

2	MARCO DE REFERENCIA.....	8
2.1	Antecedentes de investigación	8
2.2	Marco teórico	10
2.2.1	<i>¿Qué es un proyecto?</i>	10
2.2.2	<i>¿Qué es el Pájaro Azul?</i>	10
2.2.3	<i>¿Para qué sirve un proyecto?</i>	11
2.2.4	<i>Ciclo de vida de un Proyecto</i>	12
2.2.5	<i>Tipos de proyectos</i>	12
2.2.6	<i>Normativas INEN</i>	13
2.2.7	<i>Proyecto de inversión</i>	14

2.2.8	<i>¿Qué es un proyecto de factibilidad?</i>	14
2.2.9	<i>Tipos de estudio en un proyecto de factibilidad</i>	14
2.2.9.1	<i>Estudio de Mercado</i>	14
2.2.9.2	<i>Estudio técnico</i>	15
2.2.9.3	<i>Estudio administrativo</i>	15
2.2.9.4	<i>Estudio económico-financiero</i>	17
2.2.9.5	<i>Evaluación del proyecto</i>	17
2.2.10	<i>Punto de equilibrio</i>	18
2.2.11	<i>¿Qué es una empresa?</i>	18
2.2.12	<i>Clasificación de las empresas</i>	19
2.2.13	<i>¿Qué es el comercio?</i>	20
2.2.14	<i>Planta productora de bebida</i>	20
2.2.15	<i>Aguardiente Pájaro Azul</i>	20
2.2.16	<i>Industria de bebidas alcohólicas</i>	22

CAPÍTULO III

3	MARCO METODOLÓGICO	23
3.1	Enfoque de investigación	23
3.2	Nivel de investigación	23
3.3	Diseño de la investigación	24
3.4	Tipo de estudio-investigación	24
3.4.1	<i>Aplicada</i>	24
3.4.2	<i>Documental</i>	24
3.4.3	<i>De campo</i>	24
3.5	Población y muestra	25
3.5.1	<i>Población</i>	25
3.5.2	<i>Cálculo del tamaño de la muestra</i>	26
3.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	26
3.6.1	<i>Método</i>	26
3.6.2	<i>Técnicas</i>	27
3.6.2.1	<i>Encuesta</i>	27
3.6.3	<i>Instrumentos</i>	27
3.6.3.1	<i>Cuestionario</i>	27
3.7	Idea a defender	27
3.7.1	<i>Variable dependiente</i>	27
3.7.2	<i>Variable independiente</i>	27

CAPÍTULO IV

4	MARCO DE RESULTADOS	28
4.1	Análisis e interpretación de los resultados	28
4.1.1	<i>Análisis e interpretación.....</i>	<i>28</i>
4.1.2	<i>Discusión de los resultados.....</i>	<i>39</i>
4.1.3	<i>Validación de la idea a defender</i>	<i>39</i>

CAPÍTULO V

5	MARCO PROPOSITIVO.....	41
5.1	Propuesta.....	41
5.1.1	<i>Estudio de mercado.....</i>	<i>41</i>
5.1.1.1	<i>Entorno y perspectiva del mercado</i>	<i>41</i>
5.1.1.2	<i>Análisis de la demanda.....</i>	<i>42</i>
5.1.2.	<i>Demanda actual</i>	<i>42</i>
5.1.3	<i>Consumo de licor al año</i>	<i>42</i>
5.1.4	<i>Proyección de la demanda</i>	<i>42</i>
5.1.4.1	<i>Análisis de la oferta.....</i>	<i>43</i>
5.1.5.	<i>Competencia</i>	<i>43</i>
5.1.6.	<i>Proyección de la oferta.....</i>	<i>44</i>
5.1.7.	<i>Determinación de la Demanda Insatisfecha</i>	<i>45</i>
5.1.7.1	<i>Marketing mix.....</i>	<i>45</i>
5.1.7.2	<i>Producto</i>	<i>45</i>
5.1.7.3	<i>Marca.....</i>	<i>46</i>
5.1.7.4	<i>Empaque</i>	<i>46</i>
5.1.8.	<i>Etiqueta</i>	<i>46</i>
5.1.8.1.	<i>Envase con la etiqueta.....</i>	<i>47</i>
5.1.8.2.	<i>Precio.....</i>	<i>47</i>
5.2	Análisis administrativo	49
5.2.1	<i>Filosofía empresarial</i>	<i>49</i>
5.2.1.1	<i>Idea</i>	<i>49</i>
5.2.1.2	<i>Nombre de la empresa y logo.....</i>	<i>50</i>
5.2.1.3	<i>Explicación del logo.....</i>	<i>50</i>
5.2.1.4	<i>Eslogan.....</i>	<i>50</i>
5.2.1.5	<i>Visión.....</i>	<i>51</i>
5.2.1.6	<i>Objetivos de la planta productora.....</i>	<i>52</i>

5.2.1.7	<i>Valores</i>	53
5.2.1.8	<i>Estrategia genérica de negocio</i>	53
5.2.1.9	<i>Análisis FODA</i>	54
5.2.1.10	<i>Productos ofertados</i>	55
5.2.1.11	<i>Estructura organizacional</i>	56
5.2.1.12	<i>Análisis de cargos</i>	56
5.3	Análisis técnico	62
5.3.1	Localización	62
5.3.1.1	<i>Macro localización</i>	62
5.3.1.2	<i>Micro localización</i>	63
5.4	Estudio económico financiero	63
5.4.1	Inversión	64
5.4.2	Amortizaciones	65
5.4.3	Financiación	66
5.4.4	Devolución del financiamiento	67
5.4.5	Servicios	68
5.4.6	Gastos	69
5.4.7	Estado de resultados	71
5.4.8	Tesorería	73
5.4.9	Balance general	74
5.4.10	Análisis del balance, punto de equilibrio y rentabilidad	75
5.4.11	Evaluación del proyecto	78
5.4.12	Tasa interna de retorno y Valor actual neto	79
5.5	Estudio legal	80
5.5.1	Constitución legal	80
5.5.2	Registro del nombre comercial	81
5.5.2.1	<i>Registro del signo distintivo</i>	81
5.5.2.2	<i>Permisos</i>	82
	CONCLUSIONES	84
	RECOMENDACIONES	85
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Población.....	25
Tabla 2-3:	Segmentación	25
Tabla 3-3:	Calculo del tamaño de la muestra	26
Tabla 1-4:	Género	28
Tabla 2-4:	Estado Civil.....	29
Tabla 3-4:	Rango de Edad	30
Tabla 4-4:	Consumo de bebidas alcohólicas.....	31
Tabla 5-4:	Frecuencia de consumo	32
Tabla 6-4:	Lugares de compra	33
Tabla 7-4:	Disposición de probar el licor	34
Tabla 8-4:	Características del producto	35
Tabla 9-4:	Ocasiones o lugares de consumo.....	36
Tabla 10-4:	Disponibilidad de pago.....	37
Tabla 11-4:	Noticias sobre la producción del licor	38
Tabla 1-5:	Demanda proyectada	43
Tabla 2-5:	Producción de litros de empresas vinculadas a la fabricación de licor artesanal .	43
Tabla 3-5:	Oferta histórica.....	44
Tabla 4-5:	Proyección de la oferta.....	45
Tabla 5-5:	Demanda potencial insatisfecha	45
Tabla 6-5:	Misión	51
Tabla 7-5:	Visión	51
Tabla 8-5:	Análisis del Cargo del Gerente General	57
Tabla 9-5:	Análisis del Cargo del Departamento Financiero.....	58
Tabla 10-5:	Análisis del Cargo del Departamento Contable	59
Tabla 11-5:	Análisis del Cargo del Departamento de Talento Humano	60
Tabla 12-5:	Análisis de Cargo del Departamento Técnico	61
Tabla 13-5:	Inversiones	64
Tabla 14-5:	Activos Fijos	65
Tabla 15-5:	Amortizaciones	66
Tabla 16-5:	Amortización Acumulada	66
Tabla 17-5:	Financiación	67
Tabla 18-5:	Comparación de la Inversión.....	67
Tabla 19-5:	Cálculos Intermedios.....	67
Tabla 20-5:	Gastos Financieros	68

Tabla 21-5: Devolución Prestamos.....	68
Tabla 22-5: Ventas y Ingresos	68
Tabla 23-5: Periodo Medio De Cobro (Días)	69
Tabla 24-5: Costos de consumo.....	69
Tabla 25-5: Crédito de Proveedores	69
Tabla 26-5: Gastos Del Personal	70
Tabla 27-5: Gastos Del Personal (Años)	70
Tabla 28-5: Otros Gastos	71
Tabla 29-5: Otros Gastos (Años).....	71
Tabla 30-5: Cuenta de Resultados	72
Tabla 31-5: Saldo Inicial	73
Tabla 32-5: Balance General Proyectado	74
Tabla 33-5: Análisis Del Balance	75
Tabla 34-5: Punto De Equilibrio.....	75
Tabla 35-5: Rentabilidad Económica	76
Tabla 36-5: Rentabilidad Financiera.....	76
Tabla 37-5: Unidades Producidas	77
Tabla 38-5: Depreciación De Activos Fijos	78
Tabla 39-5: Flujo De Caja	79
Tabla 40-5: Tasa De Descuento.....	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2:	Flujograma de procesos.....	21
Ilustración 1-4:	Género	28
Ilustración 2-4:	Estado civil.....	29
Ilustración 3-4:	Rango de Edad.....	30
Ilustración 4-4:	Consumo de bebidas alcohólicas.....	31
Ilustración 5-4:	Frecuencia de consumo	32
Ilustración 6-4:	Lugar de compra.....	33
Ilustración 7-4:	Disposición de probar el licor.....	34
Ilustración 8-4:	Características del producto	35
Ilustración 9-4:	Ocasiones o lugares de consumo.....	36
Ilustración 10-4:	Disponibilidad de Pago.....	37
Ilustración 11-4:	Noticias sobre la producción del licor	38
Ilustración 1-5:	Envase del Producto	46
Ilustración 2-5:	Etiqueta del Producto	47
Ilustración 3-5:	Envase con Etiqueta	47
Ilustración 4-5:	Imagotipo.....	50
Ilustración 5-5:	Análisis FODA Fortalezas.....	54
Ilustración 6-5:	Análisis FODA Oportunidades.....	54
Ilustración 7-5:	Análisis FODA Debilidades	55
Ilustración 8-5:	Análisis FODA Amenazas	55
Ilustración 9-5:	Organigrama estructural.....	56
Ilustración 10-5:	Macro Localización Mapa de la Provincia de Bolívar	62
Ilustración 11-5:	Micro Localización del Cantón Echeandía.....	63
Ilustración 12-5:	Situación de la tesorería al final de cada año.....	73
Ilustración 13-5:	Punto de Equilibrio en Unidades Producidas	78

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN OBJETIVO

RESUMEN

El objetivo que se propuso en el presente trabajo de investigación fue elaborar un proyecto de factibilidad que permita implementar la creación de una planta productora de bebida tradicional “Pájaro Azul” en la parroquia la Dolorosa cantón Echeandía, periodo 2021-2025. La metodología que se desarrolló para llevar a cabo el proyecto de factibilidad fue a través de un enfoque cualitativo y cuantitativo con un nivel de investigación exploratorio y descriptivo, el diseño de la investigación fue no experimental y transversal, el tipo de estudio aplicado fue documental y de campo, el método que se empleó fue el deductivo que va de lo general a lo particular porque no se profundizó demasiado en la investigación. Los resultados que se obtuvieron mediante las encuestas y la propuesta fueron las siguientes: en cuanto a la aceptación de consumir el producto fue positiva, ya que el 86% de la población objetivo dijeron que si estarían dispuestos a probar el licor pájaro azul producido en la fábrica, en cuanto a los resultados arrojados por los estudios financieros, técnicos y administrativos demostraron que la puesta en marcha de la productora de bebida “Pájaro Azul” es viable y sostenible en el tiempo ya que, en el estudio administrativo se plantea una buena estructura organizacional definida, en el estudio técnico se demostró que tiene buena capacidad de planta y producción, y en el estudio financiero los resultados dieron viabilidad con un VAN = 34.986.97 dólares, la TIR= 37%, y el B/C= 2.10. Se concluye que este proyecto es rentable, viable y sostenible en el tiempo, por lo tanto, se recomienda invertir en el mismo con la aplicación de este proyecto de investigación.

Palabras clave: <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO TÉCNICO>, <ESTUDIO ADMINISTRATIVO>, <ESTUDIO FINANCIERO>, <PROYECTO DE VIABILIDAD>.



28-02-2023

0409-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The objective proposed in this research work was to develop a feasibility project to implement the creation of a production plant for the traditional drink "Pájaro Azul" in La Dolorosa parish of Echeandía canton, period 2021-2025. The methodology applied to carry out the feasibility project was through a qualitative and quantitative approach with an exploratory and descriptive level of research. The research design was non-experimental and cross-sectional. The type of study applied was documentary and field study. The method used was the deductive method that goes from the general to the particular because it did not go too deep into the investigation. The results obtained through the surveys and the proposal were the following: the acceptance of consuming the product was positive, since 86% of the target population said that they would be willing to try Pájaro azul liquor produced in the factory; the results of the financial, technical and administrative studies showed that the start-up of "Pájaro Azul" beverage production company is viable and sustainable over time, because the administrative study proposes a well-defined organizational structure; the technical study showed that it has a good plant and production capacity, and in the financial study was showed viability with an NPV = 34. 986, 97 dollars, a IRR= 37%, and B/C= 2.10. It is concluded that this project is profitable, viable and sustainable over time, therefore, it is recommended to invest in it with the implementation of this research project.

Keywords: <MARKET STUDY>, <TECHNICAL STUDY>, <ADMINISTRATIVE STUDY>, <FINANCIAL STUDY>, <FEASIBILITY PROJECT>.



Lcda. Silvia Narcisa Cazar Costales
0604082255

INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Integración Curricular “Proyecto de Factibilidad para la creación de una planta productora de bebida tradicional “Pájaro Azul” en la parroquia la Dolorosa cantón Echeandía”. Su objetivo principal es determinar la factibilidad del proyecto; el trabajo se divide en capítulos que se detallan a continuación.

Capítulo I: Planteamiento del problema: se detallan el problema de investigación, la formulación del problema, la sistematización del problema; los objetivos tanto general como los objetivos específicos, y por último la justificación del problema; la justificación teórica, metodológica y práctica.

Capítulo II: Marco Teórico Referencial: se detallan los antecedentes de investigación; el marco teórico y el marco conceptual; para el marco teórico y conceptual se consultaron varios documentos relacionados directamente con el tema, revisándose diversas fuentes bibliográficas para contar con argumento teórico en el desarrollo de la investigación.

Capítulo III: Marco metodológico: aquí se detallan el enfoque de investigación, el nivel de investigación, el diseño de la investigación, el tipo de estudio, la población y muestra, los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, por último se detallan los resultados de la investigación; para ello se seleccionaron y revisaron los hechos que tengan relación entre sí, para posteriormente definir qué tipos, métodos, estrategias e instrumentos de investigación eran los más aptos para poder conseguir la mayor cantidad de información posible.

Capítulo IV: Marco de resultados e interpretación de los resultados: en este capítulo se realiza el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a la población objeto de estudio.

Capítulo V: Marco propositivo: en este capítulo se detallan todos los aspectos relacionados a la puesta en marcha del proyecto como lo son los 4 estudios que se deben hacer en un proyecto para saber si es factible o no su creación; estos estudios son: el estudio administrativo, el estudio técnico, el estudio de mercado y el estudio económico-financiero.

Conclusiones y Recomendaciones: Una vez culminado el Trabajo de Integración Curricular tenemos las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Un proyecto de inversión se puede describir como un plan que, mediante la asignación de una cierta cantidad de capital y proporcionando varios tipos de inversiones, podrá producir bienes o servicios útiles para la humanidad y la sociedad en su conjunto, los últimos datos disponibles del Banco Central del Ecuador, las bebidas en nuestro país tienen una oferta total de aproximadamente 3.529 millones de dólares americanos, desde el 2007 a la fecha la oferta ha crecido un 2,0% anual. 2018. En este mercado, las bebidas alcohólicas son el segmento más importante con una participación de mercado promedio del 61% del valor de mercado de estas bebidas en términos de volumen y moneda (2007-2018) (Web Editor, 2020).

La Asociación Ecuatoriana de Productores de Alcohol (Adile) comercializa anualmente en el país 2.500.000 cajas de vino de caña de azúcar. Azuay abastece el 70% de la producción La industria del alcohol representa el 75% de la participación actual del mercado de bebidas alcohólicas, con importantes mercados internacionales como India, China, Brasil, Rusia, Alemania, México y Estados Unidos. China es el principal productor de vino artesanal con 448 millones de hectáreas en 2016, seguido de Estados Unidos 221 millones de hectáreas (Deloitte, 2017).

Las actividades industriales en la producción de vino aromatizado en el Cantón de Guaranda están relacionadas con la producción manual, la falta de tecnología y el equipo utilizado es deficiente, lo que se traduce en un bajo rendimiento y altos costos de producción, y que generalmente son causados por factores como la escasez de materia prima. Los escasos recursos económicos y bajo nivel de conocimiento sobre los beneficios de implementar y seguir estándares de salubridad sobre la producción artesanal, dan como resultado productos de baja calidad y baja fiabilidad en cuanto a su origen de producción.

Analizando el desarrollo económico local, aprovecharemos las ventajas de la producción de vino de caña de azúcar en la región para establecer como proyecto prioritario una planta de producción, comercialización y envasado de “pájaro azul” en la Parroquia la Dolorosa. El proyecto puede brindar la oportunidad de abrir nuevas fuentes de trabajo encaminadas a mejorar el nivel de vida de la población, reducir la migración.

El licor de Pájaro Azul nace como un legado de las expresiones culturales y culinarias de Guaranda, el Pájaro Azul es una bebida común y corriente buscada por muchos dentro del denominado Carnaval, es por ello que una de las tradiciones del cantón es la festiva Echeandía, que conforma la "fiesta del cumpleaños del alcalde" de la metrópoli y provincia, es conocida por la expresión cultural de esta tradición popular, aun cuando, mientras duran las fiestas de colonización, el Desfile Ciudadano, un soberbio encanto que se realiza todos los años, atrae a propios y extraños a confluír en el lugar para vivir en su eventos.

El carnaval que se celebra en febrero convierte a esta ciudad en una de las más visitadas por turistas tanto nacionales como extranjeros. Hay muchos ejércitos antes del juego, bailes tradicionales y un ambiente de carnaval con agua, linajes, cariocas, huevos, además de comida y licores especiales llamados Pájaro Azul (Red, 2018).

Esta bebida alcohólica en Ecuador se produce en las regiones de Bolívar, Azuay, Manabí, Guayas, El Oro. Hace unos 100 años, la producción y consumo de esta bebida comenzó a extenderse a otras provincias. Este alcohol se considera de contrabando y no hay venta libre. Los fabricantes debían entregar a Estanco entre 2.000 y 3.000 litros para la elaboración de otras bebidas. Luego se introdujo la venta libre en los años 70, como se empezó a extender el pájaro azul, se le llamó primero anís, luego caldo de pollo, luego muslos de res y un vino llamado puntas por eso, porque es muy fuerte, conteniendo 80 grados de alcohol, Es tradicional el licor Pájaro Azul, típico de la región central del país; éste es un destilado de la caña de azúcar fermentada y su peculiar nombre es debido a su color azulado. (Avilés, 2013: 45-50)

Para desarrollar las posibilidades de producción a partir de los recursos de este sector, es necesario tomar medidas para promover el empleo y la actividad económica, el 70% del mercado real trascendental de los licores es suministrado por empresas de la provincia de Bolívar y Azuay, Licor Bolivarense, Asociación, Embotelladora Azuaya, Universal y Ron San Miguel.

En Ecuador, el consumo de bebidas espirituosas permite la creación de una industria que mantiene una tendencia creciente en el tiempo, facilitando que nuevos productos encuentren un lugar en este mercado, y el reemplazo será el vino aromatizado. En este caso, los licores de sabores son una tradición en Guaranda, pues las ventajas del clima y las materias primas, así como las frutas y los caldos locales, hacen de la producción de licores un vehículo para microempresas. Azuay y Bolívar proporcionan con el 70% de esa producción (Avilés, 2013: 21-35). Cada caja domina nueve litros de licor, es la medida con la que se cuantifica el número de cajas a nivel mundial. Las cajas suelen dominar 12 botellas de 750 centímetros cúbicos o 24 botellas de 375 centímetros cúbicos.

Una botella de 750 centímetros cúbicos se mercantiliza en el mercado en un promedio de \$6; sin embargo, un litro de aguardiente elaborado de manera artesanal tiene un costo de \$1,50. El precio del de licor artesanal que se genera en las trituraciones depende de la cantidad alcohólica y de la temperatura a la que se alcanzó la destilación al calentar la chicha en los alambiques. Otros productos que se comercializan a ciudades como Quito, Guayaquil o Manta en grandes cantidades son: la tagua y cascarilla (Katherin, Rivera, 2016).

Algunas provincias, en especial Bolívar, actualmente cuentan con licores que identifican a la región, como Pájaro Azul, Corbel, Punta, que ha cobrado fuerza en la región, complementada con una consolidada industria de comercio de alcohol, o los llamados "ingenios tradicionales". Como parte del análisis se puede concluir que el mercado de las bebidas espirituosas aún está abierto al desarrollo y existen productos innovadores que permiten a la industria integrarse cada vez más responsablemente a la sociedad.

Ante lo mencionado, se considera que la investigación debe encontrarse principalmente el estudio de producción y comercialización de la bebida tradicional denominada Pájaro Azul en el Cantón Echeandía, debido a que es la zona más característica en la producción de la bebida.

1.2 Limitaciones y delimitaciones

Limitaciones:

La planta productora de Pájaro Azul estará ubicada en el cantón Echeandía de la provincia de Bolívar.

Delimitaciones:

Área: Social

Campo de acción: Emprendimientos

Institución: Planta productora de Pájaro Azul

País: Ecuador

Provincia: Bolívar

Cantón: Echeandía

Parroquia: Dolorosa

1.3 Problema general de investigación

¿Es factible la creación de una empresa productora de la bebida alcohólica tradicional denominada Pájaro Azul en el cantón Echeandía - Provincia Bolívar?

1.4 Problemas específicos de investigación

¿Cuál es el grado de reconocimiento social de la bebida artesanal “Pájaro Azul” en el cantón Echeandía?

¿De qué manera interviene un proyecto de factibilidad en la creación de una planta productora de bebida tradicional “Pájaro Azul”?

¿Qué correspondencia posee el estudio de mercado, administrativo y técnico en la creación de una planta productora de bebida tradicional “Pájaro Azul”?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Elaborar un proyecto de factibilidad que permita implementar la creación de una planta productora de bebida tradicional “Pájaro Azul” en la parroquia la Dolorosa cantón Echeandía, periodo 2021-2025.

1.5.2 Objetivos específicos

- Considerar la información teórica que sustentará la realización del presente proyecto de factibilidad para la creación de una planta productora de bebida tradicional “Pájaro Azul”.
- Realizar un estudio de mercado, técnico, administrativo legal, y financiero de la factibilidad de creación de una planta productora de bebida tradicional.
- Desarrollar estrategias para su adecuada comercialización basándose en la normativa legal de la bebida.

1.6 Justificación del problema

En este contexto se quiere incrementar la producción de licor artesanal, o más comúnmente conocidos como licores de colores y sabores, no solo a partir del consumo de bebidas espirituosas, sino también como elemento esencial de la cultura bolivariana, este proyecto tiene como objetivo establecer una fábrica de licor de pájaro azul en la parroquia la Dolorosa, cantón Echeandía, Provincia de Bolívar, mejorando así la comercialización del brebaje artesanal y generando ingresos económicos para las familias parroquiales.

Debido a la falta de registro sanitario y la falta de control técnico en la regulación del grado de alcohol etílico, hicieron que la bebida fuera desagradable y prohibida para el consumo humano, lo que generó un problema económico para la comunidad de productores, los cuales tenían una forma generar ingresos sin perder la forma tradicional de la producción de “Pájaro Azul”.

1.6.1 Justificación teórica

La ciudad de Guaranda tiene una larga tradición en la producción de alcohol, cosecha de caña de azúcar en la provincia de Bolívar, ingenios y elaboración de bebidas alcohólicas, que es uno de los sectores manufactureros de mayor desarrollo. Más vinos como el pájaro azul, la pata de vaca o el poco conocido mistelas son casi un símbolo de estatus de Bolívar. (Baquerizo, 2017)

Este estudio tiene una base teórica, ya que, toma en cuenta conceptos y opiniones de diferentes fuentes de información, tanto primarias como secundarias, para mejorar y confirmar el conocimiento de lo que es un proyecto viable, de todas sus funciones y características, para saber si es posible una inversión de capital, o es mejor buscar otras oportunidades de inversión.

1.6.2 Justificación metodológica

El estudio se realizará en la ciudad de Guaranda y se enfocará en recopilar información sobre el estado de la demanda del producto y sus diversas formas de comercialización, esta investigación utilizará métodos deductivos, analíticos, cuantitativos, cualitativos e inductivos, que permitirán un análisis más objetivo de las variables latentes, utilizando métodos y herramientas para recopilar datos precisos para formular soluciones a los problemas.

Para el presente trabajo de investigación se han utilizado diversos métodos, técnicas y herramientas, lo que permitió utilizar métodos de investigación tanto cualitativos como cuantitativos, ya que los resultados obtenidos se presentan en porcentajes y números, los cuales

son de nivel de investigación. investigación y autodescubrimiento ya que el descriptivo redactará un trabajo de campo, el diseño de investigación será no experimental y transversal, ya que no se encontrarán hipótesis, se utilizarán métodos de investigación, documental y trabajo de campo, ya que la investigación será llevada a cabo exactamente dónde está el problema. El uso del método será deductivo de lo general a lo específico.

1.6.3 Justificación práctica

Se explorará la riqueza, diversidad de la historia y la preparación que se encuentran en el cultivo de la caña de azúcar, para el desarrollo del potencial proyecto de la fábrica de bebidas “Pájaro Azul”, primero es necesario identificar el grupo objetivo al que se dirigirá el consumo y comercialización de bebidas, determinando así el impacto de la bebida en el mercado.

El estudio actual está prácticamente justificado, debido que al final se podrá saber si la empresa requiera la inversión prevista en este proyecto para iniciar la producción y venta de la bebida alcohólica llama “Azulejo”, donde se comprobará técnicamente si los datos teóricos obtenidos generan un impacto positivo o negativo, para continuar invirtiendo en dicho proyecto.

CAPÍTULO II

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 Antecedentes de investigación

Documento 1

Título: Exámenes del origen y diversidades del licor artesanal Pájaro Azul y el dispendio en la ciudad de Guayaquil.

Autor: Janet Escobar Baquerizo

Año de Publicación: 2017

Resumen:

El objetivo del estudio fue conocer una bebida artesanal típica transmitida de generación en generación de una de las provincias más pequeñas del país, como es Bolívar, y en especial de los estados de Guaranda y Caluma, que se consumen regularmente. El carnaval es la celebración más grande, se presentan bailes, comidas tradicionales, disfraces, música y cantos y es definitivamente un atractivo turístico y cultural. El afán por preservar esta bebida y sus tradiciones es sin duda nuestra mayor preocupación, y es aquí donde entra en juego la conciencia conservacionista y el análisis del origen y composición del Aguardiente “Pájaro Azul”. Con el fin de determinar la identidad y especies de aves azules Aguardiente, se utilizó un enfoque de investigación cualitativa utilizando métodos de entrevista y cuestionarios para obtener una comprensión más profunda del origen y la taxonomía para comprender el estado de esta práctica agrícola. (Baquerizo, 2017)

Documento 2

Título: “La Coincidencia y preferencia del Licor artesanal o conocido como Pájaro Azul, adquisición de Personas de 18 años en adelante en el interior de las diferentes ciudades de la Provincia de Bolívar en los años 2015”

Autor: Katherin Rivera

Año de Publicación: 2016

Resumen:

En nuestro país, las provincias de la costa y la sierra del Ecuador han sido transmitidas de generación en generación y consumidas en rituales populares, variantes, tradiciones y hogares. El deseo de preservar el significado tradicional detrás de su sabor y carácter se ve eclipsado por la falta de estrategia de marketing, calidad y estándares técnicos necesarios para garantizar la calidad del producto. Para responder a esta pregunta, el objetivo de este estudio fue identificar pájaros de alcohol analizando su influencia en las decisiones de compra de los jóvenes para crear una marca de alcohol que ayude a diferenciarlo de otros productos y mejorar su comercialización. Se utilizan

métodos de investigación cualitativos y cuantitativos para caracterizar la creación de identidad, cuyos resultados se presentan como conclusiones para el desarrollo y uso de la marca. Su compatibilidad se basa en el concepto, la necesidad, el significado, el significado, el color, el estilo y la fuente. sucedió antes. (Katherin, Rivera, 2016)

Documento 3

Título: Identificación del proceso manual de la bebida alcohólica común denominada bluebird en la Diócesis reglamentada de la Provincia de Bolívar.

Autor: Delly Stefania Alarcón Alarcón

Año de Publicación: 2017

Resumen:

Este trabajo evaluó la producción de la bebida alcohólica "Pájaro Azul" en la parroquia de Regulo de Mora, estado de São Miguel, y se pidió a doce productores que recopilaran información sobre esta bebida alcohólica de producción local. Luego se analiza en un laboratorio. Los fabricantes producen bebidas alcohólicas con un pH de 3,81 a 5; Brix de 1,40 a 17,5 Brix; Turbidez 1,83 y 18,02 NTU; Conductividad de 52,87 a 83,57 US/cm; nuestro nivel de alcohol es un total de 39.33 y 54.5°C; mg/litro Después de recolectar los ingredientes utilizados y las cantidades de los fabricantes de bebidas alcohólicas antes mencionados, la fórmula se estandariza y luego se produce en el laboratorio con el objetivo de determinar la calidad de la bebida alcohólica (Blue Bird), luego el análisis físico de la bebida da el seguimiento. valor; pH 4,22; Brix 19,01°brix; turbidez 0,59 UNT; Conductividad 3,9 us/cm; Concentración de alcohol 39,93 °GL; Sólidos totales 2,02 mg/L (Alarcón Alarcón & Quishpe Yanchaliquin, 2017).

Documento 4

Título: Duración De Elaboración del Licor Pájaro Azul, para cristianizar en producto exportable con esquemas de calidad

Autor: Diana Abad

Año de Publicación: 2013

Resumen:

El objetivo justo de este objetivo es desarrollar un plan para mejorar el proceso de producción del vino Blue Bird, convirtiéndolo en un producto exportable con estándares de calidad. En la región de Echeandía, que tiene un gran potencial, se han realizado estudios de campo con el objetivo de mejorar los procesos productivos en la industria de cultivo del azulejo. El objetivo del proyecto es promover la producción y exportación de este vino, ya que promoverá los negocios en la región; promoverá la búsqueda de mejoras en el proceso productivo para la elaboración de vinos de alta calidad; le dará sentido e importancia a la elaboración de esta bebida de Trascendencia, ya que es un símbolo de la cultura de la región y del pueblo ecuatoriano; se puede considerar una idea

exportable internacionalmente, sería un gran honor poder llevar este producto al mercado internacional y ser parte del arraigo cultural en países extranjeros (Abad Revelo, 2013).

2.2 Marco teórico

2.2.1 *¿Qué es un proyecto?*

Un proyecto es un desafío para crear un solo producto o servicio, cada proyecto tiene resultados esperados, plazos y un presupuesto limitado, como resultado del proyecto se logra un producto o servicio aparte que no se ha hecho antes. Sin embargo, el proyecto definitivamente requiere tareas repetitivas (Editorial Vértice, 2018, p. 2). El proyecto sigue una serie de etapas con el fin de lograr el objetivo planteado de lograr cada etapa e implementarla posteriormente en los sectores social, comercial, educativo y otros.

2.2.2 *¿Qué es el Pájaro Azul?*

Los licores aromatizados tienen un aroma y sabor únicos, tienen un sabor cautivador con frutas que se producen en la región, como el plátano y la naranja, son productos que armonizan con los ingredientes utilizados en su preparación, son originales y fáciles de mezclar con refrescos u otras bebidas, un aguardiente del departamento de Bolívar, toma su nombre de una expedición que los pobladores realizaron en 1937 para cazar el “pájaro azul” que sobrevolaba la ciudad, el llamado pájaro azul, que parecía un avión azul sobrevolando la ciudad.

Durante el viaje, los hombres bebieron unas rebanadas de panel y unas botellas de hinojo, pensaron que su expedición asustó al “pájaro azul” y comenzaron a celebrar: “pájaro azul”, vino artesanal de aquella época. del nombre de Guaranda. Esta bebida original, tradicional y artesanal ha representado a la provincia a lo largo de los años, pero la falta de identidad comercial ha mermado su legado en la categoría, reduciendo las ventas de la bebida. Y ese consumo ha caído a niveles muy bajos, por lo que los fabricantes y minoristas han mantenido la economía estable y, por lo tanto, sufren.

El famoso “pájaro azul” está disponible en sabor suave, morado y alto contenido de alcohol, elaborado con frutas y cachaza con anís estrellado, baquetas y hojas de naranja. Las hojas de naranja le dan un color azul. Este vino es típico de Echeandía porque se distribuye en la provincia donde Guaranda es su principal punto de venta. Los productos más consumidos aparecen durante el carnaval en la ciudad de Guaranda, que atrae cada año a muchos turistas para encontrarlos y admirarlos. (Katherin, Rivera, 2016)

2.2.3 *¿Para qué sirve un proyecto?*

Según el autor (Uribe, 2018) la complejidad, las ideas y los números en un solo informe comienzan a formar una estructura dispersa, en lugar de todo lo que sucede en el cerebro del emprendedor. A la hora de trabajar en un proyecto es muy importante preparar un informe detallado de todas las ideas que se te ocurran, ya que este será nuestro punto de partida, por lo que estoy de acuerdo con lo dicho por el autor en el párrafo anterior.

En estrategia empresarial, supuestos, entretenimiento, etc. Se puede hacer, pero en la práctica será muy costoso. Cometer errores en los proyectos es más barato que cometer errores. Para iniciar un negocio, primero debe investigar porque los errores se pueden corregir, pero si inicia un negocio primero y comete un error sin investigar, pagará una gran cantidad de dinero por ese error. caro. Estoy totalmente de acuerdo con lo dicho por el autor en el párrafo anterior. Cuando se implementa una estrategia comprobada, lo inesperado comienza a desarrollarse hasta ese punto desconocido donde todo se revela.

Documentar la capacidad de cambio de las empresas especulativas reducirá el impacto de estas mejoras en la empresa, para evitar errores y nuestros costos, lo mejor es plasmar la idea o proyecto en un documento y hacer una investigación exhaustiva y profunda antes de que salga adelante. Construya una empresa, así que estoy de acuerdo con lo que dijo el autor anteriormente. Para atraer a posibles profesionales de las finanzas a empresas con ideas afines, los visionarios de negocios deben comprender cómo escribir un resumen ejecutivo que incluya una misión comercial relevante.

Para convencer a los inversionistas potenciales de mi proyecto, tengo que preparar documentos, explicar la idea de negocio y hacer toda la investigación, el costo y la planificación cuidadosa para que los inversionistas potenciales crean que la inversión es segura. En mi proyecto, estoy totalmente de acuerdo con lo mencionado por el autor en el párrafo anterior.

Es un dispositivo de visualización. A veces, los emprendedores con visión de futuro no tienen los fondos necesarios para lanzar una estrategia comprobada y deben buscar financiación externa y asesoramiento público o privado. La mayoría de las veces, el negocio principal podrá presumir de especuladores externos. Independientemente de si tiene una gran plantilla de artículo para mostrar, le pedirán más información sobre la empresa. (Uribe, 2018)

Cuando se implementa el proyecto, se necesitan inversionistas externos, porque a veces no tienen los fondos para llevarlo a cabo, y el plan de negocios previsto debe mostrarse al público, la

planificación y evaluación de un proyecto especulativo es una herramienta clave para determinar si es viable, si se puede mejorar bien y, en caso contrario, si se debe abandonar. Sin embargo, debe tener en cuenta que la verdadera causalidad se puede implementar como entidades que guían la toma de decisiones, pero no como opciones completas sobre si son útiles o no.

Está actualizado, de lo contrario no lo está, ha sido eliminado, en algunos casos, la metodología de mercado requiere el desarrollo de una principal estrategia que no puede probarse, pero debe mantenerse en el mercado para demostrar otros elementos subyacentes. (Uribe, 2018)

Por lo general, los proyectos se dividen en diferentes fases para mejorar la eficiencia de la gestión y el control, se está de acuerdo con lo que dice el autor en este párrafo porque todo lo que hay que hacer necesita un plan en tu vida diaria, vida profesional y vida escolar, la elección correcta debe verse como una oportunidad para proporcionar más datos sobre qué elegir, excluir las estrategias comerciales que funcionan y tolerar las estrategias que no funcionan.

Los supuestos básicos que utilizan las empresas para decidir si iniciar un negocio o invertir recursos en un negocio existente, así como la identificación imaginaria de que nuestros proyectos ocultos generarán ganancias potenciales, es decir. nos dice si podemos iniciar o invertir en un negocio en particular, estoy de acuerdo Lo que el autor mencionó en los párrafos anteriores.

2.2.4 Ciclo de vida de un Proyecto

El ciclo de vida del proyecto cada fase del proyecto se considera completa cuando se completa la producción de entregables. Un entregable es un bien o servicio bien definido y verificable producido durante o como resultado de un proyecto, los ejemplos de entregables incluyen: estudio de factibilidad, estudio de factibilidad, diseño de producto, lanzamiento de producto, etc. Necesidades, problemas o aprovechamiento de oportunidades. (Zambrano, 2019).

2.2.5 Tipos de proyectos

Según (Moya, 2017) hay diferentes tipos de proyectos como:

- Proyectos de desarrollo: buscando aumentar las oportunidades de mejora de las personas.
- Proyectos gubernamentales: sugieren direcciones estratégicas, reglas, actividades, procedimientos y objetivos a nivel local.

- Proyectos de inversión social: Son proyectos sin ánimo de lucro que centran sus beneficios directamente en las personas.
- Proyecto de investigación: Es el cronograma elaborado antes del proyecto de exploración.
- Proyectos de aprendizaje: ayudan a desarrollar métodos alternativos de aprendizaje, mediante el uso de ejercicios pedagógicos.
- Proyectos en sitio: un plan de actividades que intenta mejorar la preparación de alternativas y los procesos internos del patio.
- Proyectos de aula: Son trabajos conjuntos destinados a mejorar la oferta educativa de los estudiantes de secundaria y preparatoria, a través de la comunicación con el distrito y la búsqueda de respuestas a los problemas, su tema.
- Proyectos de inversión: Son proyectos que requieren un compromiso monetario a eventos y son evaluados financieramente para comprobar si son viables.
- Viabilidad del proyecto: Es un arreglo de actividades para resolver un problema específico.

2.2.6 Normativas INEN

Las bases legales y normativas con las que debe contar una empresa dedicada a la producción de bebidas son varias, a continuación se citaran cada una de ellas para tener un conocimiento claro sobre los requisitos establecidos para su fabricación, comercialización y distribución. (INEN, 2015)

- NTE INEN 340, Bebidas alcohólicas. Determinación del grado alcohólico.
- NTE INEN 358, Bebidas alcohólicas. Determinación de azúcares totales por inversión.
- NTE INEN 1108, Agua potable. Requisitos.
- NTE INEN 1933, Bebidas alcohólicas. Rotulado. Requisitos.
- NTE INEN-CODEX 192, Norma general del Codex para los aditivos alimentarios (MOD)
- NTE INEN 345, Bebidas alcohólicas. Determinación de alcoholes superiores.

2.2.7 Proyecto de inversión

Según (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018) "Un proyecto de inversión puede describirse como un esquema que brinda un apoyo bueno o beneficioso a un individuo o a la sociedad en su conjunto, en el que se reserva una cierta cantidad y se realizan varias contribuciones".

Lo que dijo el autor es muy importante para mí, porque para implementar un proyecto de inversión, se debe planificar el desarrollo por etapas de acuerdo con lo que está escrito en el documento. Mención sin salir del contexto del estudio.

2.2.8 ¿Qué es un proyecto de factibilidad?

Según (Valarezo, Delgado Victore, & Vérez, 2020) "La mayoría incluye cuatro o cinco fases, se basan en la dinámica de los gerentes encargados de apoyar a las empresas que buscan estimaciones de índices, período de recuperación (PR), valor presente neto (VAN) y tasa interna de retorno (IRR) para configurar la implementación de estrategias especulativas. Si es necesario, en base a indicadores disponibles y fuentes de financiamiento".

Cada proyecto específico tiene nombres y requisitos de entrega similares, y casi todos los proyectos son diferentes, pero algunas pueden tener varias fases adicionales según el tamaño de la empresa y estoy de acuerdo con lo que menciona el autor en el párrafo anterior, porque si no tienes una idea clara de lo que es un proyecto viable y para qué sirve, no tienes una visión clara, entonces nunca lo sabrás. hacia dónde vamos con la investigación.

2.2.9 Tipos de estudio en un proyecto de factibilidad

2.2.9.1 Estudio de Mercado

Un mercado es un lugar donde se concentran los vendedores que ofrecen bienes a cambio de dinero, por un lado, y los compradores que pagan por estos bienes, por otro lado. Así que hay oferta y demanda. Lo que pagas es el precio, la investigación de mercado implica la identificación, recopilación, análisis e interpretación de la información. Su finalidad es determinar si es necesario crear un plan de producción de determinados bienes o servicios para un determinado periodo de tiempo. (Prieto, 2019).

2.2.9.2 Estudio técnico

Los proyectos especulativos requieren un escrutinio especial porque se tiene en cuenta el espacio de oficinas y el tamaño ideal, mostrando así todos los factores que afectan el desarrollo del proyecto, incluidos los expertos en la compra de equipos y la influencia de los equipos y sus condiciones de garantía. También se sugieren diferentes estrategias para determinar “La escala de la planta, la tecnología está en su área. Se exploran estrategias personalizadas y, finalmente, se consideran medidas innovadoras que se pueden aplicar a los proyectos de puesta en marcha. (Echeverría Ruíz, 2017)

En esta actividad intensiva, los mercados se mueven parcial y continuamente, y las mercancías pasan por estos mercados en cadenas más o menos complejas, un revisor experto explorará en detalle las dimensiones regionales y visuales del marco para completar las tareas de creación y promoción, etc. Estoy completamente de acuerdo con el autor del párrafo anterior.

Las pruebas especializadas incluyen:

- **Ubicación ideal:** Determine el área geográfica ideal para su negocio.
- **Tamaño de la empresa:** Especifique la cantidad máxima para crear una empresa.
- **Ingeniería de venture:** Definir los cursos requeridos para crear o administrar artículos.
- **Aclaración:** descentralización de la organización.
- **Requerimientos operativos:** Determinar las necesidades de capital de la empresa para operar. (Echeverría Ruíz, 2017)

2.2.9.3 Estudio administrativo

Según (Echeverría Ruíz, 2017) El sello distintivo de una investigación regulatoria es que es un organismo autorizado que responsabilizará a la empresa durante las fases de implementación y operación, durante la fase de implementación, es importante proporcionar una estructura formal dentro de la organización que permita la orientación en el reclutamiento, compras, adquisiciones, etc.

Durante la revisión organizacional se define la estructura formal de la organización y de esta manera se determinan las tareas a realizar y los elementos de trabajo. Es posible que cada empresa describa la estructura adoptada que mejor se adapte a sus necesidades operativas. Requisitos operativos: determinar los requisitos de capital para operar el negocio. (Echeverría Ruíz, 2017)

La capacidad de visualizar las características de las necesidades de recursos humanos, los requisitos básicos de los clientes, permite a las organizaciones realizar las transiciones más razonables en la jerarquía organizacional, para describir las necesidades de las instituciones educativas con calificación gerencial y así regular con mayor precisión los costos indirectos de selección de personal.

Si busca un trabajo con jerarquía y autoridad, debe tener en cuenta la organización y uso de la estructura de poder de la organización o empresa, el costo de la empresa y el funcionamiento de la empresa, consideraciones legales, perspectiva, formación profesional, opinión de expertos, perspectivas laborales, salario y perspectiva personal, por lo que estoy de acuerdo con el autor de los párrafos anteriores.

Innumerables decisiones de diferentes personas y empresas que se enfrentan entre sí conducen a cambios constantes en las acciones y los precios en el mercado, la diligencia debida incluye determinar cómo abordar un problema específico en el dominio regulatorio de la empresa, así como determinar la dirección principal de las operaciones de la organización. (Echeverría Ruíz, 2017)

Los ejes de revisión de la gestión son:

- **Organigrama:** Determinar el nivel de avance que necesita la empresa y ordenar los puestos y competencias de los empleados.
- **Direcciones principales:** Aquí se forman la misión, visión, objetivos, acciones, cualidades y estrategias integradas en el lugar de trabajo.
- **Mapa maestro:** una vez que se aplica la dirección comercial subyacente, las perspectivas de prueba se forman organizándolas en orden de prioridad del Balance Scorecard. (Echeverría Ruíz, 2017).

2.2.9.4 Estudio económico-financiero

Las empresas involucran muchas ideas diferentes, pero es un curso diseñado para utilizar un modelo integral para encontrar las mejores oportunidades. Esto significa que la clasificación propuesta le da a la empresa una cierta justificación. Finalmente, implica comparar el tráfico positivo (pagos) generado por una tarea durante su vida útil con el tráfico negativo (costos) para asignar recursos. activos en efectivo. (Echeverría Ruíz, 2017)

En resumen, se deciden las opciones importantes: elección de negocios, elección financiera, por lo que estoy de acuerdo con el autor anterior en que el cheque de moneda es una garantía para todos los gastos, al igual que el negocio básico que se debe hacer. Aquí queremos determinar la cantidad total requerida para ejecutar el trabajo sin problemas. (Echeverría Ruíz, 2017)

Lo que se diseccionará en este estudio es:

- **Inversión.** El trabajo absoluto sugiere optar por dos tipos de negocios que debe tener cada negocio continuo: interés en recursos a largo plazo (recursos fijos) y especulación transitoria (capital de trabajo).
- **El nivel de la inversión financiera total.** Se debe abordar la fuente de capital más adecuada para la empresa, por lo que es importante considerar qué ratios se estructuran para la financiación con el marco monetario y qué tasas de renta variable.
- **Para fines de balance.** Debe calcular dónde los salarios son iguales a la suma de los gastos, es decir, cuando las ganancias son cero. (Echeverría Ruíz, 2017)

2.2.9.5 Evaluación del proyecto

Según (Echeverría Ruíz, 2017) esta fase está dedicada a la implementación de reglas de tipo de cambio basadas en propuestas de diversificación del riesgo de largo plazo basadas en la especulación, el consumo y la liquidación, creando indicadores adicionales que actúen como un incentivo estable, estable y fuerte, de acuerdo a lo que los autores exponen a continuación.

Los precios de Forex brindan una imagen clara de la especulación, los costos y las recompensas de administrar un negocio. La propuesta describe las estrategias de valoración actuales que tienen en cuenta los cálculos de flujo de efectivo a largo plazo, como la tasa interna de retorno y el valor presente neto, que ayudan a determinar el desempeño de una empresa. (Echeverría Ruíz, 2017).

Es importante crear una auditoría financiera de la empresa donde se pueda averiguar y verificar si la tarea es económicamente viable mediante el cálculo de ciertos registros, por ejemplo:

- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Permite conocer el retorno del dinero o productividad logrado en la empresa aplicado en la empresa.
- **Valor Actual Neto (VAN):** Le permite conocer las ganancias futuras a partir de la especulación de la empresa.
- **Etapa de Retorno de la Inversión (PRI):** en esta etapa también, se determina el PRI, es decir, se determina el período de recuperación del negocio.
- **Costo/Beneficios:** Beneficio/costo implica que, por cada dólar de especulación, cuál es el retorno o monto realizado. (Echeverría Ruíz, 2017).

2.2.10 Punto de equilibrio

Según (Keller, 2019) "Trailing stop (también conocido como trailing stop) es un término de marketing para una marca en movimiento donde el retorno está cerca del costo; es decir, el trabajo no aumenta ni disminuye".

En términos de contabilidad de costos, el punto de equilibrio es la facturación de actividades correspondientes a puntos de costos (ventas), es decir, puntos operativos sin utilidad o pérdida, encontrar el punto de equilibrio es encontrar el punto de operación donde las ventas son iguales a los costos.

2.2.11 ¿Qué es una empresa?

Según (Encolombia, 2019) "La empresa es la actividad más común y continua en la organización humana e incluye una serie de tareas diarias, trabajo conjunto, esfuerzos e inversiones individuales o colectivas para lograr una meta específica".

Es una entidad social y financiera en la que se crean capital, trabajo y una junta directiva para crear empleos útiles a la sociedad en beneficio de todos. Los elementos importantes que componen una organización son: capital, recursos humanos y activos físicos.

2.2.12 Clasificación de las empresas

Según (Riquelme, 2020) las organizaciones se clasifican en:

Ordenar por número de empleados:

- **Pequeña empresa:** Se llama así porque solo tiene de 1 a 4 empleados.
- **Pequeña Empresa:** Este tipo de organización tiene entre 5 y 49 empleados.
- **Empresa mediana:** en realidad es una organización un poco más grande, por lo que emplea entre 50 y 199 personas.
- **Gran empresa:** Esta es realmente una gran empresa con 200 o más empleados.

Empresas Económicamente Activas:

- **Materias primas o minería:** son aquellas que proporcionan materias primas para trabajos diversos, por ejemplo, la pesca, la jardinería, la caza (caza), el aprovechamiento forestal, la explotación de canteras (minería), etc.
- **Secundaria o Manufactura:** Se enfoca en la elaboración del producto, con el cambio de materia prima por medio del ensamble, por ejemplo, energía, agua, manufactura, etc. Educación superior o comercial: las que se dedican a la compra y suministro de productos terminados, tales como comercios, librerías, farmacias (farmacias), supermercados, etc.
- **Financiadore:** Estos son expertos en marcos monetarios que se comunican con personas y asociaciones. Los bancos son un ejemplo.
- **Empresas de servicios:** involucradas en la organización de órganos administrativos inmateriales como transporte, limpieza, etc. Empresas por composición de activos:
- **El público:** instituciones gubernamentales, organizaciones independientes, ciudades.
- **Privadas:** aquellas destinadas a la creación de bienes y/o entidades administrativas con fines lucrativos, y el capital está constituido por las obligaciones de los particulares. • Empresas

mixtas: en las que existe coordinación entre el Estado y el sector privado trabajando juntos en la gestión de su capital.

Empresa de gestión:

- **Personas Autónomas:** Personas que son supervisadas por sus socios comerciales, es decir, son los que toman las decisiones que afectan a la organización.
- **Sociedad anónima:** las decisiones se toman en los niveles más importantes de la organización, centralizando el poder entre los activos de la organización.
- **Empresas descentralizadas:** donde se distribuye el poder en la construcción del órgano de gobierno, a través de ciclos de designación, interviniendo en múltiples niveles por el poder.
- **Gestión diferencial:** las elecciones que el individuo hace fuera de la práctica de la interacción creativa.

2.2.13 ¿Qué es el comercio?

Según (Arias A. S., 2019) “Los orígenes del comercio son antiguos, se remontan a las primeras civilizaciones organizadas, las civilizaciones mediterráneas, que utilizaban su ubicación geográfica para vender sus ganancias a otras naciones. Entre estos pueblos destacaron los fenicios por ser los más avanzados en la época en que comenzaron a estudiar la navegación y la cartografía, lo que les dio tiempo para establecer rutas marítimas comerciales.”.

2.2.14 Planta productora de bebida

La calidad, el sabor y el estilo de una parcela, a través de los vinos que produce, resaltan su cultura e influyen en los gustos de los consumidores y por tanto en la decisión de compra. El objetivo de desarrollar posibilidades productivas a partir de los recursos de Guaranda requiere medidas de fomento del empleo y la actividad económica, para consolidar el turismo. (Baquerizo, 2017).

2.2.15 Aguardiente Pájaro Azul

En este caso, los licores de sabores son una tradición en Guaranda, pues las ventajas del clima y las materias primas, así como las frutas y los caldos locales, hacen de la producción de licores un vehículo para microempresas. Algunas provincias, especialmente Bolívar, cuentan con licores

locales ya está ganando terreno en la región, complementada por una industria comercial de alcohol bien establecida, o los llamados "ingenios azucareros tradicionales".

Hace unos 80 años se inició la producción de esta bebida, considerada de contrabando, sin libre venta. Los fabricantes debían entregar a Estanco entre 2.000 y 3.000 litros para la elaboración de otras bebidas. Luego se vendía la libra en los años 70, cuando empezó a distribuir el pájaro azul, primero se llamaba anís, luego: caldo de pollo, muslos de res y un vino llamado puntas porque era demasiado fuerte y 80 grados de alcohol. Su nombre se debe a que luego de ingerir alimentos en el cuerpo humano, comienzan a mirar la luz y sueñan con volar, como un pájaro cantor feliz; Y azul en honor a su color (Turismo Tradicional en Bolívar - Guaranda WACV, 2020).

Flujo de proceso para la obtención del licor artesanal

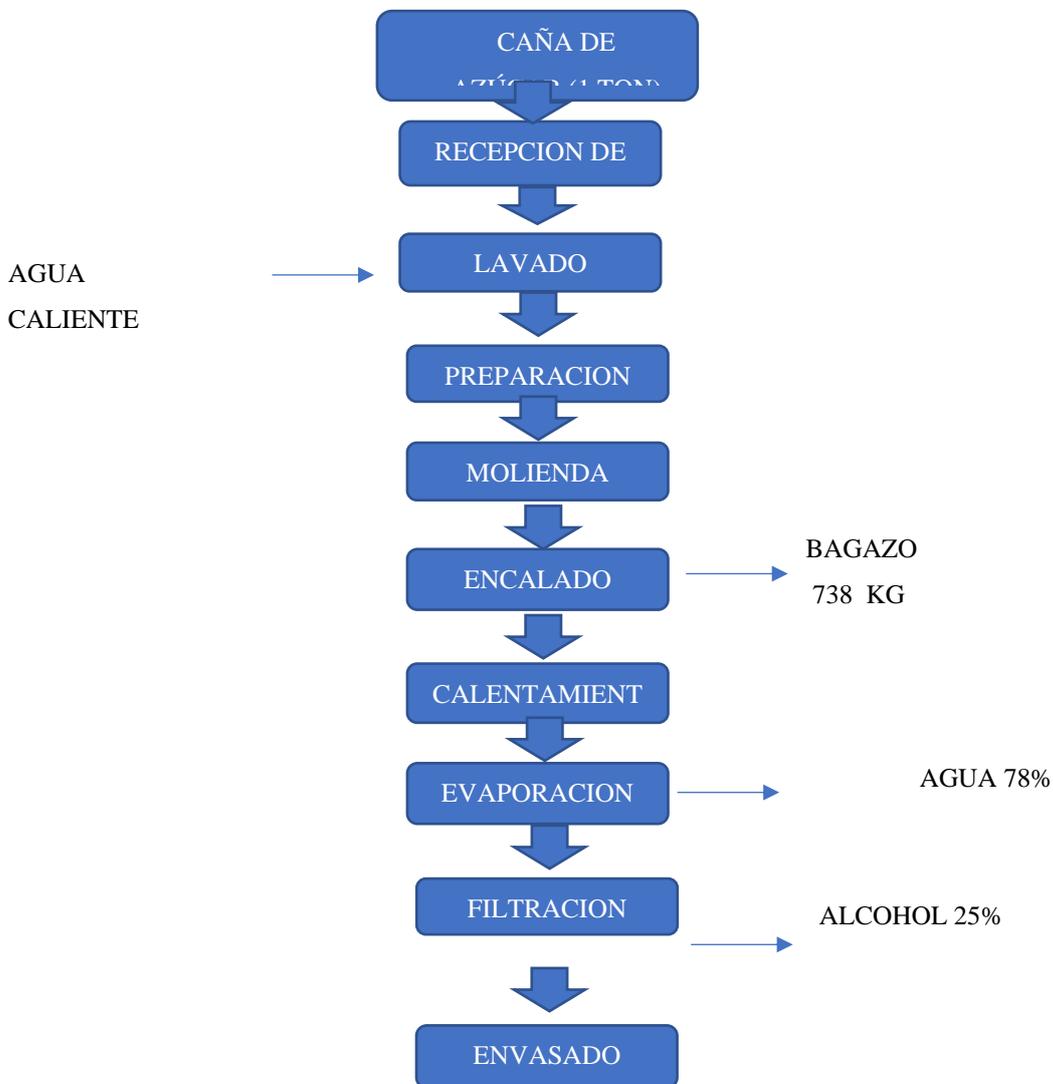


Ilustración 1-2: Flujograma de procesos

Realizado por: Paullan, K., 2022.

2.2.16 *Industria de bebidas alcohólicas*

(The Center on Alcohol Marketing and Youth, 2021) "La industria de las bebidas alcohólicas tiene toda la responsabilidad por la comercialización de sus productos porque más de 80 millones de personas menores de 21 años tienen prohibido consumir sus productos en los Estados Unidos".

En el siglo XIX, en los inicios de la industria, en la misma fábrica se producían concentrados y refrescos. Los concentrados a veces se venden a consumidores que elaboran sus propios refrescos. El crecimiento del mercado de refrescos ha llevado a la especialización entre la producción de refrescos y concentrados. Actualmente, la fábrica del centro vende sus productos a varias empresas de envasado (Ward, 2020).

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de investigación

Mixto

Para desarrollar este estudio, se involucró tanto investigación cualitativa como cuantitativa.

Investigación cualitativa

Con un enfoque cualitativo, se pudo conocer las particularidades que ofrecía el entorno, así como comprobar las condiciones en las que pequeños establecimientos artesanales cultivaban el tradicional aguardiente de azulejo.

Investigación cuantitativa

Se recopiló información sobre las variables, que se analizaron e interpretaron utilizando los procedimientos experimentales pertinentes.

3.2 Nivel de investigación

Exploratorio

El estudio es exploratorio, ya que el proyecto de investigación pájaro azul utiliza soluciones innovadoras. A través de la investigación exploratoria, se identificaron los principales ejes impulsores del estudio, como son los problemas de consumo y marketing que conducen a la mala gestión de la organización.

Descriptivo

La adopción de este enfoque nos permitió realizar una investigación objetiva y realista de la experiencia angustiante de la parroquia para ofrecer una alternativa que ayude al desarrollo económico de la población de dicha zona.

3.3 Diseño de la investigación

No experimental

Fue un estudio no experimental porque no se ejecutó administración de las variables.

Se examinaron las variables de estudio:

Variable independiente: Pertenece al estudio del proyecto.

Variable dependiente: Creación de una planta productora de la bebida Pájaro Azul.

Transversal

El levantamiento de datos se lo ejecutó en un solo momento mediante la construcción de encuestas.

3.4 Tipo de estudio-investigación

3.4.1 Aplicada

Su finalidad es resolver los problemas productivos, comerciales, sociales, económicos, financieros, culturales y políticos de la sociedad y brindar soluciones a los problemas de producción, elaboración y comercialización de bebidas tradicionales.

3.4.2 Documental

Se utilizaron artículos académicos originales y sintéticos, fuentes bibliográficas autorizadas e informes finales de tesis de pregrado y posgrado.

3.4.3 De campo

La información se interpreta mediante la recopilación de datos de mercado y la obtención de información del lugar encuestado en función del número de individuos determinado por la ecuación de población final.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

Se tomó como referencia para el perfeccionamiento de la fórmula a la población de Echeandía de la provincia de Bolívar.

Tabla 1-3: Población

2001: 10951
2010: 12114
PEA: 48,5%

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Segmentación

Tabla 2-3: Segmentación

Población final 2010: 12114
PEA: 48,5%
Población 2010: 5875

Fuente: INEC- Censo de Población y Vivienda, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tasa de Crecimiento del Cantón Echeandía

$$i = \frac{Pf - Pi}{Pi} * 100$$

$$i = \frac{Pf - Pi}{Pi} * 100$$

$$i = \frac{12114 - 10951}{10951} * 100$$

$$i = 10,62\%$$

$$i = 1,18 \text{ Crecimiento anual}$$

$$Pf = Pi(1 + i)^n$$

$$N_{2020} = 5875(1 + 0,0118)^{10}$$

$$N_{2020} = 6606$$

3.5.2 Cálculo del tamaño de la muestra

Se determinó el cálculo de la muestra de la siguiente manera:

Tabla 3-3: Calculo del tamaño de la muestra

Datos de cálculo de fórmula:	
n= tamaño de la muestra	n=?
Z= nivel de confianza	z= 1.96
p= probabilidad de éxito	p=0.50
q= probabilidad de fracaso	q=0.50
N= tamaño de la población	6606
e= error que se provee cometer	0.05

Fuente: Instructivo final FADE, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(n-1)+Z^2pq}$$

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(n-1)+Z^2pq}$$

$$n = \frac{(6606)1,96^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(6606-1)+1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 363 \text{ encuestas}$$

Se aplicaron 363 encuestas para saber qué rango de aceptación tendrá la creación de la planta productora de la bebida tradicional pájaro azul en la parroquia la Dolorosa del cantón Echeandía.

3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1 Método

Deductivo

Este método se utilizó al momento de acceder a la información bibliográfica para recolectar los datos necesarios y así lograr un marco teórico, apoyando así el trabajo académico y de investigación.

3.6.2 Técnicas

3.6.2.1 Encuesta

La encuesta se aplicó a los pobladores de la parroquia La Dolorosa en el cantón de Echeandía, provincia de Bolívar, una vez identificada la información se procedió a su análisis para luego tabularla e interpretarla.

3.6.3 Instrumentos

3.6.3.1 Cuestionario

Dependiendo del tipo de investigación utilizada, se agregan al cuestionario preguntas abiertas y cerradas, pero en general, se suelen utilizar cuestionarios con preguntas cerradas para no desviarse de la verdadera intención.

3.7 Idea a defender

Un proyecto de factibilidad orientado a la creación de una planta productora y comercializadora de la bebida tradicional guarandeña Pájaro Azul, ayudará al desarrollo económico, cultural y turístico, tanto del cantón Echeandía como de la provincia de Bolívar.

3.7.1 Variable dependiente

Creación de una planta productora de bebida tradicional Pájaro Azul en la parroquia La Dolorosa del cantón Echeandía.

3.7.2 Variable independiente

Proyecto de Factibilidad

CAPÍTULO IV

4 MARCO DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

4.1.1 Análisis e interpretación

➤ Género

Tabla 1-4: Género

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Masculino	245	(68%)
Femenino	118	(32%)
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

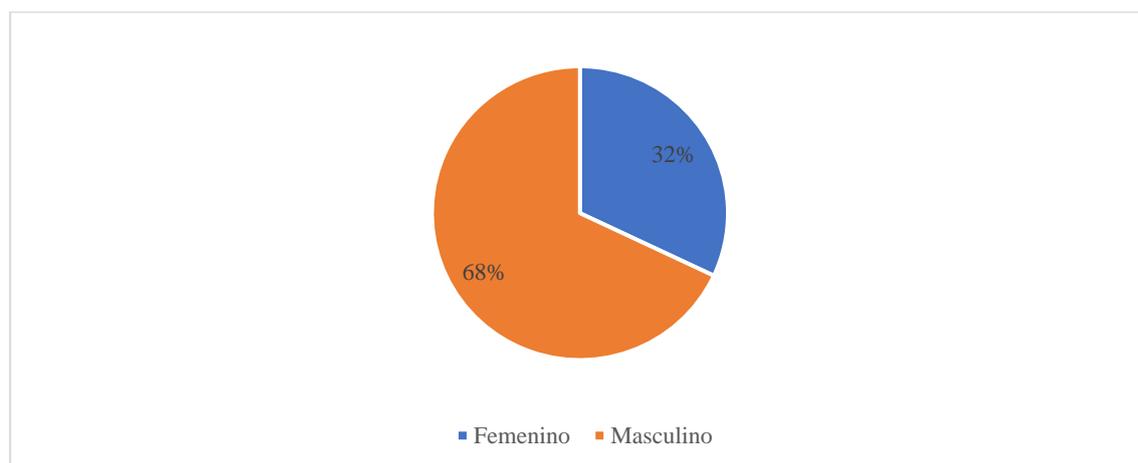


Ilustración 1-4: Género

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

El mayor porcentaje de los encuestados lo ocupó el género masculino con un 68% y el resto el género femenino con un 32%.

Interpretación

Mediante el análisis de los datos arrojados por la encuesta se determinó que la mayoría de los participantes eran hombres, ya que hubo más hombres que mujeres, lo que indica que los hombres consumen más licor que las mujeres.

➤ Estado civil

Tabla 2-4: Estado Civil

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Soltero	198	54,55%
Casado	56	15,43%
Divorciado	66	18,18%
Otros (Viudos, en unión libre, etc.)	43	11,84%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

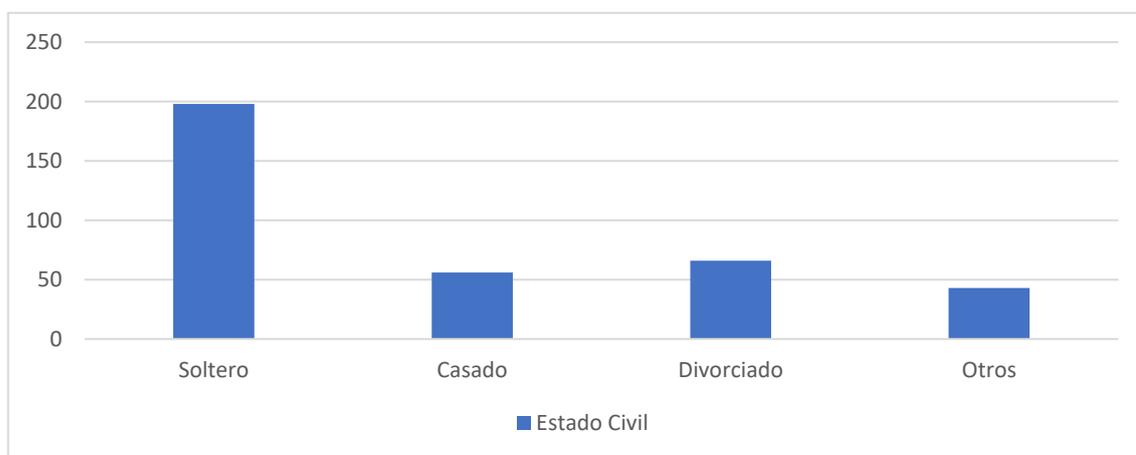


Ilustración 2-4: Estado civil

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

El mayor porcentaje de encuestados fueron solteros con el 54,55%, seguido de los divorciados con un 18,18%, luego los casados con un 15,43%, por último, con un 11,84% están el resto ya sean viudos, en unión libre, entre otros.

Interpretación

Los datos adquiridos mediante la encuesta nos dicen que la mayoría de los consumidores de licor son las personas solteras, ya que fueron el mayor número que supieron decir que consumen alcohol, lo que nos indica más o menos cual será nuestra segmentación de mercado.

1. Seleccione su rango de edad

Tabla 3-4: Rango de Edad

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
18-25 años	224	61,71%
25-32 años	57	15,70%
32-39 años	34	9,37%
39-46 años	25	6,88%
Más de 50 años	23	6,34%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

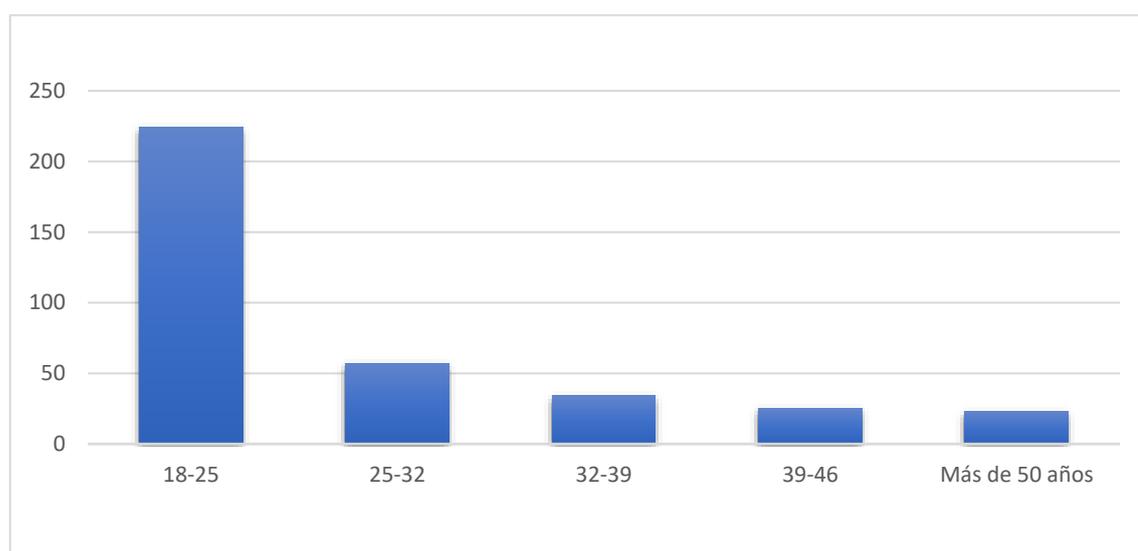


Ilustración 3-4: Rango de Edad

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

En el rango de edad, el mayor porcentaje lo ocupan los de 18-25 años con un porcentaje de 61,71%, seguido por los de 25-32 con un 15,70%, le siguen los de 32-39 con un 9,37%, luego están los de 39-46 con un 6,88%, por último, están los de más de 50 años con un 6,34%.

Interpretación

Según el análisis de los datos de la encuesta aplicada nos dice que el rango de edad que más consumen licor pájaro azul es de los dieciocho a los veinticinco años, lo que nos indica cual es nuestro segmento de mercado en cuanto al consumo por edades.

2. ¿Consume usted bebidas alcohólicas?

Tabla 4-4: Consumo de bebidas alcohólicas

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	309	(85%)
NO	54	(15%)
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

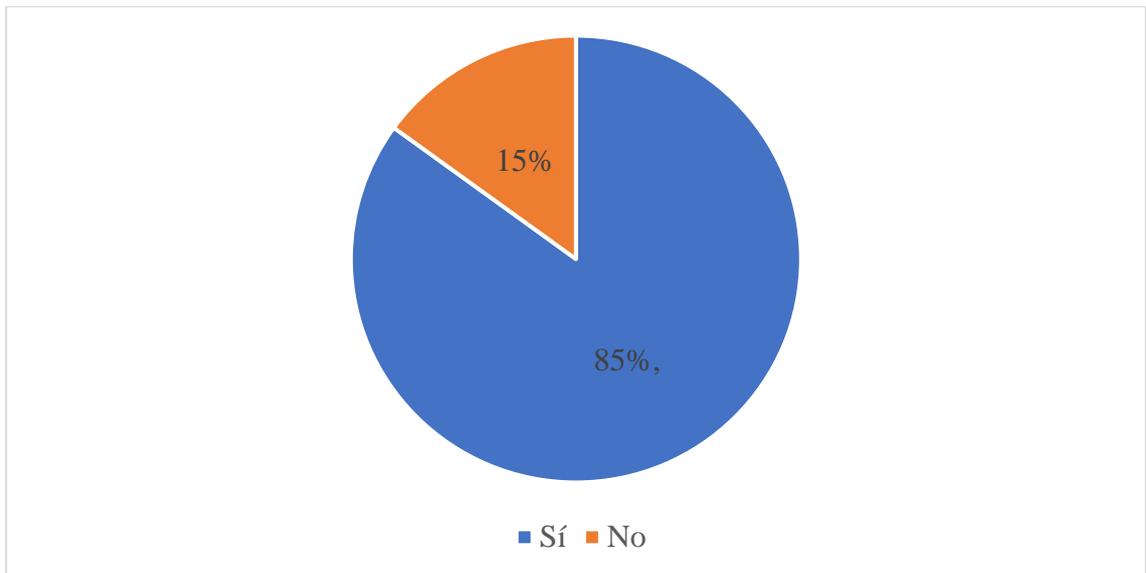


Ilustración 4-4: Consumo de bebidas alcohólicas

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

El mayor porcentaje de los encuestados que consumen bebidas alcohólicas está en un 85%, mientras que el resto un 15% dicen que no consumen bebidas alcohólicas.

Interpretación

Mediante el análisis de los datos que arrojó la encuesta aplicada a la población del cantón Echeandía se supo que, de los encuestados, la mayoría de participantes menciono que, sí consumen bebidas alcohólicas, el resto de personas mencionaron que no consumen ningún tipo de bebida alcohólica.

3. ¿Con que frecuencia usted consume bebidas alcohólicas?

Tabla 5-4: Frecuencia de consumo

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1 vez al mes	20	5,51%
2 veces al mes	57	15,70%
3 veces al mes	110	30,30%
4 veces al mes	137	37,74%
Solo en ocasiones especiales	30	8,27%
No consume	9	2,48%
TOTAL	363	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

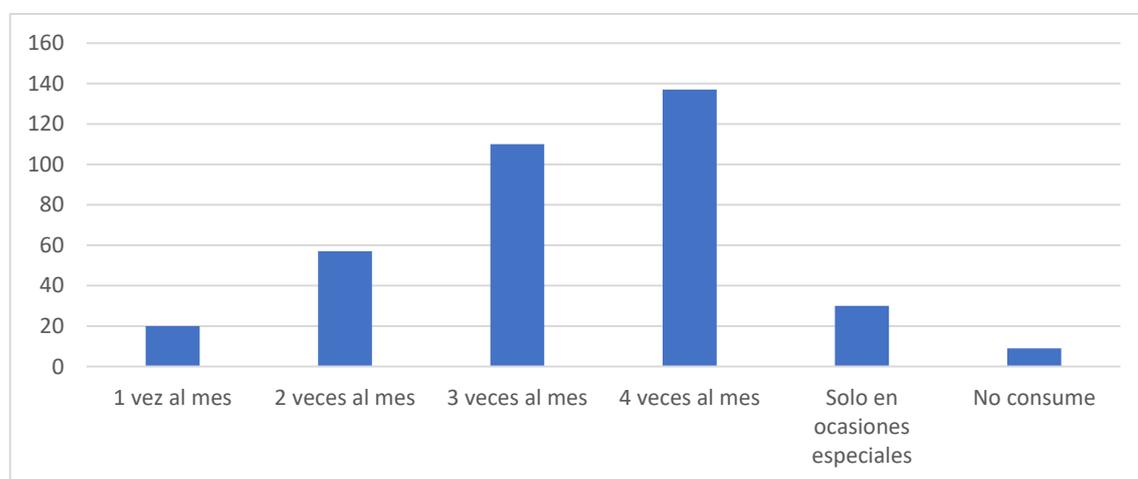


Ilustración 5-4: Frecuencia de consumo

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

El mayor porcentaje es de 37,74% que consumen 4 veces al mes, luego está el 30,30% 3 veces al mes, después sigue el 15,70% 2 veces al mes, también está el 8,27% solo en ocasiones especiales, seguido por el 5,51% 1 vez al mes, por último, está el 2,48% que no consume alcohol.

Interpretación

Mediante el análisis de los datos de la encuesta se obtuvo que la mayoría de las personas tienen una frecuencia de consumo de alcohol de cuatro veces por mes, otras personas mencionaron que el consumo de alcohol es de tres veces por mes, algunas personas dijeron que su frecuencia de consumir es de dos veces por mes, pocas personas mencionaron que su frecuencia de consumo de alcohol es de una vez por mes, el resto de personas dijeron que no consumen bebidas alcohólicas.

4. Seleccione en cuál de estos lugares usted compra bebidas alcohólicas.

Tabla 6-4: Lugares de compra

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Licorerías de barrio	196	55,37%
Comisariatos	48	13,56%
Tiendas especializadas (taberna, bodegón)	62	17,51%
Internet (redes sociales)	8	2,26%
Otros (casas de personas que venden licor de forma clandestina)	40	11,30%
TOTAL	354	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

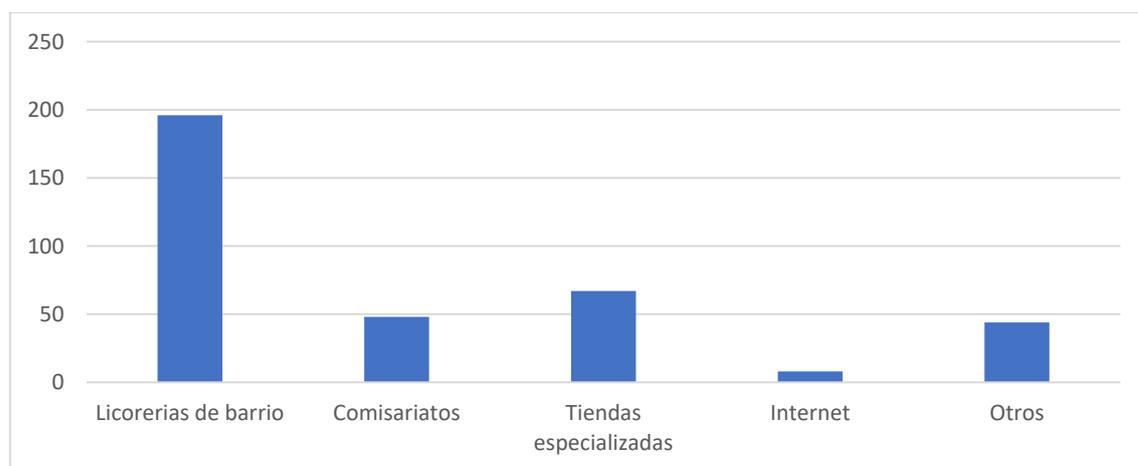


Ilustración 6-4: Lugar de compra

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

El porcentaje mayor donde realizan las compras de licor es en licorerías con un 55,37%, seguido de tiendas con un 17,51%, luego sigue comisariatos con 13,56%, de ahí siguen las casas clandestinas con un 11,30%, por último, en el internet con un 2,26%.

Interpretación

De los participantes que mencionaron que, sí consumen bebidas alcohólicas, la mayor parte dijeron que el lugar donde compran las bebidas alcohólicas es en las licorerías de barrio, otras personas dijeron que compran en los comisariatos, algunas personas dijeron que compran en tiendas especializadas en bebidas alcohólicas, algunas personas mencionaron que compran por medio del internet, y el resto de las personas mencionaron que compran en otros lugares como las casas de personas que venden licor.

5. ¿Estaría dispuesto a probar el licor “Azulejo” producido en el Cantón Echeandía?

Tabla 7-4: Disposición de probar el licor

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	312	(86%)
NO	42	(14%)
TOTAL	354	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

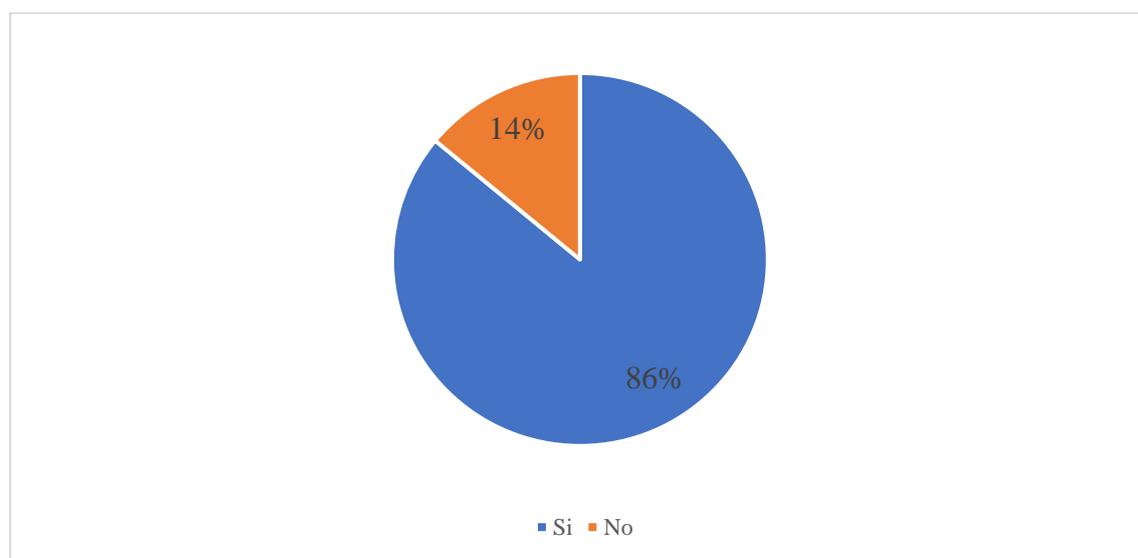


Ilustración 7-4: Disposición de probar el licor

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

El mayor porcentaje de los encuestados que fue el 86% dijeron que, si querían probar el licor pájaro azul, el resto el 14% dijeron que no.

Interpretación

De los participantes en la encuesta aplicada a la población del cantón Echeandía, la mayoría dijeron que, si estarían dispuestos a probar el licor pájaro azul producido por nuestra planta productora de este licor, los cuales serían nuestro público objetivo; el resto de las personas dijeron que no estarían dispuestos a probar este licor en nuestra planta productora sino ya en los lugares de consumo.

6. ¿Qué característica preferiría al momento de comprar el licor pájaro azul?

Tabla 8-4: Características del producto

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Precio	118	33,33%
Tamaño	49	13,84%
Calidad	90	25,42%
Presentación	65	18,37%
Otros (sabor)	32	9,04%
TOTAL	354	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

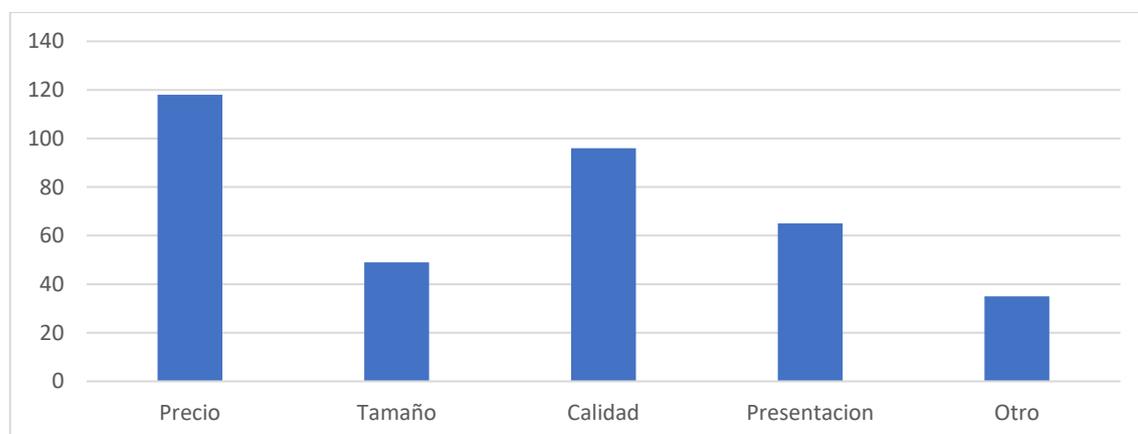


Ilustración 8-4: Características del producto

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

De las características, la que tuvo el mayor porcentaje fue el precio con un 33,33%, seguida por la calidad con un 25,42%, después viene la presentación con un 18,37%, luego está el tamaño con un 13,84%, por último, está el sabor con un 9,04%.

Interpretación

Del total de personas que participaron en la encuesta, la mayor parte dijeron que la característica por la cual comprarían el licor pájaro azul sería por el precio, otras personas dijeron que lo comprarían de acuerdo con el tamaño, algunas personas mencionaron que comprarían por su calidad, otra menor parte de personas dijeron que comprarían este licor por su presentación y el resto de las personas mencionaron que comprarían este licor por su sabor.

7. ¿En qué lugar le gustaría consumir o adquirir nuestra bebida tradicional “Azulejo”?

Tabla 9-4: Ocasiones o lugares de consumo

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Discotecas o bares	130	36,72%
Fiestas de las ciudades	42	11,86%
Reuniones familiares	11	3,11%
Eventos sociales	19	5,37%
Reuniones con amigos	30	8,47%
Por turismo	53	14,97%
No he consumido	23	6,50%
Otros (por probar)	46	13,00%
TOTAL	354	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

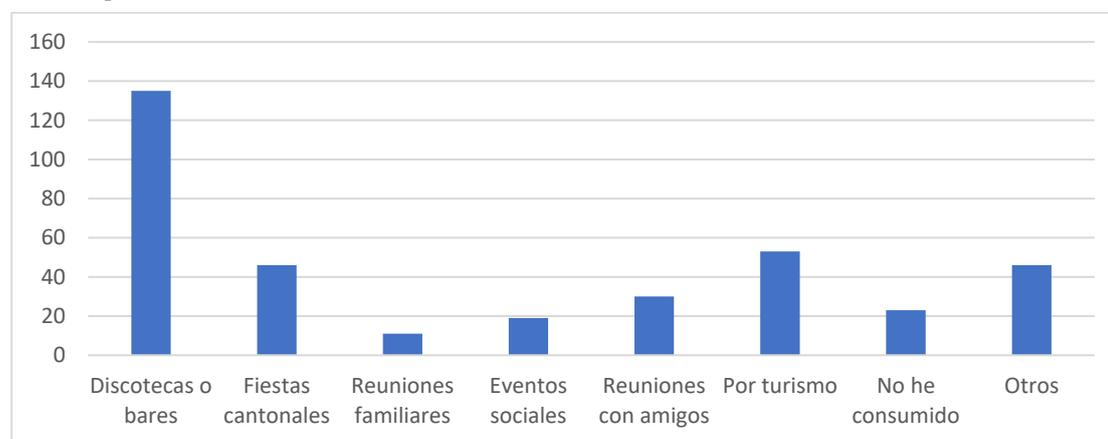


Ilustración 9-4: Ocasiones o lugares de consumo

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

De las ocasiones o lugares de consumo, tenemos un 36,72% en discotecas, 14,97% por turismo, 13% por probar, 11,86% en las fiestas, 8,47% en reuniones, 6,50% no han consumido, 5,37% en eventos, por último, 3,11% en reuniones familiares.

Interpretación

De los participantes en las encuestas, muchas personas dijeron que consumen el licor pájaro azul en bares o discotecas, otras personas dijeron que consumen en las fiestas cantonales, otro poco de personas dijo que consumen en reuniones familiares, algunas personas dijeron que consumen en eventos sociales, el resto de las personas dijeron que han consumido por probar como es este licor y que sabor tiene.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una botella de litro “Azulejo”?

Tabla 10-4: Disponibilidad de pago

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
\$ 3,00 a 3,50	181	51,13%
\$ 3,50 a 4,00	73	20,62%
\$ 5,00 a 5,50	60	16,95%
\$ 6,00 a 6,50	40	11,30%
TOTAL	354	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

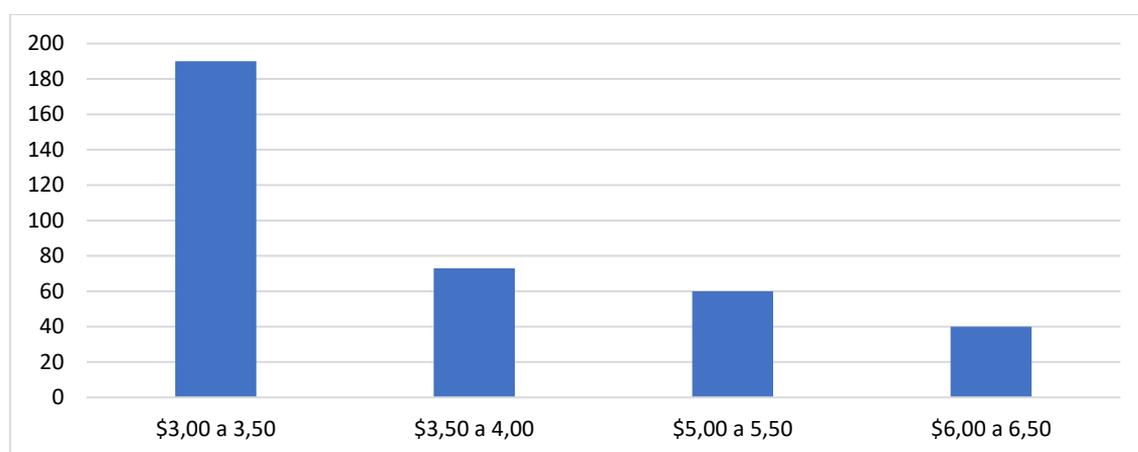


Ilustración 10-4: Disponibilidad de Pago

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

De la disponibilidad de pago, tenemos un 51,13% que estarían dispuestos a pagar entre \$3 a 3,5 dólares por litro, seguido por un 20,62% de \$3,5 a 4 dólares, luego hay un 16,95% que pagarían de \$5 a 5,5 dólares, por último, un 11,30% pagarían entre \$6 a 6,5 dólares por litro de licor pájaro azul.

Interpretación

De los participantes en la encuesta, la mayor parte de las personas mencionaron que el precio que estarían dispuestos a pagar por litro del licor pájaro azul es de tres dólares, otras personas dijeron que estarían dispuestos a pagar hasta cuatro dólares, otras pocas personas mencionaron estar dispuestos a pagar hasta seis dólares, dado los resultados el precio por litro queda en tres dólares con cincuenta centavos.

9. Cómo le gustaría tener noticias de la planta productora del licor pájaro azul del Cantón Echeandía?

Tabla 11-4: Noticias sobre la producción del licor

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ferias y eventos	116	32,77%
Internet y redes sociales	80	22,60%
Prensa, radio y Tv	120	33,90%
Otros (volantes)	38	10,73%
TOTAL	354	100%

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

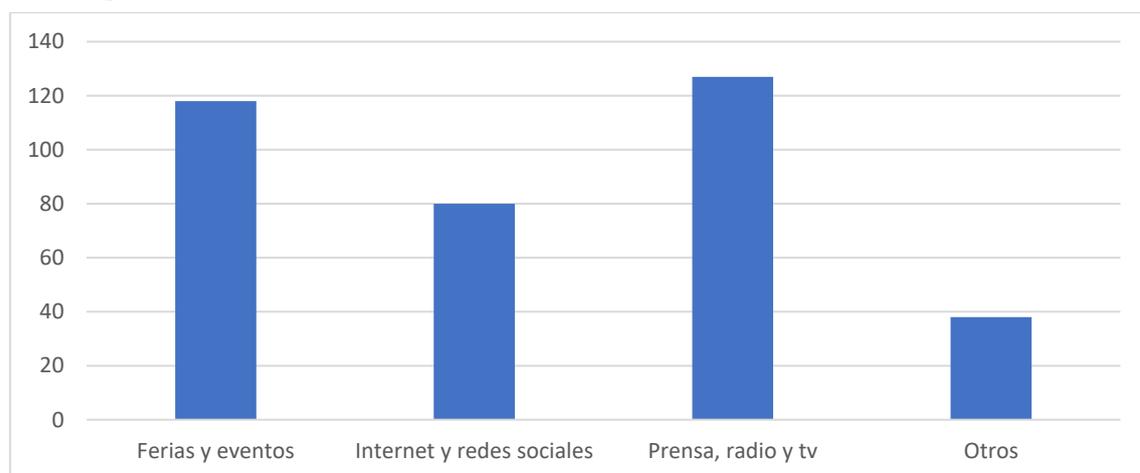


Ilustración 11-4: Noticias sobre la producción del licor

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Análisis

De las noticias sobre la producción de licor pájaro azul, la mayoría el 33,90% dijeron que les gustaría recibir noticias mediante la prensa, el 32,77% mediante ferias, el 22,60% en internet y el resto que son el 10,73% mediante volantes.

Interpretación

Mediante el análisis de los datos arrojados en la encuesta aplicada a la población del cantón Echeandía, muchas personas mencionaron que les gustaría saber cuándo la empresa ya esté en funcionamiento por medio de ferias y eventos públicos, otras personas dijeron que les gustaría saber sobre la empresa por medio de internet y redes sociales, la mayoría de las personas dijeron que les gustaría tener noticias de la empresa por medio de la prensa, radio y televisión, otras pocas personas mencionaron que les gustaría saber acerca de la empresa por medio de volantes en las calles.

4.1.2 *Discusión de los resultados*

De los resultados del grupo de edad de la pregunta 1 se puede observar que nuestro segmento de mercado se encuentra entre la población del estado de Echeandía con un grupo de edad de 18 a 25 años.

Como resultado de la pregunta 2, si toman bebidas alcohólicas, el 85% de los encuestados indicó que, si toman bebidas alcohólicas, significa que estas personas serán nuestros consumidores potenciales y el público objetivo de nuestros productos, es decir, por lo tanto, el proyecto es viable en este sentido.

En la pregunta 5 preguntamos a los encuestados si les gustaría probar nuestro producto, que es el vino Pájaro Azul que vamos a producir en nuestra fábrica, y el 86% de los encuestados dijo que sí, es decir, ellos son ellos. quién se irá Somos las personas que compran un producto porque se sienten atraídas por su sabor y apariencia.

Entre las características mencionadas en la pregunta 6, el precio fue la más aceptable, ya que la mayoría de los encuestados mencionaron que utilizan pájaro azul por el precio, ya que es más económico en comparación con otras bebidas de la misma clase y de mejor calidad. Dados estos resultados, en la pregunta 8 sobre el precio que estarían dispuestos a pagar por un litro de pájaro azul, el 51% de los encuestados dijo que el precio más alto que estarían dispuestos a pagar sería \$3.50, luego fijaron un precio de referencia para ese valor y harían negocios. El valor utilizado para la producción y venta del producto.

4.1.3 *Validación de la idea a defender*

Como la encuesta estaba dirigida a 363 personas para esta investigación, se obtuvo la información necesaria para lo cual se creó la encuesta, la campaña, los resultados estadísticos se analizaron y crearon por medios informáticos para comprender mejor cómo se logró esto. Estos resultados ayudan a tomar decisiones acertadas sobre proyectos que tienen como objetivo desarrollar y mejorar las condiciones de vida de las familias y habitantes de la provincia, al tiempo que generan empleos en el estado de Echeandía. En la pregunta 5 preguntamos a los encuestados si les gustaría probar nuestro producto que es el licor Pájaro Azul, que vamos a elaborar en nuestra fábrica, y el 86% de los encuestados dijo que sí, lo que significa que la gente que eran, los que querían. que nos compran un producto porque se sienten atraídos por su sabor y apariencia.

Al analizar los resultados, se puede encontrar que existe una necesidad insatisfecha de producción de vino de pájaro azul en el estado de Echeandía, lo que respaldará y posiblemente asegurará la factibilidad del presente estudio, cabe mencionar que el estudio de factibilidad calcula que el inversionista lleva de los riesgos propios que se asumirán en el proyecto, este estudio se presenta en el apartado de propuesta a continuación, el cual incluye elementos de evaluación económica, financiera, técnica, administrativa y de mercado para justificar su aceptación o rechazo de la inversión. proyecto. proyecto.

Por lo tanto, la idea de construir una planta de bebidas pájaro azul tradicional es ampliamente aceptada y muy atractiva para los consumidores e inversionistas, ya que existe una gran demanda del producto en la industria y no hay muchos solicitantes. Satisfacer las necesidades anteriores también contribuye a la economía y el turismo de la industria. La Dolorosa del cantón Echeandía, así como también brinda plazas de trabajo a los habitantes del sector al poner en marcha la empresa.

CAPÍTULO V

5 MARCO PROPOSITIVO

5.1 Propuesta

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PRODUCTORA DE BEBIDA TRADICIONAL “PÁJARO AZUL” EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA EN EL CANTÓN ECHEANDIA, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERIODO 2021-2025

Para el desarrollo esta propuesta de proyecto de viabilidad, se utilizará 4 tipos de estudios utilizados para determinar la viabilidad del proyecto, a saber: investigación de mercado, investigación técnica, investigación de gestión y economía financiera.

Cada estudio se detalla por separado a continuación:

5.1.1 *Estudio de mercado*

5.1.1.1 *Entorno y perspectiva del mercado*

El consumo de alimentos en el Ecuador es enorme, y la industria vitivinícola juega un papel especial en la producción y actividad económica del país.

El mercado de bebidas alcohólicas, donde la gente se divierte como entretenimiento, está relacionado con beber en cualquier evento social, y existe una mayor demanda en las zonas de clase media de la sociedad ecuatoriana, especialmente en la provincia de Bolívar, donde se produce y consume. Una de las razones por las que las productoras artesanales 100% premium no crecen es porque no cumplen con ciertos estándares de calidad y, por lo tanto, se quedan cortos.

Un aspecto muy importante es que las materias primas que se utilizan en la producción de alcohol como la caña de azúcar ahora se producen en grandes cantidades y se encuentran en muchas partes del país, especialmente en el cantón Echeandía, lo cual es un factor positivo, y para este estudio, porque no habrá problema de escasez física. El mercado del azúcar está dominado por un número muy pequeño de grandes empresas, el mercado de vinos artesanales es casi inexistente, la oferta es pequeña frente a la demanda, y la comercialización desde un inicio es entrega directa a intermediarios en latas, hipoteca. Ingresas a hogares con trabajadores no calificados en el interior del país.

5.1.1.2 Análisis de la demanda

La demanda especifica las diversas cantidades de un bien y/o servicio que un consumidor o comprador está dispuesto a comprar en un momento determinado y a un precio determinado.

Mediante el análisis de la demanda se podrá determinar el volumen de bienes que un potencial consumidor o comprador podrá obtener de la vinificación artesanal del pájaro azul a realizar del Cantón Echeandía.

5.1.2. Demanda actual

Con base en los resultados obtenidos de la encuesta poblacional de Echeandía como área muestral y correlacionados con los datos del Ministerio de Desarrollo Social, alrededor del 44% (6.320.758) consumen alcohol a nivel nacional. Frente a esta información del Ministerio de Desarrollo Social, hay un total de 11.637 personas de 18 a 65 años en Echeandía, es decir, son la P.E.A del cantón y el 86% de la población es nuestro mercado objetivo. Alrededor de 10.007 consumidores potenciales de alcohol.

5.1.3 Consumo de licor al año

La demanda anual dependiendo del número de consumidores potenciales y según el dato proporcionado por la OMS en el año 2013 nos arroja el siguiente valor.

$$D = N \times C_{pc}$$

$$D = 10.007 \text{ habitantes} * 9,4 \text{ litros}$$

$$D = 94066 \text{ litros anual.}$$

El valor Recuperado de: la demanda actual es de 94066 litros anual que consume la PEA del cantón Echeandía.

5.1.4 Proyección de la demanda

Después de completar el análisis y obtener una comprensión clara de los factores que afectan la demanda, el objetivo es crear un formato que le permita prepararse para cualquier cambio que ocurra en un lugar en particular o sus variables más explicativas y tomar las acciones necesarias. acciones relacionadas para aprovechar la situación en el caso de cambios positivos en la investigación o para prevenir daños graves en el caso de cambios negativos.

Tabla 1-5: Demanda proyectada

PERIODOS	DEMANDA
2021	94.066
2022	95.176
2023	96.300
2024	97.436
2025	98.586

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.1.4.1 Análisis de la oferta

El análisis de la oferta se realizó utilizando los datos proporcionados por los productores de pájaro azul de la región, reportando la producción anual y marcando los parámetros en los que basaremos nuestro pronóstico.

5.1.5. Competencia

El análisis se basará en la investigación de la competencia, por lo que es difícil estimar lo que parece desconocido, pero debido a algunos procedimientos de información indirecta, se puede obtener una idea aproximada del volumen de producción y las ventas competitivas.

Tabla 2-5: Producción de litros de empresas vinculadas a la fabricación de licor artesanal

Productores	Producción anual en litros
Michita	3021
Michita 2	17600
Don Dago	9050
Pájaro Azul	5700
Tronco del sabor	3500
Pájaro Azul Don Dago	2789
Tragos y mas	2960
Mercado 3	3680
TOTAL	48300 LITROS

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

La producción total asciende a la cantidad de 48300 litros anual, la cuales son las que abastecen a los consumidores del cantón y a sus alrededores.

5.1.6. Proyección de la oferta

Para poder pronosticar la oferta, se han evaluado varios proyectos para poder conocer el volumen de producción en el intervalo de tiempo, que se lleva a cabo en cooperación con varios productores de alcohol de la región, y el pronóstico para el próximo una. algunos años el procedimiento de mínimos cuadrados con creación de oferta.

Tabla 3-5: Oferta histórica

PERIODOS	OFERTA	X	XY	X ²
2013	11.174	1	11.174,00	1
2014	13.148	2	26.296,00	4
2015	15.470	3	46.410,00	9
2016	18.203	4	72.812,00	16
2017	21.417	5	107.085,00	25
2018	25.200	6	151.200,00	36
2019	29.651	7	207.557,00	49
2020	34.888	8	279.104,00	64
2021	41.050	9	369.450,00	81
2022	48.300	10	483.000,00	100
TOTAL	258.501,00	55	1.754.088,00	385

Fuente: Encuesta, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{11(1.754.088) - 55(258.501)}{11(385) - (55)^2}$$

$$b = 4.196,21$$

$$a = \frac{\sum y}{n} - b \frac{\sum x}{n}$$

$$a = \frac{258.501}{11} - 4.196,21 \frac{55}{11}$$

$$a = 2.519,04$$

$$y = a + bx$$

$$y = 2.519,04 + 4.196,21x$$

Tabla 4-5: Proyección de la oferta

PERIODOS	A	B	X	PROYECCIÓN
2021	2.519,04	4.196,21	11	48.300
2022	2.519,04	4.196,21	12	49.056
2023	2.519,04	4.196,21	13	49.553
2024	2.519,04	4.196,21	14	50.055
2025	2.519,04	4.196,21	15	50.563

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.1.7. Determinación de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se establece mediante la incompatibilidad entre la demanda y la oferta. La demanda insatisfecha proyectada para los próximos 5 años claramente va aumentando debido a que la oferta no tiene suficientemente capacidad productiva para cubrir la demanda existente del cantón.

Tabla 5-5: Demanda potencial insatisfecha

PERIODOS (AÑOS)	DEMANDA (L)	OFERTA (L)	DEM. INSATISFECHA (L)
2021	94.066	48.300	45.766
2022	95.176	49.056	46.120
2023	96.300	49.553	46.747
2024	97.436	50.055	47.381
2025	98.586	50.563	48.023

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.1.7.1 Marketing mix

El marketing mix hace informe a las 4 p del marketing como lo son: producto, costo, y promoción, en los cuales se fundamentó todo el esfuerzo del marketing.

5.1.7.2 Producto

El producto de la economía se define como el resultado Recuperado de: el proceso productivo dentro de la empresa (Quiroa, 2020).

En este caso, nuestro producto será una bebida alcohólica elaborada a base de caña de azúcar para satisfacer los deseos de los potenciales compradores, la cual tendrá una graduación alcohólica de 22 grados.

5.1.7.3 Marca

Dado que es un producto que define a la población, debe tener un nombre que refleje su cultura e identidad, eligiendo el nombre “AZULEJO”, que rinde homenaje al color de la bebida tradicional ecuatoriano llamado “Pájaro Azul” y al Índigo, pájaro tradicional que vive en esta zona por su clima subtropical, el ave suele vivir en los bosques tropicales o subtropicales de Ecuador.

5.1.7.4 Empaque

El producto será previamente embotellado en frascos de vidrio o también de plástico de 1 litro, las cuales poseerán un diseño único y en el cual se consiga apreciar el producto internamente.



Ilustración 1-5: Envase del Producto

Fuente: Juvasa.com, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.1.8. Etiqueta

La etiqueta se la diseña de acuerdo con lo que se pretende transmitir al consumidor y lo que personifica el nombre que se le ha dado.



Ilustración 2-5: Etiqueta del Producto

Fuente: Canva, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.1.8.1. Envase con la etiqueta

De la manera que se presenta en la figura 5-3 es como será presentado el recipiente con el producto internamente.



Ilustración 3-5: Envase con Etiqueta

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.1.8.2. Precio

Para establecer los precios fijos del licor artesanal se analizaron los siguientes datos:

- El coste se verifico por medio de preguntas o entrevistas a la gente que consume el licor artesanal.

- Verificación de diferentes locales o negocios que expendan licor para verificar sus precios y sacar un valor intermedio.
- Conjuntamente, los precios se conformaron por los costos de producción del producto.

Según los análisis de cuánto pagaría por el licor artesanal debidamente procesado, mediante los costos de producción, el incremento de los licores importados y en base al mercado de productos similares, se estableció el precio de venta estimado de: \$ 2,50 el litro para la venta en canecas, \$ 3,50 para las botellas de 1000 ml, y para las botellas de 500 ml se sugiere un precio de \$ 2,50 con lo cual la demanda posible en su mayoría si estaría totalmente de acuerdo en pagar.

Plaza

El lugar donde se producirá “Azulejo”, conocido como Pájaro azul, será en el cantón de Echeandía, cerca del punto de comercialización y distribución, los cuales serán las licoreras los puntos principales para la adquisición de nuestro distinguido producto, sin dejar de lado los demás puntos de distribución elegidos en el estudio de mercado por nuestra población de estudio.

Promoción

Los medios fundamentales por los cuales se dará el reconocimiento el producto son los siguientes:

- Menciones en las principales redes sociales que tengan más acogida como son Facebook que es una red que nos ayudara a crear publicidad y promociones de acuerdo a cada temporada WhatsApp que colaborara en la toma de pedidos y carta de presentación.
- En diferentes ferias gastronómicas que se realice en la ciudad para con ello crear un incentivo a los diferentes productores.
- Vallas publicitarias dentro o fuera de la ciudad en donde se muestre el producto y sus características distintivas en el mercado.
- Banners publicitarios que ayudan a que el producto llegue a más personas.

Estrategia de producto

- Se suministrará muestras gratis tanto en la planta fabricante como en las partes que se consagran a la distribución de este producto para que la gente lo experimente.
- Concentrar sabores que los clientes apetezcan para que de esta manera el producto sea más atractivo y deleite la delicadeza de los consumidores.

5.2 Análisis administrativo

El análisis administrativo de la empresa AZULEJO es uno de los aspectos más importantes del plan de negocios en cuanto a la estructura de gestión. Para realizar una investigación se debe desarrollar una idea de negocio junto con la misión, visión, valores de la empresa, análisis FODA, estructura organizacional, descripción detallada de la empresa, nombre y propósito, así como las licencias necesarias y sus documentos fundacionales. La realización de las artesanías mencionadas se trata de fomentar y salvar tradiciones primitivas que poco a poco van quedando en el olvido.

5.2.1 Filosofía empresarial

La filosofía empresarial de AZULEJO incluye todos los elementos necesarios para llevar un negocio, como un manual funcional para cada departamento, priorizando el logro de los objetivos comerciales y ayudando a fortalecer las relaciones con los comerciantes y el medio ambiente. Los productos de la competencia que ya están en el mercado contienen altos niveles de conservantes y colorantes nocivos, mientras que nuestra oferta es una bebida 100% natural, innovadora y tradicional. De esta manera, mostramos sus intereses a los consumidores de la ciudad y provincia.

5.2.1.1 Idea

Por ello, de acuerdo a las necesidades y gustos de los consumidores, el vino artesanal conocido comúnmente como Pájaro azul tiene una gran tradición y tradición en Guaranda, Echeandía, Guanajo, Caluma y otras ciudades del Departamento de Bolívar. El vino artesanal, o pájaro azul, se elabora artesanalmente a partir de ingredientes naturales, por lo que tiene un alto contenido alcohólico. Un gran número de PYMES no están adecuadamente gestionadas en términos de administración y operaciones, y hay muchos empresarios que inician un negocio sin evaluar los posibles riesgos financieros.

Por lo tanto, las empresas de consultoría se forman para crear servicios de calidad que satisfagan las necesidades de los posibles clientes y aclarar sus errores. La creación de un sitio web será uno de los factores a considerar en la publicidad, ya que la red digital actual es una estrategia para llegar a los clientes y promover las características, pantallas y funciones del producto. También permitirá a la empresa diferenciarse en el mercado local, ganar más ventaja en la comercialización de chichas de yuca y chonta, y así ganar más visibilidad en la venta de productos.

5.2.1.2 Nombre de la empresa y logo

EMPRESA AZULEJO



Ilustración 4-5: Imagotipo

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.2.1.3 Explicación del logo

AZULEJO: La armonía se representa en el disfrute de cada celebración y la tranquilidad que transmitimos al brindar nuestro producto a través de la satisfacción del cliente.

Nuestros colores representativos son el blanco y el azul porque son un complemento que representa confianza, dureza, seriedad, elegancia y espiritualidad.

5.2.1.4 Eslogan

“AZULEJO EL LICOR DE TUS SUEÑOS”

Misión

Tabla 6-5: Misión

PREGUNTAS	RESPUESTAS	DECLARACIÓN DE LA MISIÓN
¿Quiénes somos?	“AZULEJO” empresa laboriosa a producir licor artesanal	Proveer al mercado ecuatoriano, especialmente en Echeandía u otras ciudades de la provincia de Bolívar, licores artesanales deliciosos y de alta calidad que preserven la tradición de Bolívar y también realcen el atractivo regional, respondiendo a las preferencias de los consumidores de acuerdo con una filosofía de mercado que enfatiza la satisfacción del cliente mientras teniendo en cuenta sus gustos, expectativas y necesidades logrando así el desarrollo profesional y personal de nuestra empresa además de promover el turismo en la ciudad.
¿Para qué existimos?	Aportando a la producción nacional	
¿Qué hacer?	Adoptar los procesos y técnicas adecuadas para ser un actor clave en el desarrollo local	
¿Cuál son los productos más relevantes?	Licores artesanales de diferentes sabores.	
¿Para quienes trabajamos?	Para nuestros clientes de la ciudad de Echeandía o las de más ciudades de la provincia de Bolívar	
¿Por qué lo hacemos?	Con fuertes valores morales y éticos.	

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Proveer al mercado ecuatoriano, especialmente en Echeandía u otras ciudades de la provincia de Bolívar, licores artesanales deliciosos y de alta calidad que preserven la tradición de Bolívar y también realcen el atractivo regional, respondiendo a las preferencias de los consumidores de acuerdo con una filosofía de mercado que enfatiza la satisfacción del cliente mientras teniendo en cuenta sus gustos, expectativas y necesidades logrando así el desarrollo profesional y personal de nuestra empresa además de promover el turismo en la ciudad.

5.2.1.5 Visión

Tabla 7-5: Visión

PREGUNTAS	RESPUESTAS	DECLARACIÓN DE LA VISIÓN
¿Cómo deseamos que la entidad sea vista?	Ser una empresa líder en la producción de licores artesanales.	“AZULEJO” como empresa innovadora se posicionará en el mercado como líder en la producción, envasado y comercialización de alcohol, creará un medio para atraer turistas, reconocerá el rescate de los licores artesanales y las llamadas trapiches, y ampliará el mercado a nivel nacional sobre un período discrecional de cinco años,
¿Cómo deseamos que sean los productos de la entidad?	Realizar productos con NORMAS de calidad.	

¿A qué tipo de personas esperamos cautivar?	Atraer turistas ya sean nacionales o extranjeros	utilizando el sector turístico como motor de crecimiento.
¿Cuáles serán los beneficiarios?	Extender el mercado a nivel nacional aprovechando el entorno turístico	

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

“AZULEJO” como empresa innovadora se posicionará en el mercado como líder en la producción, envasado y comercialización de alcohol, creará un medio para atraer turistas, reconocerá el rescate de los licores artesanales y las llamadas trapiches, y ampliará el mercado a nivel nacional sobre un período discrecional de cinco años, utilizando el sector turístico como motor de crecimiento.

5.2.1.6 *Objetivos de la planta productora*

General

- Proporcionar al público en general la creación del producto de una bebida artesanal para su libre comercialización en la ciudad de Echeandía como también para las distintas ciudades de la provincia o fuera de la provincia.

Específicos

- Efectuar mercadotecnia de nuestro producto manejando la diferencia de los mismo con afinidad a la competencia, para así posicionarse vigorosamente la marca en el mercado real, también conservar una publicidad provocadora y constante, con la idea de posicionar la marca de dichos licores artesanales.
- Beneficiar principalmente la participación del sector turístico para proporcionar muestras del dicho licor artesanal y dar un reconocimiento de marca como identidad de la ciudad de Echeandía y sus bebidas artesanales.
- Mantener en constante comunicación tanto con las personas que consumen el licor artesanal, como en el mercado real y potencial, esto es fundamentalmente para el crecimiento sostenido de la empresa en todas las instancias.

5.2.1.7 Valores

Los valores son muy importantes para nuestra empresa porque son un gran impulsor de cómo hacer nuestro propio trabajo para evitar decepciones y marcar la estrategia, además, evitamos compromisos entre las partes de empleados por la desigualdad de éxito en el proceso de mejora continua.

- **Honestidad:** La honestidad se irradia en “AZULEJO” porque conseguimos observar que cada persona que se halla trabajando en la empresa está afiliada al IESS y de esta manera la Gerente Propietaria no damnifica a ninguna persona.
- **Lealtad:** El buen nombre de la empresa este valor se certeza ya que “AZULEJO” tiene gran responsabilidad con sus empleadores porque da a estar al tanto sus objetivos para que todos los empleados se perseveren por mejorar la empresa.
- **Convivencia:** Guardamos la habilidad a la plática en la interacción cotidiana como punto de éxodo del procedimiento de conflictos.
- **Puntualidad:** En “AZULEJO” la puntualidad es uno de los factores fundamentales ya que gracias a la exactitud la empresa ha desarrollado de una forma rápida ya que realiza los licores en fechas determinadas y tanto sus trabajadores tiene una inspección de la hora de entrada y de salida.
- **Respeto:** Alcanzamos y aceptamos la condición inseparable a las personas, como seres humanos con obligaciones y derechos, en un invariable proceso de mejora espiritual y material.

5.2.1.8 Estrategia genérica de negocio

Actualmente, en el mundo globalizado y de competencia implacable, donde factores tanto internos como externos inciden fundamentalmente en la mayor parte del desempeño de la empresa, las estrategias comerciales consideradas en el estudio están claramente orientadas hacia la estrategia empresarial. Inicie ventas competitivas con un gerente que refleje la identidad y el patrimonio de nuestros vinos artesanales frente a la competencia.

5.2.1.9 Análisis FODA

El siguiente análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica que, junto con toda la información obtenida de factores externos e internos de la empresa de licor artesanal “AZULEJO”, es útil para controlar la investigación, identificación y evaluación de las fortalezas y debilidades de la empresa, así como como oportunidades y amenazas.



Ilustración 5-5: Análisis FODA Fortalezas

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.



Ilustración 6-5: Análisis FODA Oportunidades

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

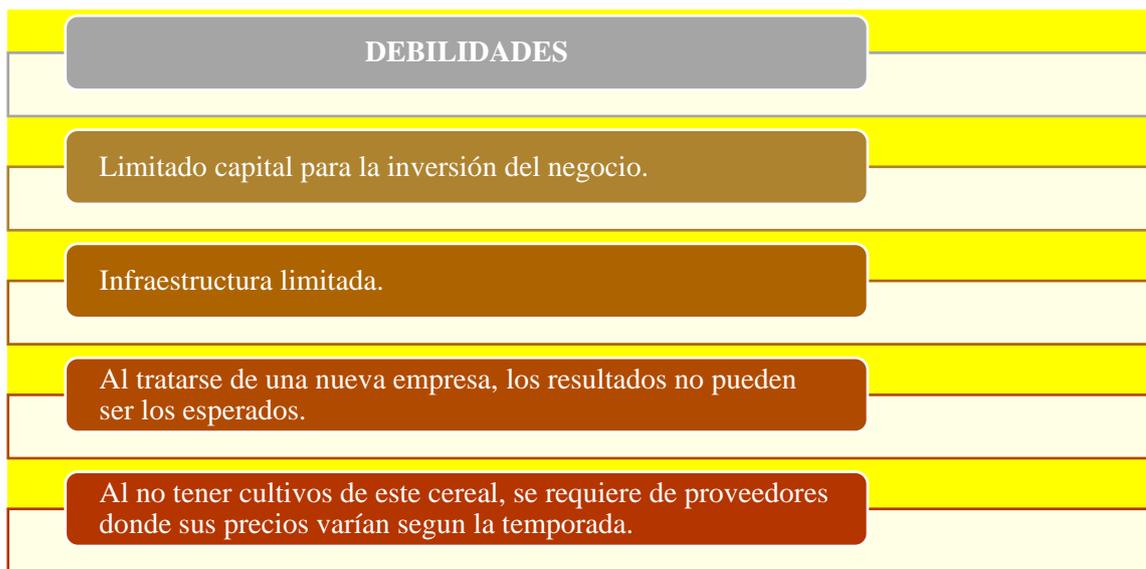


Ilustración 7-5: Análisis FODA Debilidades

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

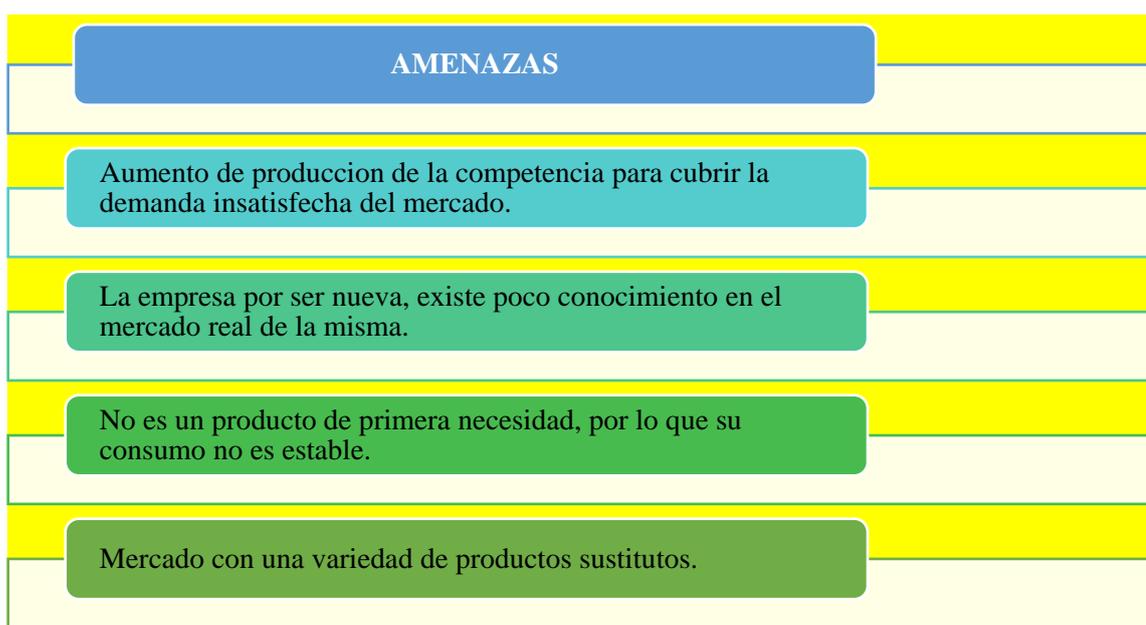


Ilustración 8-5: Análisis FODA Amenazas

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.2.1.10 Productos ofertados

El producto que se comercializará en la empresa “AZULEJO” es una bebida alcohólica tradicional elaborada a base de frutas naturales, entre ellas el licor elaborado en la ciudad de Echeandía, denominado pájaro azul, elaborado a base de alcohol etílico.

5.2.1.11 Estructura organizacional

La estructura organizacional de "AZULEJO" consta de un gerente diario y un asistente que dan soporte a todas las partes de la organización; contamos con un departamento de finanzas, un departamento de contabilidad, recursos humanos y personal técnico que serán fundamentales para la producción de "Azulejo" que la empresa logre.

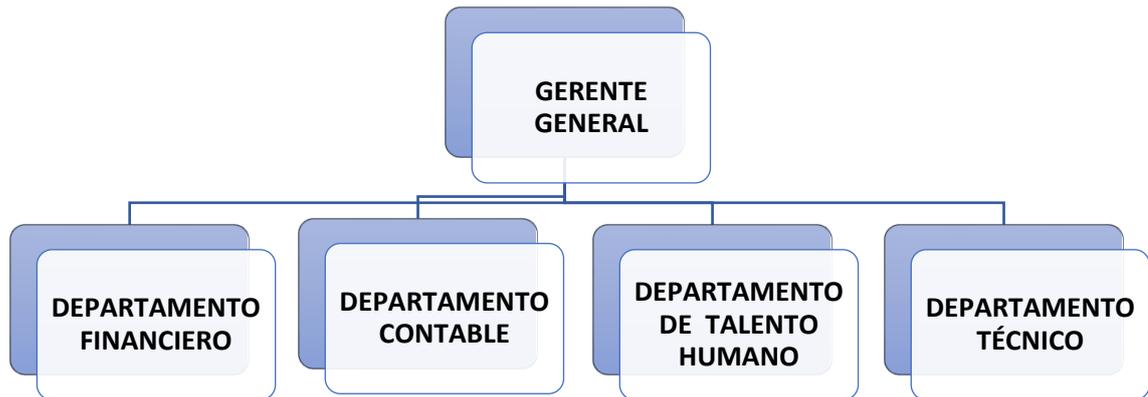


Ilustración 9-5: Organigrama Estructural

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.2.1.12 Análisis de cargos

En el análisis de puestos, desarrolle información sobre cada departamento y su función, cuándo se llena cada puesto y cómo se mantienen las relaciones, dejando espacio para las necesidades o requisitos que requiere cada puesto. ¿Cuáles son sus responsabilidades en su cargo?

Gerente general

Se presenta el análisis del cargo de gerente general que se lleva a cabo con el grado académico, sus funciones y otros requisitos.

Tabla 8-5: Análisis del Cargo del Gerente General

EMPRESA AZULEJO		
NOMBRE DEL PUESTO	Gerente General	
DEPENDE DE	Junta de Accionistas	
SUPERVISA A	Personal de la empresa	
NATURALEZA DEL PUESTO: Controla las actividades de la empresa y asesora a la administración.		
FUNCIONES:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Evalúa el control interno de la empresa 2. Velar por el cumplimiento de las leyes, normas, políticas y metas de la organización y recomendar los ajustes necesarios. 3. Realiza exámenes de Auditoría 4. Elabora el plan de actividades del departamento 5. Presenta informes 6. Asesora a la empresa 7. Realiza seguimiento a las recomendaciones 8. Delega funciones al personal subalterno 9. Reporta los resultados de sus informes a la junta de accionistas 10. Realizar reuniones con el equipo de auditoria para planificar y organizar el trabajo 11. Verificar los procesos relacionados con el manejo de los recursos, bienes y sistemas de información de la entidad y recomendar los correctivos que sean necesarios 12. Otras funciones a fines del departamento 		
REQUISITOS DEL PUESTO		
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero de Empresas o Ingeniero de Contabilidad y Auditoría	
AÑOS DE EXPERIENCIA	5 años	
CURSOS A FINES	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización legal • Manejo de paquetes informáticos sobre administración 	
CURSOS COMPLEMENTARIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones Humanas • Liderazgo • Cursos de idiomas 	
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión • Liderazgo • Confidencialidad 	

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Departamento financiero

A continuación, se presenta un análisis detallado del departamento financiero de la empresa “AZULEJO” para determinar el grado académico y competencias en que se da cada uno de los factores de evaluación.

Tabla 9-5: Análisis del Cargo del Departamento Financiero

EMPRESA AZULEJO			
NOMBRE DEL PUESTO		Departamento Financiero	
DEPENDE DE		Gerente General	
SUPERVISA A		Personal Auxiliar del departamento	
NATURALEZA DEL PUESTO: Verificar el uso o manejo adecuado de los Estados Financieros			
FUNCIONES:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesorar y acompañar en los diferentes procesos de la implementación de los requisitos que exige la Norma 2. Suministrar información clara, veraz y completa 3. Prevenir errores y fraudes 4. Determinar la exactitud de los Estados Financieros de la empresa 5. Emitir informes al inmediato superior. 6. Asesorar a la empresa 7. Examinar la información financiera y contable de la empresa 8. Supervisar las prácticas operativas. 9. Revisar informes y demás documentación. 10. Garantizar que todos los activos estén debidamente justificados. 			
REQUISITOS DEL PUESTO			
TÍTULO PROFESIONAL		Profesiones a fines administrativos y contables	
AÑOS DE EXPERIENCIA		5 años	
CURSOS A FINES		<ul style="list-style-type: none"> • Auditoría Interna • Actualización Contable • Actualización Tributaria 	
CURSOS COMPLEMENTARIOS		<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de Inglés • Relaciones Humanas 	
COMPETENCIAS		<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Manejo de estrés • Manejo de conflictos • Puntualidad 	

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Departamento contable

A continuación, se presenta un análisis detallado del departamento contable de empresa “AZULEJO” para determinar el grado académico y competencias en que se da cada uno de los factores de evaluación.

Tabla 10-5: Análisis del Cargo del Departamento Contable

EMPRESA AZULEJO			
NOMBRE DEL PUESTO		Auditor General	
DEPENDE DE		Gerente General	
SUPERVISA A		Personal de Auditoría Interna	
NATURALEZA DEL PUESTO: Controlar en el control y asesoría de las actividades del departamento.			
FUNCIONES:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Participa en la planificación y organización en la empresa 2. Asesora a la empresa 3. Controla trabajos de auditoría sub externos 4. Efectúa exámenes de Auditoría 5. Evalúa sistemas de Auditoría 6. Elaborar juntamente con la Administración la planificación 7. Supervisa funciones del personal Sub Alterno 8. Participa en las decisiones 9. Verifica que los bienes patrimoniales estén debidamente controlados 10. Representar al Auditor General en las reuniones internas y externas que éste disponga. 11. Brindar colaboración en situaciones de riesgo y siniestros que se presenten en la Auditoría y en la Empresa. 12. Realizar las labores administrativas que se derivan de su función. 			
REQUISITOS DEL PUESTO			
TÍTULO PROFESIONAL		Ingeniería de Administración de empresas o Ingeniería de Contabilidad y Auditoría y/o Profesionales a fines	
AÑOS DE EXPERIENCIA		5 años	
CURSOS A FINES		<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de Auditoría Interna • Cursos de paquetes Informáticos de Auditoría • Actualización Legal 	
CURSOS COMPLEMENTARIOS		<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de Inglés • Relaciones Humanas 	
COMPETENCIAS		<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de conflictos • Puntualidad • Confidencialidad 	

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Departamento de talento humano

A continuación, se presenta un análisis detallado del departamento de talento humano de la empresa “AZULEJO” para determinar el grado académico y competencias en que se da cada uno de los factores de evaluación.

Tabla 11-5: Análisis del Cargo del Departamento de Talento Humano

EMPRESA AZULEJO		
NOMBRE DEL PUESTO	Departamento de Talento Humano	
DEPENDE DE	Gerente General	
SUPERVISA A	Personal Auxiliar del departamento	
NATURALEZA DEL PUESTO: Verificar que las actividades de la empresa se cumplan con eficiencia y eficacia		
FUNCIONES: <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar la estructura organizativa de la empresa. 2. Verificar la existencia de objetivos y planes coherentes y realistas 3. Vigilar la existencia de políticas adecuadas y el cumplimiento de estas 4. Comprobar la confiabilidad de la información y de los controles establecidos 5. Verificar la existencia de métodos o procedimientos adecuados de operación y la eficiencia de estos 6. Comprobar la utilización adecuada de los recursos. 7. Reclutamiento del personal 8. Formación del personal 9. Desarrollo profesional 10. Evaluación del desempeño de los colaboradores 		
REQUISITOS DEL PUESTO		
TÍTULO PROFESIONAL	Administración de Empresas	
AÑOS DE EXPERIENCIA	5 años	
CURSOS A FINES	<ul style="list-style-type: none"> ● Actualización de manejo del personal ● Actualización de liderazgo 	
CURSOS COMPLEMENTARIOS	<ul style="list-style-type: none"> ● Cursos de Inglés ● Cursos de computación 	
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Puntualidad ● Confidencialidad 	

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Departamento técnico

Se presenta un análisis detallado del departamento técnico de la empresa “AZULEJO” para determinar el grado académico y competencias en que se da cada uno de los factores.

Tabla 12-5: Análisis de Cargo del Departamento Técnico

EMPRESA AZULEJO		
NOMBRE DEL PUESTO	Departamento Técnico	
DEPENDE DE	Gerente General	
SUPERVISA A	Personal Auxiliar del departamento	
NATURALEZA DEL PUESTO: Supervisar, controlar y evaluar que funcionen correctamente los sistemas informáticos de la empresa.		
FUNCIONES:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar los Software y Hardware de la empresa 2. Comprobar el cumplimiento de las licencias informáticas 3. Verificar el correcto uso de los Password de la empresa 4. Velar por el correcto uso oportuno de los recursos informáticos 5. Verificar si existe un respaldo de la información 6. Analizar los riesgos informáticos 7. Verificar si se mantiene un registro de cambios en los programas que indique la fecha en que se realizó 8. Suministrar información clara, veraz y completa 9. Consensuar un cronograma en el auditado o cliente 10. Análisis de la integridad, fiabilidad y certeza de la información 		
REQUISITOS DEL PUESTO		
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniería en Sistemas	
AÑOS DE EXPERIENCIA	5 años	
CURSOS A FINES	<ul style="list-style-type: none"> • Auditoría Interna • Técnico Administrativo • Gestión Tecnológica 	
CURSOS COMPLEMENTARIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de Ingles 	
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Manejo de estrés • Manejo de conflictos • Puntualidad 	

Fuente: Estudio de campo, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.3 Análisis técnico

Para efectuar el estudio técnico es necesario reconocer la tendencia y localización de la empresa, para examinar y predecir el movimiento del mercado, tomando en cuenta datos históricos y estadísticos del sector.

5.3.1 Localización

La ubicación de la empresa “AZULEJO” es importante, porque describirá la industria en la que se establecerá el negocio, la tasa de crecimiento local, cómo ayudará al negocio, los costos y gastos en los que se incurrirá, así como las ganancias futuras. Pueden proporcionar esto en función de varios factores de su ubicación.

5.3.1.1 Macro localización

La empresa estará ubicada en la Provincia de Bolívar, una provincia con una flora muy rica, ya que encontramos empresas en diferentes ciudades, y proviene de una provincia ubicada en el medio del país, una zona entre los Andes o montañas, principalmente en la cuenca del Chimbo en el sur y el monte en las laderas exteriores en el oeste.

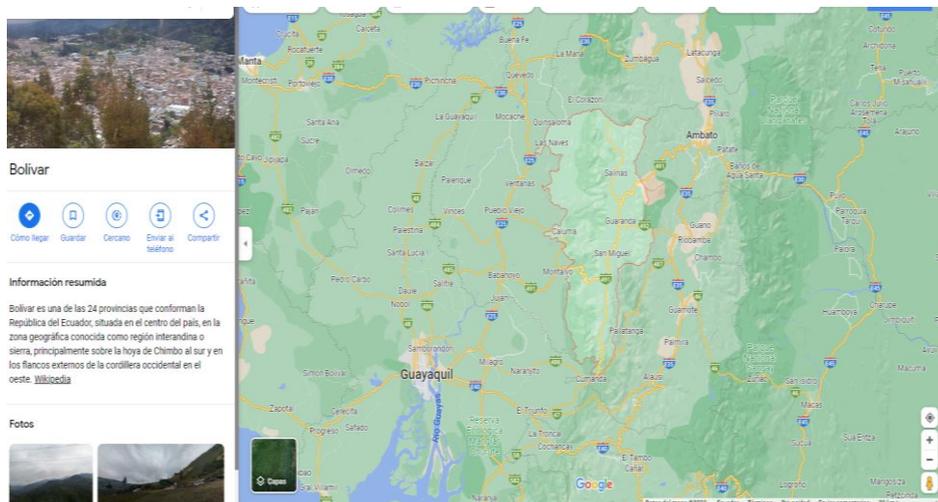


Ilustración 10-5: Macro Localización Mapa de la Provincia de Bolívar

Fuente: Google Map, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.3.1.2 Micro localización

La empresa se ubicará en el cantón Echeandía, al frente del parque central del mismo cantón la dirección puntual sería en la avenida Echeandía y calle Gonzalo Suarez que es una zona comercial en donde se hallan diferentes locales.

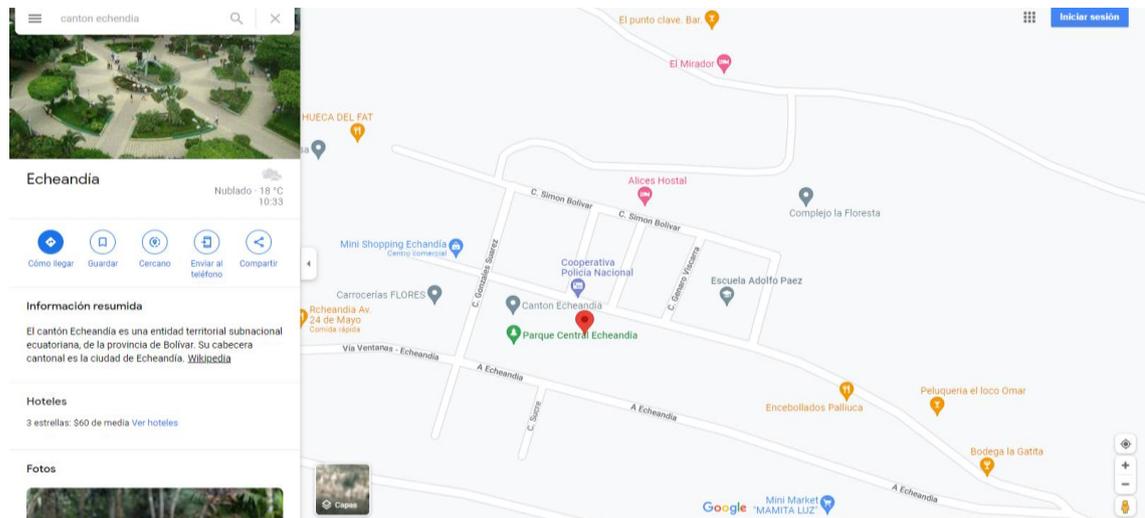


Ilustración 11-5: Micro Localización del Cantón Echeandía

Fuente: Google Map, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Factores para considerar la micro localización

El área que la empresa está a punto de crear es muy bienvenida porque tiene acceso a servicios básicos como electricidad, agua potable, saneamiento y acceso a transporte público, ya que está ubicada en una calle principal.

5.4 Estudio económico financiero

Al realizar la investigación económica, determinar la factibilidad del proyecto, determinar las inversiones necesarias para la producción, envasado y venta del vino aromatizado, así como determinar los costos y gastos en que incurriremos. Los estudios financieros son muy importantes porque no dan una idea clara de la rentabilidad del proyecto. Determinar el capital de inversión inicial para iniciar el proyecto.

- Establecer los costos de operación para cada período de producción del proyecto.
- Comprobar la posición financiera a través del Estado de Resultados, Balance General y Estado de Flujos de Efectivo, para tomar decisiones con este.

- Estipular la rentabilidad del proyecto.

Cabe recalcar que “AZULEJOS” ha analizado muchos factores económicos y considerado su inversión inicial para realizar las operaciones diarias y entender cómo pronosticar los servicios. Intenta que la inversión sea lo más rentable posible a principios de año, teniendo en cuenta los activos, los pasivos y el patrimonio. Al realizar un estudio financiero, encontramos que el proyecto es financieramente viable, ya que el VAN Recuperado del financiamiento fue mayor a 0 y la tasa interna de retorno fue mayor a la tasa de retorno mínima permisible. Con base en estos resultados, el proyecto fue evaluado como financieramente viable.

5.4.1 Inversión

En la planta “AZULEJO” se determinó una inversión inicial que se detalla a continuación:

Tabla 13-5: Inversiones

INVERSIONES	INICIO DE ACTIVIDADES
ACTIVO NO CORRIENTE	
Arriendo	60.000,00
Mobiliaria	2.500,00
Equipos De Computo	4.000,00
Maquinaria E Instrumentos	9.000,00
Vehículos	17.000,00
Otros (Instalaciones Eléctricas, Pago De Peones, Combustible, Reparación De Equipos).	3.000,00
TOTAL NO CORRIENTE	41.500,00
ACTIVO CORRIENTE	
Tesorería (Caja Bancos)	2.000,00
TOTAL CORRIENTE	2.000,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 43.500,00

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Para dar inicio a la operación de la fábrica “AZULEJO” se necesita efectivo o activos bancarios y fondos, contamos con una inversión de \$ 43.500,00 los cuales serán distribuidos en arriendo con un valor de \$ 60.000, mobiliaria (escritorios, sillas, mostradores, vitrinas ,archivadores ,muebles de recepción) con un estimado de \$2.500,00, equipos de cómputo, maquinaria e instrumentos (embotelladora, etiquetadora y selladora) valorado en \$3.000,00, un vehículo Chevrolet del año 2015 para poder transportar el producto a diferentes partes del Ecuador valorado en \$17.000,00 ;contamos también con instalaciones eléctricas ,pago de peones ,combustible y reparación y mantenimiento de equipos con un valor de \$3.000,00 para la implementación de la misma que cumpla con los lineamientos y normas de funcionamiento de la empresa.

5.4.2 Amortizaciones

Al momento de comprar activos fijos, la depreciación y el uso de activos fijos se complementan, por lo que es necesario preparar un informe de depreciación, comprender la vida útil de cada activo fijo, elaborar un plan de reposición para que la empresa pueda operar sus equipos y materiales en la mejor condición, cada depreciación de activos fijos se detalla en un período de cinco años.

Tabla 14-5: Activos Fijos

ACTIVO NO CORRIENTE	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	\$60.000,00	\$60.000,00	\$60.000,00	\$60.000,00	\$60.000,00	\$60.000,00
Mobiliaria	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00
Equipos De Computo	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00
Maquinaria E Instrumentos	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
Vehículos	\$17.000,00	\$17.000,00	\$17.000,00	\$17.000,00	\$17.000,00	\$17.000,00
OTROS (Instalaciones Eléctricas Etc.)	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
TOTAL	\$41.500,00	\$41.500,00	\$41.500,00	\$41.500,00	\$41.500,00	\$41.500,00

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 15-5: Amortizaciones

AMORT.	VIDA UTIL	% AMORT	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mobiliaria	5	10%	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00
Equipos De Computo	3	33%	\$1.320,00	\$1.320,00	\$1.320,00	\$1.320,00	\$1.320,00
Maquinaria E Instrumentos	10	10%	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00
Vehículos	5	20%	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00
OTROS (Instalaciones Eléctricas, Etc.)	3	10%	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
TOTAL			\$6.170,00	\$6.170,00	\$6.170,00	\$4.850,00	\$4.850,00

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 16-5: Amortización Acumulada

AMORT. ACUMULADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mobiliaria	\$250,00	\$500,00	\$750,00	\$1.000,00	\$1.250,00
Equipos De Computo	\$1.320,00	\$2.640,00	\$3.960,00	\$3.960,00	\$3.960,00
Maquinaria E Instrumentos	\$900,00	\$1.800,00	\$2.700,00	\$3.600,00	\$4.500,00
Vehículos	\$3.400,00	\$6.800,00	\$10.200,00	\$13.600,00	\$17.000,00
OTROS (Instalaciones Eléctricas, Etc.)	\$300,00	\$600,00	\$900,00	\$1.200,00	\$1.500,00
TOTAL	\$6.170,00	\$12.340,00	\$18.510,00	\$23.360,00	\$28.210,00

Fuente: Estudio financiero, 2022

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.3 Financiación

A continuación, la empresa la artesanal “AZULEJO” otorga un préstamo de \$24,500,00 al Banco Guayaquil al 9% de interés anual a nuevos negocios o empresas a un plazo fijo de 5 años, que se

muestra y conociendo los recursos propios de \$ 19,000,00 dando así un total de \$ 43,500,00 como financiación.

Tabla 17-5: Financiación

EMPRESA “ASULEJO”	
Financiación	Inicio De Actividades
Recursos Propios	\$19.000,00
Préstamos	\$24.500,00
Tipo de Interés	9%
Años	5
TOTAL FINANCIACIÓN	\$43.500,00

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 18-5: Comparación de la Inversión

Inversión	\$43.500,00
Financiación	\$43.500,00

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.4 Devolución del financiamiento

Para la devolución del monto otorgado por el Banco Guayaquil, es necesario calcular el plazo esperado de 5 años, se indicarán 3 elementos: el primero es un capital significativo asociado únicamente al monto pagado del banco; el otro elemento es el costo financiero de usarlo cuando finalmente paga el préstamo.

Tabla 19-5: Cálculos Intermedios

Capital Vivo	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Préstamo año 0	\$24.500,00	\$20.405,23	\$15.944,03	\$11.080,23	\$5.778.68	0.00
TOTAL	\$24.500,00	\$20.405,23	\$15.944,03	\$11.080,23	\$5.778.68	0.00
PRÉSTAMOS						

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 20-5: Gastos Financieros

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prestamao año 0	\$2.205,00	\$1.836,56	\$1.434,96	\$997,22	\$520,08
TOTAL PRÉSTAMOS	\$2.205,00	\$1.836,56	\$1.434,96	\$997,22	\$520,08

Fuente: Estudio financiero, 2022.

laborado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 21-5: Devolución Prestamos

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prestamao año 0	\$4.093,77	\$4.462,20	\$4.863,00	\$5.301,54	\$5.778.68
TOTAL PRÉSTAMOS	\$4.093,77	\$4.462,20	\$4.863,00	\$5.301,54	\$5.778.68

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.5 Servicios

Empresa de bebidas artesanales “AZULEJO” brinda servicios en el primer año, con un total de 45,766 unidades de alcohol con un valor de \$3,50; es importante establecer crédito a nuestros clientes para que así accedan a nuestros productos y tengan un límite de tiempo de hasta 15 días de poder cancelar en nuestro departamento financiero.

Tabla 22-5: Ventas Y Ingresos

EMPRESA “AZULEJO”						
Descripción		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto Servicio 1	producto	\$45.766,00	\$46.306,04	\$46.852,45	\$47.405,31	\$47.964.69
	Precio	\$3,50	\$3,65	\$9,80	\$3,94	\$4,10
	ingreso	\$160.181,00	\$169.017,04	\$187.039,31	\$186.776,92	\$196.655,24
TOTAL INGRESOS		\$160.181,00	\$169.017,04	\$187.039,31	\$186.776,92	\$196.655,24

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022..

Tabla 23-5: Periodo Medio De Cobro (Días)

Periodo medio de cobro (días)	15 días	15 días	15 días	15 días	15 días
Crédito a clientes	6.582,78	6.945,91	7.316,68	7.3675,76	8.081,72

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 24-5: Costos de consumo

Compras/Su ministros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Toneladas de caña de azúcar	\$ 527,00	\$ 533,20	\$ 539,49	\$ 546,00	\$ 552,00
Precio	\$ 35,05	\$ 35,05	\$35,05	\$ 35,05	\$ 35,05
Costes	\$ 18.471,35	\$ 18.688,66	\$ 18.909,12	\$ 19.137,30	\$ 19.347,60
Envases	\$ 45.766,00	\$ 46.120,00	\$ 46.747,00	\$ 47.381,00	\$48.023,00
Precio	\$ 1,25	\$ 1,28	\$ 1,31	\$ 1,34	\$ 1,37
Costes	\$ 57.207,50	\$ 59.033,60	\$ 61.238,57	\$ 63.490,54	\$ 65.791,51
TOTAL COSTES	\$ 75.678,85	\$ 77.722,26	\$ 80.147,69	\$ 82.627,84	\$ 85.139,11

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 25-5: Crédito de Proveedores

Crédito de proveedores/días	21 días	21 días	21 días	21 días	21 días
Total	\$ 4.354,13	\$ 4.471,69	\$ 4.611,24	\$4.753,963	\$4.898,41

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Los costos de materia prima del primer año de operación de “AZULEJOS” se estiman en \$18,471,35, el cual incluye costos adicionales como los envases, útiles de oficina y consumibles, cartuchos de impresora, papel, bolígrafos y pegamentos y otros elementos necesarios. Y recibir del proveedor un plazo aproximado de 21 días en los que puedas generar los ingresos necesarios para pagar cada mes las obligaciones anteriores.

5.4.6 Gastos

Por cuanto, “AZULEJO” pagará a los asociados un pago aproximado a partir de un salario mensual promedio de \$1150,00 sumando varios empleados, mientras que al personal

administrativo le correspondería salarios diversos al personal de producción, los cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 26-5: Gastos Del Personal

Personal	Datos
Salario medio mensual	\$ 1.150,00
Incremento salarial anual	6.25%
N° de empleados año 1	3
N° de empleados año 2	3
N° de empleados año 3	3
N° de empleados año 4	3
N° de empleados año 5	3
% coste Seguridad Social	11.15%
Alquiler mensual	\$ 575,00
Subida anual prevista en %	2%

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 27-5: Gastos Del Personal (Años)

Personal	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario medio mensual	\$ 41.400,00	\$ 1.836,56	\$ 46.657,76	\$ 52.761,37	\$ 56.058,96
% coste Seguridad Social	\$ 4.616,10	\$ 5.211,14	\$ 5.536,84	\$ 5.882,89	\$ 6.250,57
Total gastos de personal	\$ 46.016,10	\$51.947,86	\$ 55.194,60	\$ 58.644,27	\$ 62.309,53
Alquiler mensual	\$ 6.900,00	\$ 7.038,00	\$ 7.178,76	\$ 7.322,34	\$ 7.468,78

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 28-5: Otros Gastos

Electricidad	\$ 225,00
Teléfono	\$ 100,00
Internet	\$ 80,00
Insumos y Suministros	\$ 50,00
Agua Potable	\$ 55,00
Seguros	\$ 88,00
OTROS	\$ 40,00
Subida media anual en %	1.5%

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 29-5: Otros Gastos (Años)

Otros Gastos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Electricidad	\$ 2.700,00	\$ 2.740,00	\$ 2.781,61	\$ 2.823,23	\$ 2.865,68
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.218,00	\$ 1.236,27	\$ 1.254,81	\$ 1.273,64
Internet	\$ 960,00	\$ 974,40	\$ 989,02	\$ 1.003,85	\$ 1.018,91
Insumos y Suministros	\$ 600,00	\$ 609,00	\$ 618,14	\$ 627,41	\$ 636,82
Agua Potable	\$ 660,00	\$ 669,90	\$ 679,95	\$ 690,15	\$ 700,50
Seguros	\$ 1.056,00	\$ 1.071,84	\$ 1.087,92	\$ 1.104,24	\$ 1.120,80
OTROS	\$ 480,00	\$ 487,20	\$ 494,51	\$ 501,93	\$ 509,45
Total Otros Gastos	\$ 7.656,00	\$ 7.770,84	\$ 7.887,40	\$ 8.005,71	\$ 8.125,80
Total Gastos	\$ 60.572,10	\$ 66.756,70	\$ 70.260,77	\$ 73.972,32	\$ 77.904,12

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.7 Estado de resultados

Se estima que la venta de la producción de la empresa “AZULEJO” comience en \$ 160,181,00 lo que ayuda a abordar el valor de varios factores como el capital, los pagos de alquiler, amortizaciones, pagos del personal y préstamos, así como los impuestos, los servicios públicos y las reservas; se hizo una proyección para los próximos 5 años, en donde los resultados arrojaron resultados positivos.

Tabla 30-5: Cuenta de Resultados

Dividendos	\$ 1.749,94	\$1.859,80	\$2.252,91	\$2.737,07	\$3.177,22
Reservas	\$ 9.916,34	\$10.538,84	\$12.766,50	\$15.510,08	\$18.004,23
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 160.181,00	\$169.017,04	\$178.039,31	\$ 186.776,92	\$ 196.655,24
Aprovisio Namiento	\$ 75.678,85	\$77.722,26	\$80.147,69	\$ 82.627,84	\$ 85.139,11
Utilidad Bruta	\$ 84.502,15	\$ 91.294,78	\$ 97.891,62	\$104.149,08	\$111.516,13
Gastos del Personal	\$ 46.016,10	\$51.947,86	\$55.194,60	\$58.644,27	\$62.309,53
Gastos Generales	\$ 6.900,00	\$ 7.038,00	\$7.178,76	\$7.322,34	\$7.468,78
Otros Gastos	\$ 7.656,00	\$7.770,84	\$7.887,40	\$8.005,71	\$8.125,80
EBITDA (Beneficio antes de intereses, impuestos)	\$ 23.930,05	\$ 24.538,08	\$27.630,85	\$30.176.76	\$33.612,01
Amortizaciones	\$6.170,00	\$6.170,00	\$6.170,00	\$4.850,00	\$4.850,00
EBIT (Beneficios antes de interes e impuesto)	\$ 17.760,00	\$18.368,08	\$21.460,85	\$25.326.76	\$28.762,01
Gastos financieros	\$ 2.205,00	\$1.836,56	\$1.434,96	\$997,22	\$520,08
25% Impuestos sobre beneficios	\$ 3.888,76	\$4.132.88	\$5.006,47	\$6.082,39	\$7.060,48
Utilidad neta	\$ 11.666,29	\$ 12.398,64	\$ 15.019,41	\$ 18.247,16	\$ 21.181,45

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Cabe señalar que los valores obtenidos en el estado de resultados son positivos, pues con el pago de las obligaciones financieras y tributarias, siempre podrá cobrar la utilidad y distribuirla a sus empleados, socios y reservas para incrementar el patrimonio de la empresa.

5.4.8 Tesorería

En el consolidado de liquidez de la empresa “AZULEJO” por 5 años de operación, se describen detalladamente los ingresos y gastos a pagar por el desarrollo de su operación.

Tabla 31-5: Saldo Inicial

Saldo Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$ 2.000,00	\$11.1763,9	\$23.765,00	\$37.606,47	\$52.448,62
(+) Beneficio	\$11.666,29	\$12.398,64	\$15.019,41	\$18.247,16	\$21.181,45
(+) Amortizaciones	\$6.170,00	\$6.170,00	\$6.170,00	\$6.170,00	\$6.170,00
(+) Crédito de proveedores	\$4.354,13	\$117,57	\$139,55	\$6142,69	\$144,48
(-) Crédito a clientes	\$6.582,78	\$363,12	\$370,78	\$359,08	\$405,96
(-) Dividendos	\$1.749,94	\$1.859,80	\$2.252,91	\$2.737,07	\$3.177,22
(-) Devolución de prestamos	\$4.093,77	\$4.462,20	\$4.863,80	\$5.301,54	\$5.778,68
Saldo Final	\$11.763,92	\$23.765,00	\$37.606,47	\$52.448,62	\$69.262,69

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

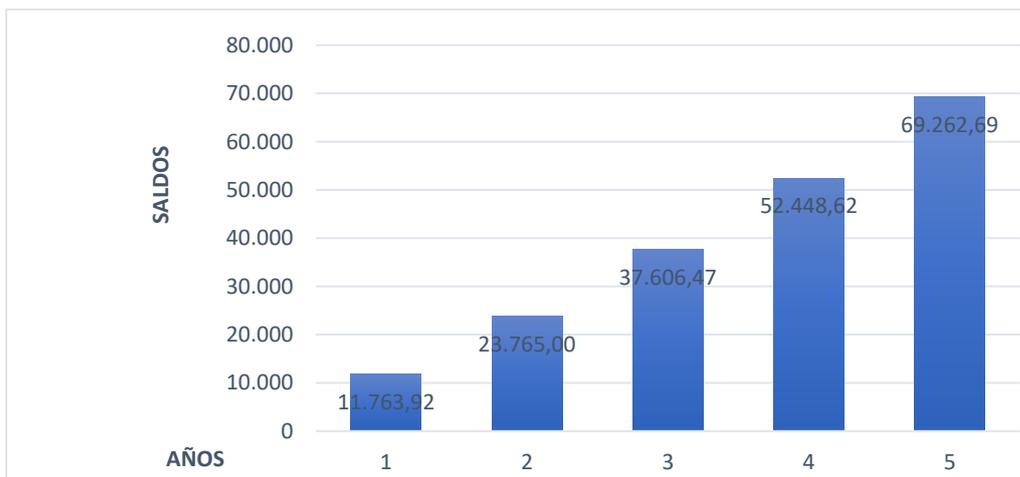


Ilustración 12-5: Situación de la tesorería al final de cada año

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.9 Balance general

La empresa de bebidas tradicionales “AZULEJO” realiza un balance general proyectado para los próximos cinco años, en el cual es necesario comparar los activos, pasivos y patrimonio con el fin de evaluar su gestión y realizar el proceso de corrección por parte de la administración si esta amerita.

Tabla 32-5: Balance General Proyectado

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inmoviliado	\$41.500,00	\$41.500,00	\$41.500,00	\$41.500,00	\$41.500,00
Amortizaciones	\$6.170,00	\$12.,340,00	\$18.510,00	\$23.360,00	\$28.210,00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$35.330,00	\$29.160,00	\$22.990,00	\$18.140,00	\$13.290,00
Clientes	\$6.582,78	\$6.945,91	\$7.316,68	\$7.675,76	\$8.081,72
Tesorería	\$11.763,92	\$23.765,00	\$37.606,47	\$52.448,62	\$69.262,69
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$18.346,70	\$30.710,91	\$44.923,15	\$60.124,39	\$77.344,42
TOTAL ACTIVO	\$53.676,70	\$59.870,91	\$67.913,15	\$78.264,39	\$90.634,42
PASIVO	-	-	-	-	-
Recursos Propios	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00	\$19.000,00
Reservas	\$9.916,34	\$20.455,19	\$33.221,69	\$48.731,77	\$66.736,00
Préstamos	\$20.406,23	\$15.944,03	\$11.080,23	\$5.778,68	\$9.850,00
TOTAL NO CORRIENTE	\$49.322,58	\$55.399,22	\$63.301,92	\$73.510,46	\$85.736,00
Proveedores	\$4.354,13	\$4.471,69	\$4.611,24	\$4.753,93	\$4.898,41
TOTAL CORRIENTE	\$4.354,13	\$4.471,69	\$4.611,24	\$4.753,93	\$4.898,41
TOTAL PASIVO	\$53.676,70	\$59.870,91	\$67.913,15	\$78.264,39	\$90.634,42

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.10 Análisis del balance, punto de equilibrio y rentabilidad

Los valores a continuación incluyen los indicadores financieros que desea medir la gestión en azul oscuro, mientras que valores como la relación de apalancamiento llevan a los gerentes a un tercio de los números. Sus fondos pueden ser pagados para que el proyecto pueda ser viable, por otro lado, el índice de liquidez es fundamental porque determina que la empresa debe ser capaz de convertir sus activos en dinero para pagar sus pasivos o reinvertir allí estos fondos, etc. Estos indicadores brindan una guía ideal para la gestión de proyectos, es claro que las empresas productoras de vino artesanal “AZULEJO” encontrarán las mejores condiciones para realizar sus actividades, beneficiándose a sí mismas y a su entorno.

Tabla 33-5: Análisis Del Balance

Análisis Del Balance	Inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Limite
Fondo de maniobra	\$2000,00	\$13.992,58	\$26.239,22	\$40.311,92	\$55.370,46	\$72.446,00	>0.00
Tesorería	\$2000,00	\$11.763,92	\$23.765,00	\$37.606,47	\$52.448,62	\$69.262,69	>0.00
Ratio de Tesorería	-	4.21	6.87	9.74	12.65	15.79	>0,50
Ratio de Liquidez	-	4.21	6.87	9.74	12.65	15.79	>1,50
Ratio de Endeudamiento	0,56	0.46	0.34	0.23	0.13	0.05	>0,60

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 34-5: Punto De Equilibrio

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Limite
Ventas (V)	\$160.181,00	\$160.181,00	\$160.181,00	\$160.181,00	\$160.181,00	-
Costes variables (C)	\$75.678,85	\$77.722,26	\$80.147,69	\$82.627,84	\$85.139,11	-
Margen (M)	\$84.502,15	\$91.294,78	\$97.891,62	\$104.149,08	\$111.516,13	>CF

%Margen /ventas	53%	54%	55%	56%	57%	>1,50
Costes Fijos (CF)	\$60.572,10	\$66.756,70	\$70.260,77	\$73.972,32	\$77.904,12	>M
Rentabilidad (ventas mínimas para no obtener pérdidas)	\$114.819,56	\$123.588,89	\$127.786,00	\$132.659,08	\$137.381,50	>V

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 35-5: Rentabilidad Económica

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIMITES
Rotación (Ventas/Activos)	2.98	2.82	2.62	2.39	2.17	>0
Margen(Ebit/Ventas)	0.11	0.11	0.12	0.14	0.15	>0

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 36-5: Rentabilidad Financiera

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIMITES
Apalancamiento (Activo/Recursos Propios &BAI/EBIT)	1.63	1.37	1.21	1.11	1.04	>=1
Efecto Fiscal (Resultado fiscal/BAI)	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	>0
ROE (Rendimiento del Capital)	0.40	0.31	0.29	0.27	0.25	>0
ROE EN %	40.34%	31.42%	28.76%	26.94%	24.71%	>0

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES PRODUCIDAS

Tabla 37-5: Unidades Producidas

PUNTO DE EQUILIBRIO		
COSTO FIJO (t)	60,572.10	
COSTO VARIABLE (u)	1.65	
PRECIO DE VENTA (u)	3.5	

UNIDADES	COSTO TOTAL	INGRESOS
0	60.572,10	0
3000	65.522,10	10.500,00
6000	70.472,10	21.000,00
9000	75.422,10	31.500,00
12000	80.372,10	42.000,00
15000	85.322,10	52.500,00
18000	90.272,10	63.000,00
21000	95.222,10	73.500,00
24000	10.0172,10	84.000,00
27000	105.122,10	94.500,00
30000	110.072,10	105.000,00
33000	115.022,10	115.500,00
36000	119.972,10	126.000,00
39000	124.922,10	136.500,00
42000	129.872,10	147.000,00
45000	134.822,10	157.500,00
48000	139.772,10	168.000,00
51000	144.722,10	178.500,00
54000	149.672,10	189.000,00
57000	154.622,10	199.500,00
60000	159.572,10	210.000,00
63000	164.522,10	220.500,00

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

El punto de equilibrio de la empresa expresada en unidades de producción arroja un valor de 33000 botellas, lo que significa que estas unidades producidas serán suficientes cubrir todos los gastos y costos que genera la empresa, pero sin tener una ganancia o pérdida en cuenta a utilidad, es decir siempre y cuando las unidades producidas sean mayores que PE se obtendrá ganancias, y en caso contrario perdidas cuando las unidades producidas sean menor que PE.

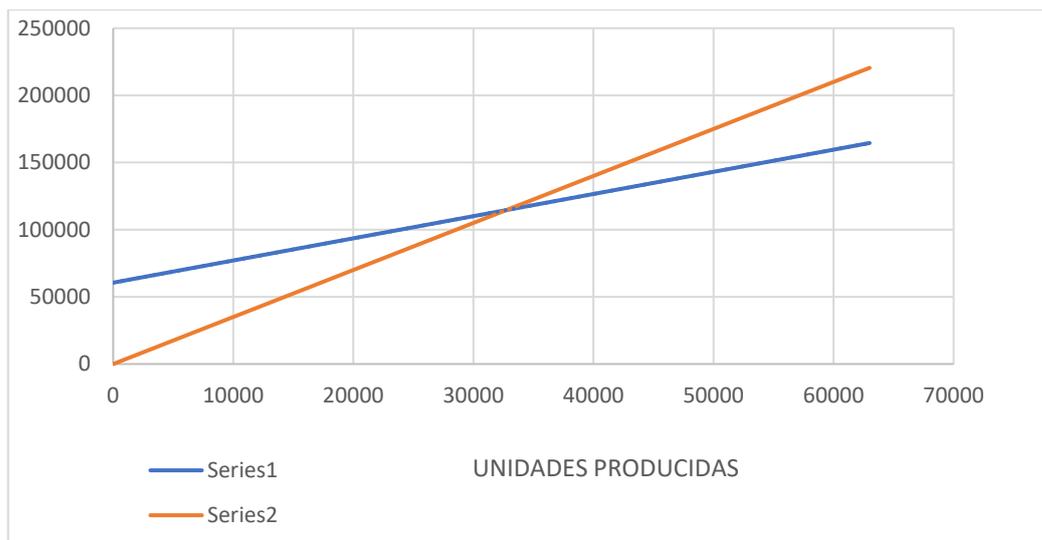


Ilustración 13-5: Punto de Equilibrio en Unidades Producidas

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.11 Evaluación del proyecto

En esta sección se detalla la gestión de procesos en la empresa de licor artesanal “AZULEJO” para una previsión patrimonial, una métrica de inversión por flujo de caja y tasa interna de retorno, que mide la rentabilidad de una empresa, una inversión, y su valor es el conjunto ofertado.

Tabla 38-5: Depreciación De Activos Fijos

DOTACIÓN AMORTIZACIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR DE SALVAMENTO
Arriendo	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mobiliaria	\$2.500,00	\$250,00	\$250,00	250,00	250,00	250,00	\$ 1.250,00
Equipo de Computo	\$4.000,00	\$1.320,00	\$1.320,00	\$1.320,00	\$1.320,00	\$1.320,00	\$6.600,00
Maquinaria e Instrumentos	\$9.000,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$900,00	\$4.500,00
Vehiculos	\$17.000,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$3.400,00	\$12.000,00
TOTAL	\$32.500,00	\$6.170,00	\$6.170,00	\$6.170,00	\$4.850,00	\$4.850,00	\$107.415,00

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

Tabla 39-5: Flujo De Caja

Denominación	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones	\$43.500,00					
Valor de Salvamento		\$1.250,00	\$6.600,00	\$4.500,00	\$12.000,00	\$107.415,00
Capital de Trabajo		\$44.244,00	\$48.332,00	\$50.110,12	\$60.401,92	\$82.242,83
Utilidad Neta		\$11.666,29	\$12.398,64	\$15.019,41	\$18.247,16	\$21.181,45
Depreciaciones		\$6.170,00	\$6.170,00	\$6.170,00	\$4.850,00	\$4.850,00
Flujo de Caja	- \$43.500,00	\$17.836,29	\$18.568,64	\$21.189,41	\$23.097,16	26.031,45
Factor de Actualización	1.00	0.95	0.91	0.86	0.82	0.78
Flujo de Caja Actualizado	- \$43.500,00	\$16.986,94	\$16.842,30	\$18.304,21	\$19.002,09	20.396,32
TOTAL		\$14.420,10	\$33.829,24	\$52.133,46	\$71.135,54	\$91.631,86

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

5.4.12 Tasa interna de retorno y Valor actual neto

La tasa interna de retorno (TIR) se utiliza como indicador de la rentabilidad de un proyecto, asumiendo que todas las ganancias se reinvierten directa y automáticamente a la misma tasa de interés. El resultado obtenido durante el cálculo tomando en cuenta en l monto de financiamiento para la creación de la empresa y su s ingresos durante los próximos 5 años arroja un resultado positivo con un valor de 81%.

El valor actual de una inversión no es más que su valor en la moneda actual. Es el equivalente actual de todos los ingresos y gastos actuales y futuros que componen el proyecto. Al determinar el resultado del VAN, consideramos que el proyecto es rentable y considerando los diversos flujos de efectivo generados, arrojaría un valor de \$ 82.080.71.

El cálculo de la TIR de la opción muestra que, dado que la TIR es superior a la tasa de descuento, es adecuada para hacer negocios y realizar las actividades día a día propuestas.

- Si $TIR \geq TMAR$, se debe aceptar la inversión.
- Si $TIR < TMAR$, se debe descartar la inversión.

Tabla 40-5: Tasa De Descuento

TASA DE DESCUENTO	9%
VAN	\$34.986,97
TIR	37%
B/C (Beneficio/Costo)	2,10

Fuente: Estudio financiero, 2022.

Realizado por: Paullan, K., 2022.

El indicador financiero Beneficio/Costo, da como resultado un valor de 3,49 lo que se traduce que por cada dólar invertido en la empresa “Azulejo” para la producción de la bebida tradicional, obtendremos de como retorno 2,49 dólares de ganancia.

5.5 Estudio legal

5.5.1 Constitución legal

Posibles nombres que pueden ser relevantes para la organización que se está evaluando, donde fueron:

- AZULEJO
- AZULITO
- AZUXL

La selección es AZULEJO, por lo que el siguiente paso será hacer una cita en el Gerente General de la empresa para el Acta de Incorporación correspondiente.

El titular del certificado de reserva de nombre original emitido por Super des entre Enterprises y debe estar acompañado de una copia de la cédula de identidad del socio y una carta de solicitud del representante legal del banco para abrir la cuenta. Puede obtener un certificado con el monto de la inversión.

Para obtener información sobre las actividades de la sociedad, deberá adjuntar el DNI de cada socio y copia de la votación, el acta de la asamblea de abogados, el original de la cuenta bancaria de la organización y el nombre del comprobante original recibido. Fondos de reserva emitidos por la súper empresa para administrar las operaciones de la Notaría de Quito.

Después de completar con éxito los procedimientos anteriores, los estatutos serán adoptados y publicados en el periódico del lugar de residencia de la organización respectiva. Es esencial publicar extractos de los estatutos en los medios impresos más populares. Los extractos de Temperament Writing publicados a través de un editor de artículos de gran circulación son trascendentales.

5.5.2 Registro del nombre comercial

Una vez completados los estatutos legales de la empresa, se debe registrar la razón social ante la Dirección de la Propiedad Intelectual y Tributaria del Ecuador, para lo cual se requiere la asistencia de un abogado.

Su nombre elegido requiere investigación antes de enviar una solicitud. A través de esta búsqueda, podemos saber si un nombre ya está registrado, y si obtenemos un resultado positivo, se procesará el registro correspondiente. Los documentos solicitados por la oficina legal deben ser presentados al SENADI a fin de garantizar una solución adecuada para el registro y presentación de derechos de propiedad al SRI.

5.5.2.1 Registro del signo distintivo

- Formulario doble expedido por el SENADI, para presentar dos ejemplares.
- El valor nominal de la marca.
- La naturaleza del signo (nominal, figurativo, mixto, fonético, olfativo, táctil)
- Tipo de marca (marca, marca de servicio, nombre comercial, logo comercial, indicación geográfica, punzón, marca colectiva, marca de certificación, marca comercial o marca)
- Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante.

- Nacionalidad del signo (país en el que se fabrica o en el que se prestan los servicios)
- Si firma el representante legal, se deberá agregar el nombre, apellidos, dirección, teléfono y demás datos personales.
- El signo debe tener una descripción clara y completa, es decir, si es un signo, solo las palabras que componen el signo, si es un símbolo, describen su forma, color y otras propiedades.
- Enumere los productos, servicios o actividades que amparan, según la Clasificación de su 9na edición.
- Un número de clasificación según los bienes o servicios que contiene.
- En el caso de solicitud de marca, se deberá indicar la marca que acompaña al logotipo, indicando el valor nominal, el número de solicitud o registro, la fecha y el grado internacional de la marca asociada a dicho logotipo.
- Toda solicitud debe ser patrocinada por un abogado, indicando su nombre, su IEPI o su caso legal.
- Los documentos a los que se refiere el Anexo Estándar son:
 - a) Comprobante original del pago de la tasa. El recibo debe contener el nombre del reclamante o abogado patrocinador.
 - b) Pague etiquetas pictóricas o mixtas, seis etiquetas adhesivas de papel de 5 x 5 cm.
 - c) Copia del documento nacional de identidad si el solicitante es una persona física.
- Firma del solicitante.
- Firma del abogado, número de registro.

5.5.2.2. *Permisos*

Aspectos tributarios

Aquellos considerados ejecutores del proyecto serán elegibles para una RUC, Licencia de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Quito y Licencia de Funcionamiento de la Ciudad de Quito.

RUC

Debe gestionar un registro unificado de contribuyentes corporativos, los documentos pertinentes para este proceso son los originales y copias certificadas de las normas generales, la designación del representante legal. La ley deberá estar inscrita en el registro de sociedades, documento de identidad y voto, así como el original y copia del servicio de luz, teléfono o teléfono de agua potable dentro de los tres últimos meses contados a partir de la fecha de realización del trámite. Cabe señalar que la declaración de impuestos de una persona jurídica debe ser anual, mientras que la declaración de IVA debe ser mensual.

Licencia de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Debe solicitar una inspección, donde la empresa debe cumplir con los requisitos, por ejemplo, comprar extintores instalados por miembros de la organización de acuerdo a su tamaño y distribución. Física de los locales de oficina. Los documentos requeridos para este trámite son: original y última copia de la Asamblea Nacional Popular, copia de los estatutos, copia de la planilla de representación legal de la organización, copia a color de la cédula de identidad y copia de el documento. Acta de voto que represente al representante legal. Nombre de la empresa y la factura original para la compra de extintores a completar cada año y la factura requerida para la renovación de la licencia correspondiente.

Licencia de funcionamiento de la ciudad

Para proceder con el trámite de licenciamiento se requieren los siguientes elementos: Poder y planilla de honorarios, actualización del RUC, copia de los estatutos sociales de la sociedad, copia de la designación de representante legal de la sociedad, copia a color de la cédula de identidad del representante, original y copia de licencia de bombero, planos de oficina.

CONCLUSIONES

- Se consideró la información teórica en la investigación, mediante la cual se obtuvieron nuevos conocimientos sobre temas que no se conocían y que ayudaron para saber cómo se debería desarrollar un proyecto de factibilidad de la manera correcta y así obtener buenos resultados a la hora de llevar esos conocimientos a la práctica.
- Se realizaron estudios de carácter técnico, administrativo, financiero, legal y de mercado con los cuales se pudo conocer que la puesta en marcha de la empresa productora de “Pájaro Azul” es factible, ya que los resultados que arrojaron dichos estudios fueron alentadores y demostraron que la empresa si tendrá buena aceptación en el mercado de los consumidores de bebidas.
- Se determinaron las normas legales para la constitución y producción de la bebida tradicional “Pájaro Azul” que se producirá y comercializara en la planta productora para que de esta manera no exista ningún problema al momento de poner en marcha la empresa y también se desarrollaron estrategias de comercialización para que la empresa tenga buenos ingresos y utilidades por la producción y venta del producto.

RECOMENDACIONES

- Para desarrollar una adecuada estructura del marco teórico se recomienda realizar primero una lista con los temas principales y de los temas secundarios que se investigaran para que al momento de su desarrollo no exista ningún problema de que se añadan temas que no tienen relación alguna con el tema principal de investigación.
- Para saber si un proyecto o negocio es factible, viable y sostenible en el tiempo, se recomienda que se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto y sopesar ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo y pensar en invertir dicho dinero en algo que si sea rentable y que genere utilidades.
- Antes de llevar a cabo un negocio o proyecto, se recomienda analizar primero los factores legales y desarrollar estrategias de ventas y comercialización para que cuando llegue el momento de poner en marcha la empresa no exista ningún impedimento por no cumplir con algún factor legal o por no tener buenas estrategias que ayuden al desarrollo y crecimiento de la misma.

GLOSARIO

Consultoría de gestión: Su finalidad es solucionar una necesidad o problema específico en la organización, esto se denomina soporte (Arias E. , 2020).

Control: Reconocer las consecuencias conseguidos de un transcurso o diligencia para medir con las derivaciones anheladas (Arboleda, 2017).

Depreciación: En economía, la depreciación se llama depreciación o la disminución en el valor de un activo o pasivo (Pedrosa, 2016).

Manual de funciones: El documento contiene información distinguida para la ejecución de los movimientos de cada cargo que integra un departamento y esta información servirá para integrar a la empresa (Agullo, 2016).

Plan de negocio: Instrumento que define, planifica los objetivos y la viabilidad del negocio (Iza, 2018).

BIBLIOGRAFÍA

- Abad Revelo, D. S. (2013). *Proceso de producción del licor Pájaro Azul, para convertirlo en producto exportable con estándares de calidad*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Agullo, S. (Silvia Agullo de 2016). *Repositorio Institucional*. Recuperado de: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4082/1/AGULL%C3%93%20L%C3%93PEZ%20SILVIA.pdf>
- Alarcón Alarcón, D. S., & Quishpe Yanchaliquin, V. R. (2017). *Identificación del proceso manual de la bebida alcohólica común denominada bluebird en la Diócesis reglamentada de la Provincia de Bolívar*. (Tesis de grado). Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda.
- Alcohol, C. (enero de 2020). *Concepto de alcohol*. Recuperado de: <https://www.cat-barcelona.com/faqs/view/que-es-el-alcohol-y-que-efectos-produce/>
- Alegsa, L. (16 de Mayo de 2018). *ALEGSA*. Recuperado de: <https://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Ángel Protector. (2020). *Herramientas para la prevención y manejo del consumo de alcohol antes de los 18 años para que padres y madres conozcan por qué es un problema que los menores de 18 años consuman alcohol*. Recuperado de: <http://redpapaz.org/alcohol/index.php/que-es/que-es-una-bebida-alcoholica>
- Arboleda, J. (2017). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Consultora en Gestión Empresarial*. Ibarra: Patria.
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 202.
- Arias, A. S. (12 de Mayo de 2019). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Arias, E. (2020). *Economipedia.com*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/factibilidad-legal.html#:~:text=La%20factibilidad%20legal%20realiza%20un,jur%C3%ADcos%20necesarios%20para%20su%20funcionamiento.&text=Esto%20la%20diferencia%20de%20otras,se%20centra%20en%20aspectos%20econ%C3%B3micos>
- Banco Central del Ecuador BCE. (30 de Noviembre de 2020). *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/pib-ecuador-contraccion-banco-central.html>
- Baquerizo, J. E. (2017). *Análisis de aguardiente*. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35909/1/TESIS%20Gs.%20301%20-%20An%20c3%a1lisis%20origen%20variedades%20aguardiente%20P%20c3%a1jaro%20Azul.pdf>

- Bella, L. I. (2016). *¿Qué son la Oferta y la Demanda?*. New York: Britannica Educational Publishing.
- Caurín, J. (21 de Febrero de 2018). *Emprende Pyme*. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>
- Cerro, J. d. (2017). *¿Qué es el emprendimiento Social?*. México: Iztaccihualt S.A.
- Deloitte. (2017). *El Alcohol Artesanal*. México: Deloitte.
- Dolores, G. M. (2019). *Variables del Marketing Mix*. Andalucía.
- Echeverría Ruíz, C. D. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Publicando*, 180-185.
- Editorial Vértice. (2007). *Gestión de proyectos*. España: Editorial Vértice.
- El Telégrafo. (3 de Abril de 2018). *El telégrafo*. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/programaeconomico-leninmoreno>
- En Colombia. (29 de Mayo de 2019). *En colombia.com*. Recuperado de: <https://encolombia.com/economia/empresas/definicionyclasificaciondelaempresa/>
- Erazo, J. P. (Febrero de 2016). *Repositorio UNACH*. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/541b/627d6e08b0b4fb4ca412638730a15080a7f1.pdf>
- ESAN. (25 de Octubre de 2016). *Conexión Esan*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/el-ciclo-de-vida-del-proyecto/>
- Espinoza, D. (14 de Agosto de 2017). *El universo*. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/tendencias/2017/08/14/nota/6330676/sector-automotor-plantea-propuestas-desarrollo-productivo#:~:text=Seg%C3%BAn%20Daniel%20Espinosa%2C%20vicepresidente%20de,fin%20de%20fomentar%20las%20inversiones>.
- Estrada, L. A. (2019). Proyectos de inversión. *Universidad Autónoma del Estado de México*, (pág. 2). México.
- Galán, J. S. (15 de Febrero de 2019). *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Grande, E. A. (2006). *Análisis de Encuestas*. Madrid: ESIC.
- Guaylla Puma, M. D., & Sinche Tuquinga, B. E. (2016). *Diseño de un taller móvil para el servicio de mecánica automotriz, en la ciudad de riobamba en el periodo 2015-2016*. Riobamba.
- INEC. (2010). *Ecuador el Cifras*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2016). *Ecuador en Cifras*. Recuperado de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016_AnuarioTransportes_Resumen%20Metodol%C3%B3gico.pdf

- INEC. (15 de Octubre de 2020). *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/personas-desempleo-ecuador-inec-enemdu.html>
- INEC. (7 de Enero de 2021). *Primicias*. Recuperado de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-anual-diciembre-inec-ecuador/>
- INEN. (2015). *INEN. Norma Técnica Ecuatoriana 1837. Bebidas Alcohólicas. Licores. Requisitos*. Recuperado de: <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/2015.pdf>
- Iza, M. (06 de Diciembre de 2018). *Gestión Digital*. Recuperado de: <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/quito-concentra-su-economia-en-los-servicios>
- Katherin, Rivera. (13 de mayo de 2016). *La identidad del licor artesanal Pájaro Azul y su influencia*. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24352/1/Katherynn%20Rivera%202016.pdf>
- Keller, A. (14 de Septiembre de 2019). *Crece Negocios*. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/punto-de-equilibrio/>
- Kenedy, A. (21 de Diciembre de 2019). *Crece Negocios*. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/precio/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- López, P. L. (2004). *Scielo*. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci_arttext
- Maguiña Rivero, O. F., & Ugarriza Gross, G. A. (2016). *Análisis FODA: Un enfoque pragmático*.
- Malla, Y. J. (2016). *Análisis de oferta y demanda y su incidencia en determinar los precios en bienes y servicios de la economía*. Machala: Patria.
- Matute, J. E. (2020). *Estudio de factibilidad para apertura de la sucursal de ecotono consultores cia. Ltda. en la ciudad de riobamba*. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.
- Motorgiga. (23 de Mayo de 2017). *Motorgiga*. Recuperado de: <https://diccionario.motorgiga.com/diccionario/repuesto-definicion-significado/gmx-niv15-con195376.htm>
- Moya, R. D. (2017). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 5.
- OBS Business School. (2020). *Qué es un proyecto. Una definición práctica*. Recuperado de: <https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/administracion-de-proyectos/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica>
- Pacheco Coello, C. E., & Pérez Brito, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. México: Sextil Online.

- Padilla, M. C. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe.
- Pedrosa, S. J. (9 de Febrero de 2016). *Economipedia.com*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion.html>
- Prieto, J. (2019). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Ecoe.
- Quiroa, M. (15 de Mayo de 2020). *La producción es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>
- Red, E. (2018). *Cantón Echeandia*. Recuperado de: [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Echeandia_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Echeandia_(Ecuador))
- Riquelme, M. (8 de Abril de 2020). *Web y Empresas*. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/como-se-clasifican-las-empresas/>
- Secretaría de Economía. (2010). *Comercialización*. Recuperado de: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,lo%20conozcan%20y%20lo%20consuman.>
- Secretaría de Movilidad. (15 de Octubre de 2020). *Gestión Digital*. Recuperado de: <https://www.revistagestion.ec/sociedad-analisis/mientras-el-transporte-publico-sea-deficiente-el-parque-automotor-seguira#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20Secretar%C3%ADa%20de%20Movilidad,en%20continuo%20proceso%20de%20saturaci%C3%B3n.>
- SRÍ. (16 de Junio de 2020). *GOB.EC*. Recuperado de: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>
- SUPERCÍAS. (28 de Febrero de 2020). *Portal Supercías*. Recuperado de: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/76783625-5a7e-4ba0-888b-7e12adad61e7/Ley+Org%C3%A1nica+de+Emprendimiento+e+Innovaci%C3%B3n.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=76783625-5a7e-4ba0-888b-7e12adad61e7>
- The Center on Alcohol Marketing and Youth. (2021). *La Comercialización de Bebidas Alcohólicas y los Jóvenes: Un Panorama General*. Recuperado de: http://www.camy.org/_archive2015/research/Summary_Brochures/brochure0305spanish.pdf
- Turismo Tradicional en Bolívar - Guaranda WACV. (2020). *Turismo Tradicional en Bolívar - Guaranda WACV*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/turismotradicionalenguarandaac/4---desarrollo/b---gastronomia/3---pajaro-azul>
- Uribe, J. A. (2018). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe.

- Valarezo, S. B., Delgado VÍctore, R., & Vérez, M. A. (16 de Junio de 2020). *Scielo*. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362016000300009&script=sci_arttext&tlng=pt
- Ward, L. (2020). *Industria de las bebidas*. Recuperado de: <https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+65.+Industria+de+las+bebidas>
- Web Editor. (2020). El mercado de bebidas alcohólicas en Ecuador. *Revista Industrias*, 3-5.
- Wikipedia. (5 de diciembre de 2019). *Pájaro Azul*. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1jaro_azul
- Zambrano, I. A. (2019). *Agrotendencia.tv*. Recuperado de: <https://agrotendencia.tv/agropedia/el-cultivo-de-la-cana-de-azucar/>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN OBJETIVO

ENCUESTA

Objetivo: Analizar la factibilidad de la implementación de una planta productora de bebida tradicional pájaro azul por lo tanto se realizará preguntas dirigidas a la población objetivo del Cantón Echeandía, Provincia de Bolívar.

➤ **Genero**

Masculino	
Femenino	

➤ **Estado civil**

- Soltero ()
- Casado ()
- Divorciado ()
- Otros ()

1. Seleccione su rango de edad

- 18-25 años ()
- 25- 32 años ()
- 32-39 años ()
- 39-46 años ()
- Más de 50 años ()

2. ¿Consume usted bebidas alcohólicas?

- SI ()
- NO ()

3. ¿Con que frecuencia usted consume bebidas alcohólicas?

- 1 vez al mes ()
- 2 veces al mes ()

- 3 veces al mes
- 4 veces al mes
- Solo en ocasiones especiales
- No consume

4. Seleccione en cuál de estos lugares usted compra bebidas alcohólicas.

- Licorerías de barrio
- Comisariatos
- Tienda Especializadas (Taberna, Bodegón)
- Internet (Redes Sociales)
- Otros (Especifique)

5. ¿Estaría dispuesto a probar el licor Pájaro Azul producido en el Cantón Echeandía?

- Si
- No

6. ¿Qué característica preferiría al momento de comprar el licor pájaro azul?

- Precio
- Tamaño
- Calidad
- Presentación
- Otro especifique

7. ¿En qué ocasiones o lugares ha consumido el licor Pájaro Azul?

- Discotecas o Bares
- Fiesta de las ciudades
- Reuniones Familiares
- Eventos sociales
- Reuniones con amigos
- Por turismo

- No he consumido
- Otro especifique

.....

8. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por una botella de licor Pájaro Azul?

- \$ 3,00 a 3,50
- Mas de \$ 3,50 a 4,00
- \$ 5,00 a 5,50
- \$ 6,00 a 6,50

9. ¿Cómo le gustaría tener noticias de la planta productora del licor pájaro azul del Cantón Echeandía?

- Ferias y eventos
- Internet y redes sociales
- Prensa, radio y tv
- Otro especifique

.....

AGRADEZCO POR SU COLABORACIÓN



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 28 / 02 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: KARINA ELIZABETH PAULLAN BORJA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0409-DBRA-UPT-2023