



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
SUDAMERICANO
QUITO - ECUADOR**

**ESCUELA DE
Gastronomía**

PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA:

**Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedica a la
producción y comercialización de licor artesanal en el sector Sur de Quito, Parroquia
Guamaní.**

AUTOR(ES): Chaciguano Guevara Nathaly Selena

TUTOR: Mtr. Almeida Reina María Belén

Distrito Metropolitano de Quito, abril 2024

AUTORÍA

Yo, Nathaly Selena Chaciguano Guevara, portador de la cédula de ciudadanía No. 175364333-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y que he consultado e investigado en base a las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. Esta investigación no contiene plagio alguno y es resultado de un trabajo serio desarrollado en su totalidad por mi persona.

Nathaly Selena Chaciguano Guevara

CC. 1753643335

CERTIFICACIÓN

Una vez que se ha culminado la elaboración del proyecto de titulación cuyo tema es: “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de un licor artesanal en el sector Sur de Quito, Parroquia Guamaní.”, certifico que el mismo se encuentra habilitado para su defensa pública.

**Mrt. Christian Martínez de la Escuela de
Gastronomía
Instituto Tecnológico Superior Sudamericano Quito**

CERTIFICACIÓN

Por medio del presente certifico que el señor Nathaly Selena Chaciguano Guevara, ha realizado y concluido su trabajo de titulación, cuyo tema es: “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de un licor artesanal en el sector Sur de Quito, Parroquia Guamaní”, para obtener el título de Tecnólogo en Gastronomía, bajo mi tutoría.

Mrt. María Belén Almeida Reina
Director del Proyecto de Titulación

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a Dios por brindarme salud y vida, y por poder haberme permitido llegar hasta esta etapa de mi vida el cual es estar culminado mis estudios.

Quiero agradecer en especial a mis padres ya que ellos han estado durante todo este camino a mi lado dándome cariño, consejos, ánimo y fuerzas para continuar con mis estudios, a pesar de las dificultades que se presentaron en todo este tiempo ellos nunca me abandonaron, de igual forma me han brindado el soporte económico y material poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos.

También me gustaría agradecer mis profesores, ya que ellos me han acompañado durante este tiempo que he pasado en el instituto desde el primer semestre hasta el quinto semestre, en los cuales hemos pasado tantos momentos inolvidables de risas, llantos, así mismo de todos los consejos que me han brindado. Gracias a que me han transmitido sus conocimientos estoy aquí, pero también quiero agradecer por su amistad por que más que tener un trato de maestros a estudiantes también llegaron a ser como una segunda familia.

DEDICATORIA

La presente tesis quiero dedicar a Dios y a mis padres, Anita Guevara y Francisco Chaciguano, ya que ellos me han brindado todo para poder estar aquí y que el esfuerzo que han hecho valió la pena, quiero en especial dedicarla a mi mami, ya que con todos los consejos que me dio hizo que siguiera adelante en este camino y nunca rendirme, ella nunca dudo de mí y me apoyo siempre también me dio su amor incondicional y ánimo necesario para al fin logara esta meta, quiero que ambos sepan que los amo con todo mi corazón y que les agradezco por haberme apoyado para llegar a este momento de mi vida que es terminar con mi estudios y nunca olviden que este logro también es para los dos.

También se la dedico al pedacito de cielo que se está formando en mi vientre, a mi princesa que llevo en el momento que menos la esperaba, pero ha sido una bendición y una felicidad tan grande, mi muñequita me ha dado fuerzas para seguir adelante y no quedarme estancada, y quiero que cuando sea grande vea lo que hizo su madre y se sienta muy orgullosa, y que jamás olvide lo mucho que la amo y que le agradezco por ser fuerte y aguantar tantas malas noches que parecían eternas, pero a pesar de eso ella siempre estuvo conmigo, ya que con sus pataditas me daba el ánimo y fuerzas para terminar todo.

Se la dedico a Kevin Jaramillo ya que a pesar de todo lo que hemos pasado, fue un apoyo muy grande para mí, ahora que estoy terminado una meta más, deseo que me sigas acompañándome en este camino largo que nos espera, ahora vamos a tener a nuestra hija y vamos a luchar por ella y espero que recuerdes que este logro también es para ti y que jamás olvides que Te amo.

RESUMEN

El presente proyecto tuvo la finalidad de analizar la factibilidad de la creación de una microempresa de licores artesanales en la ciudad de Quito, parroquia Guamaní. Este estudio busco proporcionar una comprensión detallada de los factores que influirían al éxito.

Los licores artesanales se elaboran utilizando una variedad de ingredientes naturales como hojas, frutos, tallos, raíces, cáscaras, jugos de frutas y aceites esenciales, en la elaboración de nuestro licor se destaca el uso de las frutas, y del aguardiente, uno de los primeros destilados obtenidos a partir de la caña de azúcar, estos componentes no solo son materias primas, sino también portadores de legados culturales y ancestrales que perduran en el tiempo.

Lo que se destaca del producto es su elaboración, ya que cuenta con la fermentación subterránea que ese un método tradicional y con esta técnica se obtiene un producto innovador. Mediante el uso de las materias primas y las condiciones ambientales de la fermentación como resultado final es la obtención de nuestro licor, brindando un producto nuevo al consumidor.

La metodología que se aplicó en el proyecto incluye tres componentes esenciales: un estudio de mercado, un estudio técnico y un análisis financiero, los cuales se combinan para ofrecer una evaluación completa de la factibilidad del proyecto desde diferentes perspectivas.

En conclusión, este proyecto permitió determinar la factibilidad para la creación de una microempresa y los beneficios en calidad, cultura y demanda para los consumidores.

Palabras Clave: licor artesanal, bebidas alcohólicas, microempresa

ABSTRACT

The purpose of this project was to analyze the feasibility of creating a micro-enterprise of artisanal liquors in the city of Quito, Guamaní parish. This study seeks to provide a detailed understanding of the factors that would influence success.

Artisanal liqueurs are made using a variety of natural ingredients such as leaves, fruits, stems, roots, peels, fruit juices and essential oils. In the production of our liqueur, the use of fruits and brandy stands out, one of the .The first distillates obtained from sugar cane, these components are not only raw materials, but also bearers of cultural and ancestral legacies that last over time.

What stands out about the product is its preparation, since it has underground fermentation, which is a traditional method and with this technique an innovative product is obtained. Through the use of raw materials and the environmental conditions of fermentation, the final result is obtaining our liquor, providing a new product to the consumer.

The methodology that was applied in the project includes three essential components: a market study, a technical study and a financial analysis, which are combined to offer a complete evaluation of the feasibility of the project from different perspectives.

In conclusion, this project made it possible to determine the feasibility of creating microbusiness and the benefits in quality, culture and demand for consumers.

Keywords: artisanal liquor, alcoholic beverages, microenterprise

ÍNDICE

Introducción.....	16
Justificación	18
Antecedentes.....	19
Objetivos.....	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos	21
Marco Teórico.....	22
Desarrollo del Proyecto de Titulación.....	24
Estudio de Mercado	24
Caracterización del producto.	24
Sector industrial al que pertenece el producto.....	26
Caracterización del mercado consumidor.	26
Caracterización del mercado competidor.	28
Antecedentes y perspectivas del sector industrial.....	28
La Demanda	30
Variables de la demanda.....	30
Comportamiento histórico de la demanda.....	31
Proyección de la demanda.....	32
La Oferta	33
Empresas ofertantes del producto	33

Participación del mercado	33
Comportamiento histórico de la oferta.....	34
Proyección de la oferta.....	35
Demanda insatisfecha	36
Cálculo y grafico de la demanda insatisfecha	36
Condición que define la demanda insatisfecha.....	37
Segmentación	38
Descripción de variables de segmentación a priori.....	38
Segmentación a priori.....	39
Cuantificación de segmento.....	39
Mercado objetivo.....	40
Cálculo de la muestra	40
Selección del tipo de muestreo	40
Diseño del cuestionario	41
Tabulación de datos	43
Marketing mix.....	52
Precio.....	52
Producto.....	52
Plaza	54
Promoción.....	54
Estudio Técnico.....	55
Capacidad del proyecto	55
Estudio de localización.....	56

Macro localización	57
Territorio de influencia del proyecto.....	57
Características del territorio.....	58
Ventajas y desventajas	59
Factores según alcance geográfico.....	60
Micro localización	61
Evaluación de los factores locacionales en cada zona posible.....	61
Selección de la mejor zona	62
Ingeniería del proyecto	63
Flujo grama de proceso de producción o ciclo de servicio	63
Requerimientos de materias primas e insumos.....	64
Requerimientos de maquinaria y equipo	64
Análisis organizacional	64
Misión y Visión	64
Objetivos.....	65
Metas	66
Políticas	67
Organigrama.....	68
Necesidades de personal.....	68
Análisis legal.....	69
Marco legal interno del proyecto	69
Leyes, decretos y acuerdos ministeriales	70
Ordenanzas municipales.....	71

Estudio Financiero.....	72
Presupuesto de ventas	72
Necesidad de mano de obra	73
Presupuestos de remuneraciones honorarios socios.....	74
Presupuesto proyectado anual de sueldos y salarios de los colaboradores	75
Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales	75
Presupuesto proyectado anual de gastos administrativos.....	76
Presupuesto proyectado anual de gastos varios	77
Gastos depreciación	78
Capital del trabajo e investigación inicial	80
Estructura de la investigación.....	81
Tablas de amortización.....	82
Estado de resultados presupuestado	84
Flujo de caja con apalancamiento	85
Flujo de caja sin apalancamiento	87
Balance general.....	89
Conclusiones y Recomendaciones	90
Conclusiones	90
Recomendaciones	91
Referencias	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura. 1 <i>Grafica de la demanda insatisfecha.</i>	36
Figura. 2 <i>Edad.</i>	43
Figura. 3 <i>Ha probado licores frutales con fermentación.</i>	44
Figura. 4 <i>Por el licor artesanal, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?</i>	45
Figura. 5 <i>¿Cómo le gustaría enterarse del producto?</i>	46
Figura. 6 <i>El sabor del licor es de (Piña, durazno, uva y especias dulces) ¿Qué otro sabor le gustaría probar?</i>	47
Figura. 7 <i>Con qué frecuencia consumiría el producto.</i>	48
Figura. 8 <i>Por donde prefería que distribuyan el producto.</i>	49
Figura. 9 <i>¿Qué tipo de promociones le gustaría ver del producto?</i>	50
Figura. 10 <i>¿Qué factor influye más en tu eleccion de licores artesanales?</i>	51
Figura. 11 <i>Logotipo.</i>	53
Figura. 12 <i>Vista de la Parroquia Guamaní.</i>	57
Figura. 13 <i>Flujo grama.</i>	63
Figura. 14 <i>Organigrama.</i>	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Características del mercado consumidor</i>	28
Tabla 2 <i>Comportamiento histórico de la demanda</i>	31
Tabla 3 <i>Proyección de la demanda</i>	32
Tabla 4 <i>Participación en el mercado</i>	33
Tabla 5 <i>Comportamiento histórico de la oferta</i>	34
Tabla 6 <i>Proyección de la Oferta</i>	35
Tabla 7 <i>Cálculo de la demanda insatisfecha</i>	36
Tabla 8 <i>Segmentación a priori</i>	39
Tabla 9 <i>Cuantificación de segmento</i>	39
Tabla 10 <i>Capacidad máxima instalada</i>	55
Tabla 11 <i>Factores según su alcance Geográfico</i>	60
Tabla 12 <i>Evaluación de los factores locacionales en cada una posible</i>	61
Tabla 13 <i>Selección de la mejor Zona</i>	62
Tabla 14 <i>Materia prima e insumos</i>	64
Tabla 15 <i>Mobiliarios de empresa y equipos</i>	64
Tabla 16 <i>Necesidades de personal</i>	68
Tabla 17 <i>Presupuesto de ventas</i>	72
Tabla 18 <i>Necesidades de mano de obra</i>	73
Tabla 19 <i>Presupuesto de remuneraciones honorarios socios</i>	74
Tabla 20 <i>Presupuesto proyectado anual de sueldos y salarios de los colaboradores</i>	75
Tabla 21 <i>Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales</i>	75
Tabla 22 <i>Presupuesto proyectado anual de gastos administrativos</i>	76

Tabla 23	<i>Presupuesto proyectado anual de gastos varios</i>	77
Tabla 24	<i>Presupuesto de activo fijo</i>	78
Tabla 25	<i>Presupuesto de activo intangible</i>	79
Tabla 26	<i>Efectivo</i>	80
Tabla 27	<i>Estructura de la inversión</i>	81
Tabla 28	<i>Tabla de amortización</i>	83
Tabla 29	<i>Flujo de caja con apalancamiento</i>	84
Tabla 30	<i>Flujo de caja con apalancamiento</i>	85
Tabla 31	<i>Flujo de caja sin apalancamiento</i>	87
Tabla 32	<i>Balance general inicial</i>	89

Introducción

Ecuador es un país reconocido por su riqueza en flora diversa, se destaca como un país ideal para la producción y elaboración de licores artesanal gracias a la abundancia de frutas que alberga. Entre estas frutas destacan la piña, el durazno y las uvas, cuyas propiedades, incluyendo su contenido de azúcar y microorganismos fermentativos, contribuyen a conferir a los licores elaborados un sabor excepcionalmente rico.

El presente proyecto se ha elaborado para la producción de un licor de frutas, para ofrecer al mercado un producto artesanal. Si bien es cierto que el mercado ya cuenta con una variedad de licores, tanto artesanales como industrializados, respaldados por marcas de renombre, nuestra propuesta se distingue por su método de producción único: la fermentación subterránea. Esta técnica no solo aporta un elemento distintivo al producto, sino que también se conecta con las raíces culturales y tradicionales de nuestros ancestros. Al rescatar y honrar estas prácticas ancestrales, no solo estamos añadiendo valor a nuestro licor, sino también ofreciendo una experiencia sensorial auténtica brindando a los consumidores una conexión con sus raíces.

El proyecto no solo aspira a ser una opción en el mercado, sino a convertirse en un referente de calidad, a esto se agrega beneficios para el consumidor, ya que al ser un producto artesanal no contiene sustancias químicas que puedan alterar la salud.

El producto estará siempre bajo estándares de seguridad alimentaria, proporcionando técnicas para el manejo seguro de procedimientos y de materias

primas, haciendo que cumpla con altos niveles de calidad en la producción del licor y que tenga la aceptación del mercado.

Justificación

La decisión de establecer una microempresa dedicada a la producción y distribución de licores artesanales de frutas, utilizando un método de fermentación subterráneo, se fundamenta en la necesidad de ofrecer al mercado un producto innovador y significativo, ya que en el actual panorama del mercado, dominado por una amplia gama de licores industrializados y artesanales, esta iniciativa representa una oportunidad única para diferenciarse y destacar.

El cambio en el proceso de producción hacia un método de fermentación subterráneo añade un atractivo especial a nuestro licor artesanal. Esta técnica tradicional no solo promueve un producto auténtico y de alta calidad, sino que también preserva y resalta aspectos culturales y herencia ancestral. Al mantener ciertos métodos utilizados por nuestros antepasados, estamos rescatando y valorizando prácticas tradicionales que aportan un sentido de identidad y autenticidad a nuestro producto.

Además, la elección de un producto nacional tiene implicaciones económicas y de apoyo a la industria local. Al promover y comercializar un licor artesanal elaborado con ingredientes locales, estamos contribuyendo al desarrollo económico de nuestra región y brindando apoyo a productores locales de frutas y materias primas.

Antecedentes

La exuberante biodiversidad de Ecuador, con su vasta variedad de especies vegetales y frutales únicas y endémicas, proporciona un escenario ideal para la innovación en la creación de productos artesanales. En el contexto de este proyecto, de elaborar un licor artesanal que capture la esencia misma de la riqueza floral ecuatoriana. Con ingredientes cuidadosamente seleccionados de esta región diversa, buscamos no solo crear una bebida excepcional, sino también celebrar y preservar la tradición cultural.

En Ecuador el consumo de bebidas alcohólicas tiene un gran peso cultural y social, por lo cual ha sido un tema de debate en todos los horizontes sociales y gubernamentales sean locales o internacionales, instaurando a las bebidas alcohólicas como las grandes embajadoras en cada uno de los países productores, identificando a cada una de la naciones en donde producen, características propias y matices por las formas de cómo son destiladas, fermentadas y anisadas, encerrando sabores que sean parte de la historia, cultura, gastronomía y gustos de cada una de sus regiones (Muñoz, 2022)

En este sentido la importancia de las bebidas alcohólicas en Ecuador tiene una gran importancia ya que no solo son un símbolo para las regiones productoras, sino que también tienen cualidades distintivas y sabores que forman parte esencial de la historia, la cultura, la gastronomía.

El alcohol ha formado parte de la civilización humana durante miles de años, y mediante varios ensayos se descubrieron los placeres que ofrecían plantas como la cebada, la uva, el maguey y la caña. El efecto que tienen esas

bebidas en el estado de ánimo y en la percepción de quienes las prueban llevó a las primeras culturas a considerarlas como un auténtico producto divino.

(Muñoz, 2010).

Objetivos

Objetivo General

Analizar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la producción y distribución de licores artesanales en la parroquia Guamaní al sur de Quito.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda actual y potencial en el mercado de licores artesanales así como sus preferencias y competencias.
- Determinar un análisis de las normativas legales aplicables para la producción y distribución de licores artesanales en la parroquia de Guamaní.
- Realizar un análisis financiero para determinar la inversión inicial requerida, los costos operativos, los ingresos proyectados y la rentabilidad esperada de la microempresa.

Marco Teórico

Licores artesanales

Los licores artesanales son obtenidos de extractos de hojas, frutos, tallos, raíces, cáscaras, jugos de frutas y aceites esenciales. Estos productos les confieren propiedades con beneficios a la salud relacionados con la presencia de compuestos antioxidantes presentes en dichos productos vegetales. (Muñoz, 2021)

Producción de alcohol

El alcohol obtenido por fermentación se destina en gran parte a la preparación de bebidas alcohólicas. Las bebidas alcohólicas para consumo humano se obtienen por destilación del etanol producido por fermentación de las sustancias azucaradas de las materias primas. El contenido alcohólico varía mucho, entre 20 y 50 volúmenes por ciento principalmente (en ocasiones más). El aroma no está determinado por el alcohol sino por los productos secundarios de la fermentación; el sabor se debe a productos de extracción y destilación de plantas y frutas, y también contribuyen al sabor los zumos de frutas, aceites esenciales y esencias naturales. (Carretero.s, f).

Producción artesanal

La producción artesanal puede ser definida como la transformación de materias primas a través de procesos de producción no industrial mismos que involucran máquinas y herramientas simples donde predomina el trabajo físico y mental, la importancia trascendental de este tipo de procesos de producción radica en las competencias y los conocimientos del personal implicado en la

parte productiva. A su vez, se considera que todo producto elaborado artesanalmente debería ser considerado como fuente de calidad de vida para sus habitantes e impulsado por los gobiernos en vista de que este tipo de industrias son consideradas como potenciales fuentes de empleo. (Flores, 2009)

Desarrollo del Proyecto de Titulación

Estudio de Mercado

Caracterización del producto.

El licor artesanal de piña, durazno, uva y especias dulces es una buena opción para degustar un licor dulce, con una sabor diferente y fresco.

El licor artesanal tiene ciertos beneficios para la salud siempre y cuando sea consumido de forma moderada, como el producto es artesanal y se mezclan las frutas y el aguardiente se baja unos grados de licor asiéndolo de un sabor rico y añejado.

Ingredientes que se usan para su elaboración:

- El aguardiente, que se obtiene mediante la destilación y la fermentación del jugo de caña dulce.
- La piña, es un diurético digestivo natural y esto ayuda a facilitar la eliminación de líquidos retenidos. Incluso la piña en el tepache tiene una baja graduación alcohólica y ayuda a mejorar el proceso digestivo.
- El durazno, es una fruta versátil dentro de la gastronomía, ya que se puede utilizar para diversas preparaciones como conserva, néctares y pulpas, pero en el caso de la fermentación los azúcares del durazno se convirtieran en alcohol sin perder las propiedades organolépticas del durazno.

- La uva, tiene antecedentes de fermentación antiguos ya que esta se usa para la elaboración de vinos.
- Las especias dulces, que en este caso se usaron son: canela, clavo de olor, anís estrellado, y vainilla brindan un sabor dulce a toda la preparación.

La fermentación subterránea ocurre bajo tierra, este método se utiliza en la producción de ciertos alimentos y bebidas, como la fermentación de vegetales, la fermentación de vinos y la maduración de quesos. En la elaboración del producto se entierran los recipientes de bajo tierra durante un periodo de seis meses a un año y se aprovechan las condiciones naturales del suelo para mantener una temperatura y humedad relativamente constantes esta, fermentación es similar al proceso de maduración en barricas de madera.

Al estar enterrado el licor artesanal bajo tierra, los recipientes de fermentación están expuestos a microorganismos y condiciones ambientales que promueven cambios en el producto con el tiempo, y este resultando es un sabor más rico, añejado y hace que la maceración de los ingredientes desprenda su sabor y nutrientes.

Sector industrial al que pertenece el producto.

Como resultado de la elaboración y características del producto, basándonos en sus ingredientes y preparación.

Según el INEC, muestra el detalle del tipo de clasificación industrial para la actividad económica que tiene esta microempresa:

C Industrias manufactureras.

C11 Elaboración de bebidas.

C110 Elaboración de bebidas.

C1102 Elaboración de vinos.

C1102.02 Elaboración de bebidas alcohólicas fermentadas, pero no destiladas: sake, sidra, perada, vermouth, aguamiel y otros vinos de frutas y mezclas de bebidas que contienen alcohol.

Caracterización del mercado consumidor.

El consumidor de un licor artesanal busca experiencias únicas al probar el producto ya que están interesados a probar nuevos sabores, y conocer los métodos de producción tradicionales, este mercado está impulsado por consumidores que valoran la calidad, la autenticidad, la experiencia y la conexión emocional con los productores.

Según (IND industrias, Aug 28, 2020) señala: “El mercado de bebidas alcohólicas en Ecuador, muestra que su oferta está mayormente compuesta por productos de origen local. Durante el período entre 2007 y 2018 (la última información disponible), el 91% de la producción y comercialización provino de

fuentes nacionales, mientras que el 9% restante consistió en productos importados. Es importante destacar que esta configuración del mercado se mantuvo relativamente constante a lo largo del período analizado”.

Por lo cual se puede observar que, si existe una aceptación por parte de los consumidores hacia las bebidas alcohólicas, además, se observa que esta distribución del mercado se ha mantenido relativamente constante a lo largo del tiempo.

Los grupos consumidores del producto son personas que quieran disfrutar de un licor artesanal para cualquier tipo de evento, reunión con amigos y familia o incluso como un regalo.

El producto será expendido al Sur de Quito, el cual se podrá encontrar en licorerías, supermercados, en bares. El mercado consumidor del producto es encuentra dentro del rango de edades de 18 a 50 años, siendo estos mujeres y hombres que puedan consumir alcohol de forma libre, y siendo parte de la población económicamente activa.

Caracterización del mercado competidor.

Reconocer los competidores directos o indirectos de la microempresa de licores artesanales basándose en las cinco principales empresas.

Tabla 1

Características del mercado consumidor

Nombre de la empresa	Ingresos ventas	Porcentaje	
INDUSTRIA DE LICORES ECUATORIANOS LICOREC S.A.	\$7.350.000,58	89,27847299	89%
LICOLA S.A.	\$ 354.848,01	4,31024299	4%
INDUSTRIA LICORERA DEL PACIFICO INDULIPAC CIA. LTDA.	\$ 208.560,00	2,533322021	3%
PROVEEDORES DEL ECUADOR EKUABRANDS CIA.LTDA.	\$ 190.685,72	2,316207967	2%
LICORES MENA LICOMENA CIA. LTDA	\$ 128.574,03	1,561754035	2%
	<u>\$8.232.668,34</u>	100	100%
		<u>HHI=</u>	<u>7,954</u>

Elaborado por el autor

Fuente: Superintendías de compañías corregir

Por los datos obtenidos de las empresas competidoras del mercado, se observa que la concentración industrial, evidenciada por el (HHI) es del 7,954. Señala que los licores artesanales están dentro del mercado competidor.

Antecedentes y perspectivas del sector industrial.

En la investigación titulada "Algunos antecedentes históricos, socio-culturales de las bebidas alcohólicas en Ecuador", Muñoz (2020) busca destacar el papel fundamental que los licores artesanales han desempeñado en la sociedad

ecuatoriana en términos de cultura, tradiciones y arte. Estas bebidas han sido un elemento presente en una amplia variedad de ocasiones sociales, desde momentos de alegría y celebración hasta momentos de tristeza y duelo, sirviendo como vehículo para expresar emociones.

Las bebidas alcohólicas, que contienen etanol generado a través de la fermentación de diversos elementos, tienen un efecto psicotrópico distintivo en quienes las consumen. En Ecuador, un país caracterizado por su diversidad cultural, las tradiciones y costumbres relacionadas con el consumo de bebidas alcohólicas forman parte integral de la identidad cultural local. Durante muchos años, el consumo de estas bebidas se ha convertido en un hábito arraigado en la sociedad ecuatoriana, siendo común en cualquier situación social o deliberada en la que las personas compartan un momento juntas.

Las perspectivas para el sector industrial de bebidas alcohólicas según Cuba (2022) menciona estas tres tendencias y perspectivas en la industria de las bebidas:

- Sostenibilidad en la industria de bebidas debe ser más sostenible a partir de ahora. Por hablar de una meta específica en este aspecto, se desea que para 2015 la tendencia cero emisiones sea una realidad.
- Gestión del agua como base para una producción responsable, El agua está presente en estos y otros productos en distintos momentos de su producción, sin contar que también se emplea en procesos de

lavado y desinfección, durante el cultivo de insumos o para generar alimento que se convierta en el sustento de múltiples productos.

- El papel de los consumidores de bebidas en el presente y futuro, Los consumidores quieren productos de empresas y envases que los contengan de forma sostenible. Desean que aquello que adquieren logre degradarse ecológicamente sin causar problemas al medio ambiente.

La Demanda

Objetivos de análisis

Establecer el comportamiento del mercado de licores artesanales e identificar los factores que se podrían influir a la demanda de los consumidores desarrollando estrategias efectivas de producción y distribución que permita satisfacer la demanda del mercado.

Variables de la demanda

El precio del licor artesanal juega un papel crucial porque es un producto que solo cierto pedazo de población puede adquirirlo, y con un aumento en su precio podría llevar a una disminución en la demanda, mientras que una reducción del precio podría estimular un incremento en la misma y esto influye mucho al momento de decidir y comprar o no el producto.

El gusto dependerá mucho del cliente al probar un sabor diferente de licor convencional o quedarse en los licores que ya existen, ya que al estar

posicionados en el mercado esto podría afectar significativamente a la demanda del producto y que llegue a posicionarse dentro del mercado.

El número de compradores es una variable clave dentro de la demanda del producto, ya que son los individuos dispuestos a adquirir el producto en cuestión a un determinado precio, esto también puede ayudar a ver los diferentes segmentos de mercado, por lo que es fundamental comprender y monitorear esta variable para ajustar sus estrategias de marketing y precios en consecuencia.

Comportamiento histórico de la demanda

Para la elaboración del comportamiento histórico de la demanda se ha considerado el análisis realizado por (Guadalupe y Sánchez, 2014) de su proyecto de “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora, envasadora y comercializadora de licores de sabores en la ciudad de Guaranda, como medio de atractivo turístico”, y esto permitirá determinar la proyección de la demanda a futuro mediante la siguiente información.

Tabla 2

Comportamiento histórico de la demanda

Periodos	Demanda
2002	129.393
2003	131.671
2004	133.989
2005	136.348
2006	138.748
2007	141.191
2008	143.676
2009	146.206
2010	148.779
2011	151.399
2012	192.580

Elaborado por el autor.

Fuente: Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana.

Proyección de la demanda

Con los datos de la tabla histórica de la demanda elaboramos el cálculo de la proyección de la demanda y se obtiene los datos para la proyección hasta el año 2028 como se detalla a continuación.

Tabla 3
Proyección de la demanda

Años	Demanda (Y)	X	XY	X ²
2006	\$ 138,75	1	\$ 138,75	1
2007	\$ 141,19	2	\$ 282,38	4
2008	\$ 143,68	3	\$ 431,03	9
2009	\$ 146,21	4	\$ 584,82	16
2010	\$ 148,78	5	\$ 743,90	25
2011	\$ 151,40	6	\$ 908,39	36
2012	\$ 192,58	7	\$ 1.348,06	49
	\$ 1.062,58	28	\$ 4.437,33	140

b=	6,68
a=	125,077
	<i>Años a futuro</i>
y=	2024 \$ 252,00
	2025 \$ 258,68
	2026 \$ 265,36
	2027 \$ 272,04
	2028 \$ 278,72

Elaborado por el autor.

Mediante la elaboración de la proyección de la demanda se da a conocer los valores proyectados en la tabla para los siguientes cinco años a futuro.

La Oferta

Empresas ofertantes del producto

Estas cinco empresas que han sido destacadas y fueron seleccionadas de la Superintendencia de compañías valores y seguros como ofertantes del producto de licores a nivel nacional.

- Industria de licores ecuatorianos licorec s.a.
- Licola s.a.
- Industria licorera del pacifico indulipac cia. ltda.
- Proveedores del ecuador ekuabrands cia. ltda.
- Licores mena licomena cia. ltda.

Participación del mercado

Se realiza un análisis de la participación en el mercado de esta cinco empresa que se encuentran dentro de la industria licorera, obteniendo los porcentajes mediante el cuadro de la caracterización del mercado consumidor, para saber cuál es el líder en el mercado.

Tabla 4

Participación en el mercado

Industria de licores ecuatorianos licorec s.a.	89%
Licola s.a.	4%
Industria licorera del pacifico indulipac cia. ltda.	3%
Proveedores del ecuador ekuabrands cia. ltda.	2%
Licores mena licomena cia. ltda	2%
	100%

Elaborado por el autor.

Comportamiento histórico de la oferta

Para la elaboración del comportamiento histórico de la oferta se ha considerado el análisis realizado por (Guadalupe y Sánchez, 2014) de su proyecto de “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora, envasadora y comercializadora de licores de sabores en la ciudad de Guaranda, como medio de atractivo turístico”, y esto permitirá determinar la proyección de la oferta a futuro mediante la siguiente información

Tabla 5

Comportamiento histórico de la oferta.

Periodos	Oferta
2002	9.497
2003	11.174
2004	13.148
2005	15.470
2006	18.203
2007	21.417
2008	25.200
2009	29.651
2010	34.888
2011	41.050
2012	48.300

Elaborado por el autor.

Fuente: Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana

Proyección de la oferta

Con los datos de la tabla histórica de la oferta elaboramos el cálculo de la proyección de la oferta y se obtiene los datos de los cinco años a futuro. Esto nos ayuda anticipar la cantidad de productos que deben producir para satisfacer la demanda proyectada.

Tabla 6

Proyección de la Oferta

Años	Oferta (Y)	X	XY	X ²
2006	\$ 18,20	1	\$ 18,20	1
2007	\$ 21,42	2	\$ 42,83	4
2008	\$ 25,20	3	\$ 75,60	9
2009	\$ 29,65	4	\$ 118,60	16
2010	\$ 34,89	5	\$ 174,44	25
2011	\$ 41,05	6	\$ 246,30	36
2012	\$ 48,30	7	\$ 338,10	49
	\$ 218,71	28	\$ 1.014,08	140

$$b = 4,98$$

$$a = 11,32$$

Años a futuro

y=	2024	\$ 105,94
	2025	\$ 110,92
	2026	\$ 115,90
	2027	\$ 120,88
	2028	\$ 125,86

Elaborado por el autor.

Esta proyección nos ayuda a fijarnos en la estabilidad del mercado evitando fluctuaciones basándonos en los valores obtenidos.

Demanda insatisfecha

Cálculo y grafico de la demanda insatisfecha

Para calcular la demanda insatisfecha se utiliza los datos ya obtenidos de las dos tablas de la proyección de la demanda y de la oferta y se elabora también el grafico de la demanda insatisfecha con los datos.

Tabla 7

Cálculo de la demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	D-O
2024	\$ 252,00	\$ 105,94	\$ 146,06
2025	\$ 258,68	\$ 110,92	\$ 147,76
2026	\$ 265,36	\$ 115,90	\$ 149,46
2027	\$ 272,04	\$ 120,88	\$ 151,16
2028	\$ 278,72	\$ 125,86	\$ 152,86

Elaborado por el autor.

Figura. 1

Grafica de la demanda insatisfecha.



Elaborado por el autor

La demanda insatisfecha muestra que en el año 2028 se tendrá un mayor valor, dentro los licores elaborados de forma artesanal asiendo que el segmento del mercado esté dispuesto a adquirir el producto.

Condición que define la demanda insatisfecha

Considerando que la factibilidad de un proyecto es que la demanda sea mayor a la oferta y teniendo como primer indicio que la demanda es mayor a la oferta mediante la elaboración del cuadro y grafico de la demanda insatisfecha, podemos observar esto en el presente proyecto, ya que en el proyección de la demanda del año 2024 al 2028 se ve un incremento del valor del \$252,00 al \$278,72 siendo valores altos al comparar la proyección de la oferta que tienen valores de \$105,94 al \$125,86 de los años 2024 al 2028, y esto nos orienta a la factibilidad del proyecto.

Segmentación

Descripción de variables de segmentación a priori

Demográfico: Se enfoca en el segmento de la población comprendida entre los 18 y 50 años de edad, considerando únicamente a aquellos que forman parte de la población económicamente activa. Estos individuos constituyen el núcleo de consumidores directos del producto en cuestión.

Geográfico: Se ha seleccionado el sector de Nueva Aurora, ubicado en el sur de la ciudad de Quito, como el área geográfica de enfoque para la comercialización del producto. Este sector específico ha sido elegido debido a su densidad poblacional, características socioeconómicas y acceso a servicios clave para la distribución y venta del producto.

Económico: El producto estará dirigido principalmente hacia la clase media de la población. Se ha identificado a este segmento socioeconómico como el principal objetivo debido a su capacidad de compra y su disposición para adquirir productos que satisfagan sus necesidades y preferencias.

Psicológico: Se ha realizado una segmentación del mercado basada en las generaciones, específicamente la Generación X, los Millennials y la Generación Z. Estas generaciones han sido seleccionadas debido a sus comportamientos de consumo distintivos y su influencia significativa en las tendencias del mercado actual. La comprensión de las actitudes, valores y preferencias de cada una de estas generaciones será fundamental para el desarrollo de estrategias de marketing efectivas y la adaptación del producto a sus necesidades específicas.

Segmentación a priori

Población 2.872.351

Fuente: Quito como vamos.

Tabla 8

Segmentación a priori.

Variable	Subvariable	Porcentaje
Geográfica	Parroquia Guamaní	2%
Demográfica	18 a 50 años	33.36%
Económica	PEA	95.60%
Psicológica	Millennials, X y Z	55%

Elaborado por el autor.

Cuantificación de segmento

Tabla 9

Cuantificación de segmento.

Variable	Subvariable	Porcentaje	Segmento
Geográfica	Parroquia Guamaní	2%	57447
Demográfica	18 a 50 años	33.36%	19164
Económica	PEA	95.60%	18321
Psicológica	Millennials, X y Z	55%	10077

Elaborado por el autor.

Segmento del proyecto es de 10077 este resultado utilizaremos para realizar el cálculo de la muestra.

Mercado objetivo

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{(e^2 (N-1)) + (Z^2 \times P \times Q)}$$

Z= Nivel de confianza 95% campana de Gauss- 1.96

P= Probabilidad positiva 50%

Q= Probabilidad Negativa 50%

e= Error de estimación 5% gg

N= Universo de personas 10077

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 10077}{(0.05^2(10077-1)) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 370$$

Encuestas realizar n= 370

Selección del tipo de muestreo

La selección de tipo de muestro es Probabilístico Aleatorio Simple implica seleccionar elementos de una población de tal manera que cada elemento tenga la misma probabilidad de ser seleccionado.

Diseño del cuestionario

Instituto Superior Tecnológico Sudamericano

Carrera: Escuela de Gastronomía

Sede: Quito

Objetivo. - Determinar sus gustos y preferencias con respecto a la elaboración y expedición de licores artesanales con métodos tradicionales.

Políticas. - Anónimo.

Datos Informativos.

Edad

18-25

26-30

31-35

36-40

Preguntas.

1.- Ha probado licores frutales a base de fermentación.

Si

No

2.- Por el licor Artesanal, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar?

\$7.50 por 350ml

\$14.00 por 700ml

\$16.50 a 750ml

\$20.00 a 1litro

3.- ¿Cómo le gustaría enterarse de nuestro producto?

Comerciales de tv

Publicidad en redes sociales

Publicidad por volantes

Con degustaciones

4.- El sabor del licor es de (Piña, durazno, uva y especias dulce) ¿Qué otro sabor le gustaría probar?

Sandía, Claudia y granada

Piña, naranjilla y mango

Durazno, manzana y especias dulces

Frutos rojos

5.- Con qué frecuencias consumiría el producto

1 a 2 veces al mes

Al gusto

Días festivos

Celebraciones

6.- Por donde prefería que distribuyan el producto

Fabrica

Servicio delivery

Por internet

Licorerías

7.- ¿Qué tipo de promociones le gustaría ver del producto?

2x1

Descuentos %

Eventos exclusivos para clientes frecuentes

Canje por creación de contenido en redes social

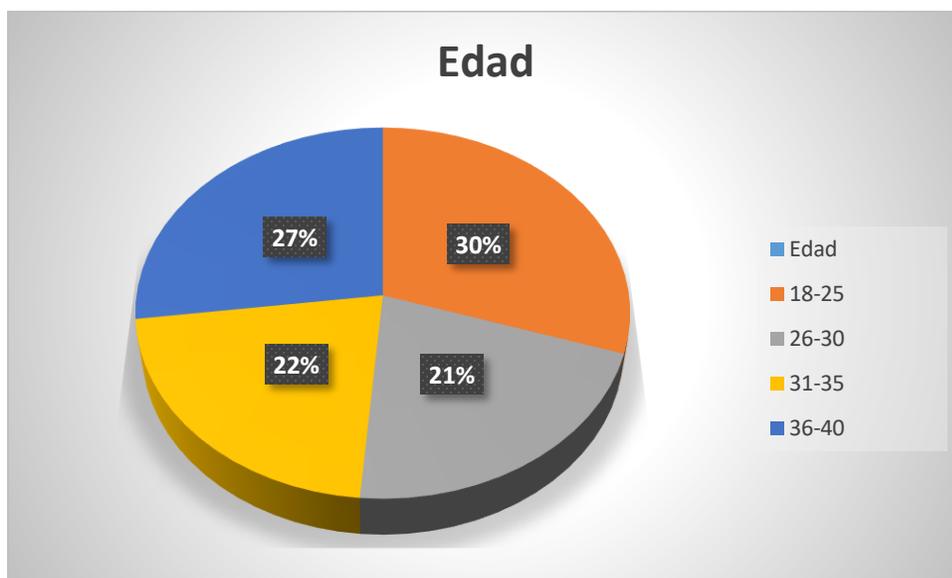
8.- ¿Qué factores influyen más en tu elección de licores artesanales?

Sabor

Origen de los ingredientes

Método de producción artesanal

Recomendaciones de amigos o expertos

Tabulación de datos**Figura. 2***Edad.*

Según la pregunta se observa el rango de Edad de la población, obteniendo los siguientes datos, donde el 30% de la población encuestada está en el rango de edad de 18-25, el 27% entre 36-40, el 22% entre 31-35 y por ultimo con el 21% están entre los 26-30, según estos datos se observa que la población es joven y tendrán la curiosidad de probar el producto

Figura. 3

Ha probado licores frutales con fermentación.



En la pregunta ¿Ha probado licores de frutales a base de fermentación? Se puede observar que hay a la mayoría de personas encuestadas no han probado un licor frutal a base de fermentación. Lo cual hace que el producto llegue a ser novedoso.

Figura. 4

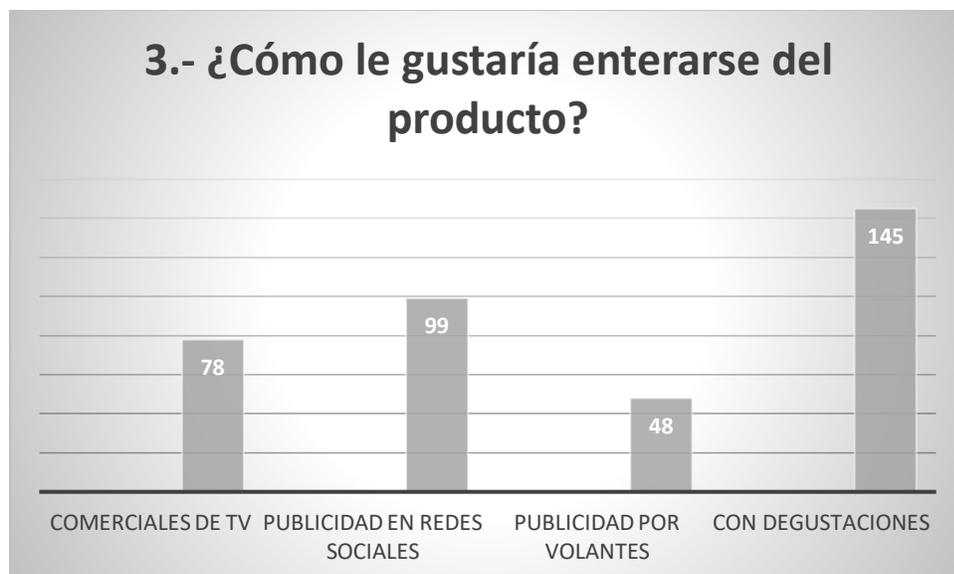
Por el licor artesanal, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?



En la pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un licor artesanal? La población encuestada se va por el valor de \$7.50 por los 350ml considerando una buena decisión antes un producto que es nuevo en el mercado.

Figura. 5

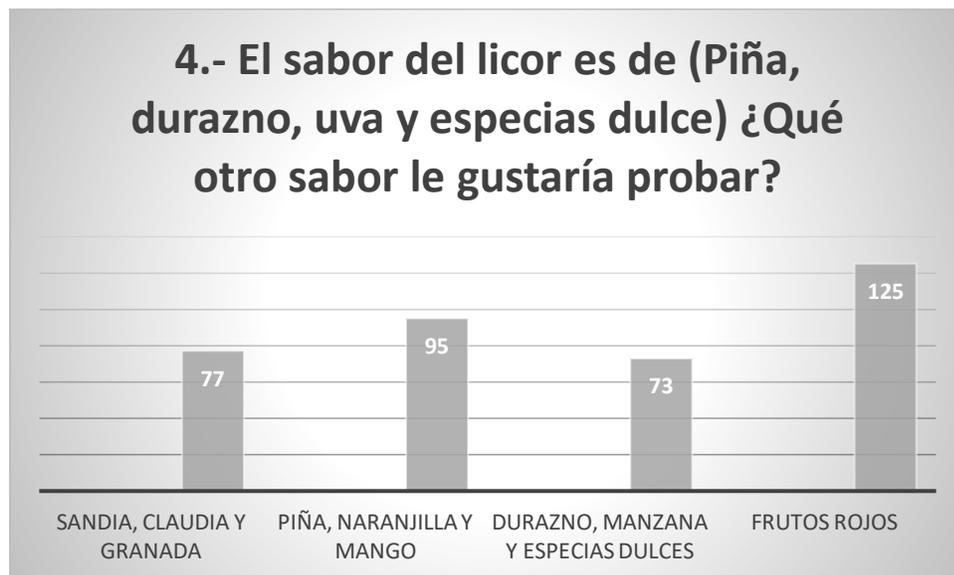
¿Cómo le gustaría enterarse del producto?



En la pregunta *¿Cómo le gustaría enterarse del producto?* A la mayoría de la población encuestada le gustaría probar primero el producto antes de que lo adquieran, comprometiéndonos a que la calidad del producto sea excelente.

Figura. 6

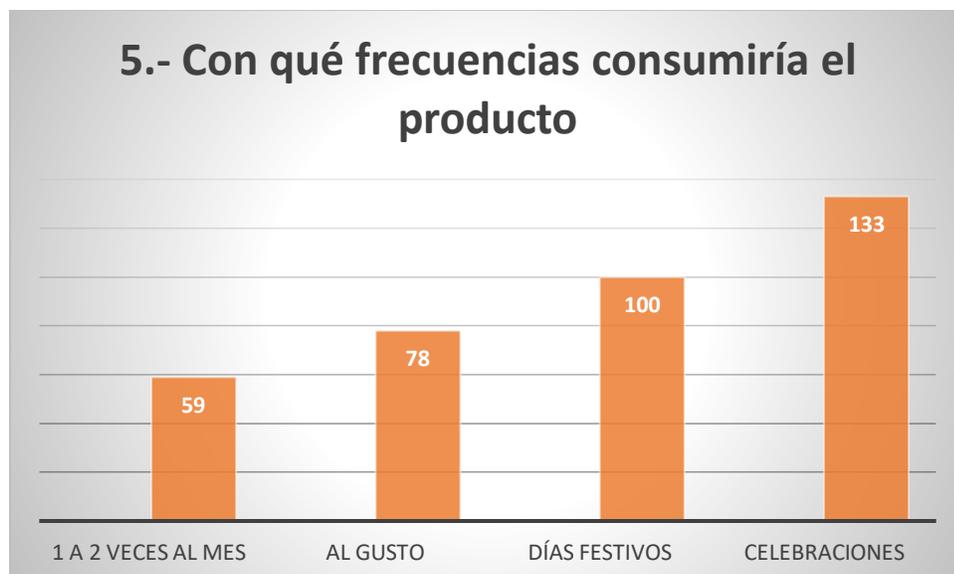
El sabor del licor es de (Piña, durazno, uva y especias dulces) ¿Qué otro sabor le gustaría probar?



Viendo los resultados de esta pregunta ¿Qué otro sabor le gustaría probar? Se podría analizar la posibilidad de experimentar sacando nuevos productos con distintos sabores más variedad para el consumidor, teniendo en cuenta que un licor de frutos rojos sería la opción más pedida.

Figura. 7

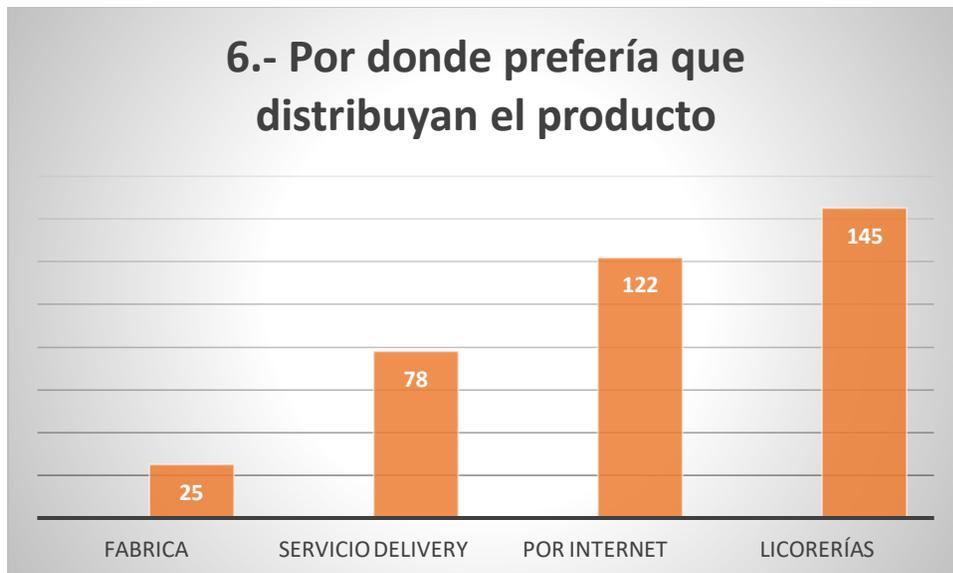
Con qué frecuencia consumiría el producto.



Según la pregunta ¿Con que frecuencia consumiría el producto? Se obtienen resultado de que 133 personas consumirían el licor artesanal en cualquier tipo de celebración, las 100 personas lo consumirían en días festivos, las 78 personas preferirían consumir al gusto sin ningún tipo de restricción y las últimas 59 personas solo lo consumirán 1 o 2 veces al mes, sin embargo, como la mayoría se va por consumir el licor en celebraciones, se puede determinar que cuando existes celebraciones en masa como graduaciones, matrimonios, cumpleaños, etc. El producto se verá con una alta demanda en esas celebraciones.

Figura. 8

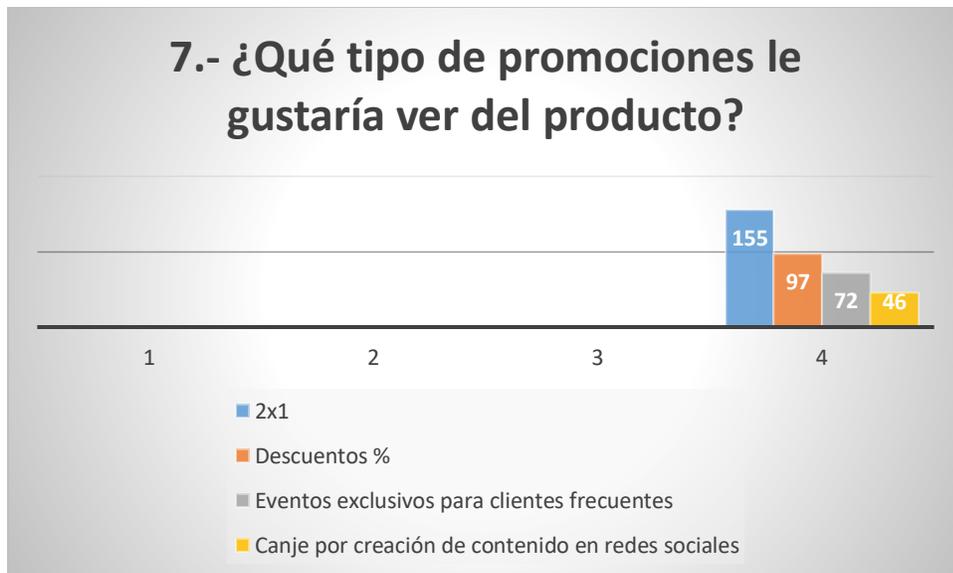
Por donde prefería que distribuyan el producto.



Según la pregunta por donde preferiría que se distribuya el producto, se puede observar la facilidad que quieren tener nuestros clientes al momento de buscar el licor siendo sea más fácil distribuir el producto a las licorerías y que los consumidores puedan encontrar en cualquier barrio o sector.

Figura. 9

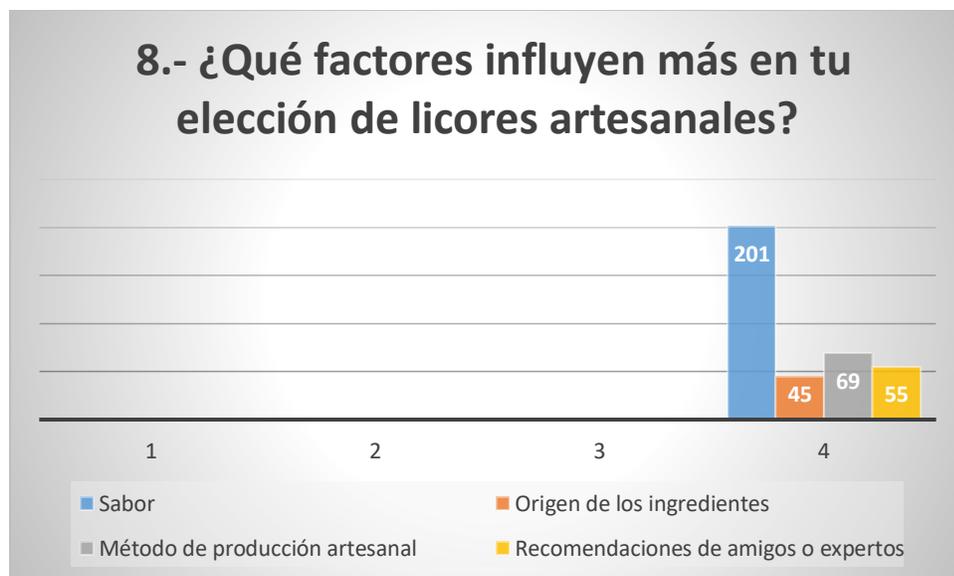
¿Qué tipo de promociones le gustaría ver del producto?



Según la pregunta de qué tipo de promoción le gustaría que nuestro producto estuviera, las personas encuestadas se fueron por la del 2x1 haciendo que nuestro producto salga con más demanda y que el consumidor de cierta forma cuenten un ahorro para su bolsillo, permitiendo que existas más ventas.

Figura. 10

¿Qué factor influye más en tu elección de licores artesanales?



Al momento de preguntar a la población encuesta que influye para que elijan un licor artesanal en vez de un licor industrializado, se puede observar que se van por el sabor ya que un licor artesanal y en nuestro caso frutal es más dulce y tiene menos graduación alcohólica que un licor industrializado, esto nos hace que nos comprometamos a tener siempre estándares altos en la calidad y sabor para que sigan prefiriendo el producto.

Marketing mix

Precio

Según la pregunta número 2 de la encuesta ya realizada se denota que estarían dispuestos a pagar un precio de \$7.50 por una botella de 350ml por lo cual es un precio bajo para la competencia y esto entraría en el precio de penetración o sea que es inferior al de la competencia

Los beneficios que obtendríamos al saber que el producto está dentro del precio de penetración:

- Atrapar al mercado: Al fijar un precio inicial bajo, se puede atraer a una amplia gama de consumidores.
- Generar interés: Al tener un precio de penetración atractivo se puede generar un alto nivel de interés en el producto, especialmente entre los consumidores que están buscando ofertas y valor por su dinero.
- Generación de ventas adicionales: El precio de penetración que tenemos puede aumentar la probabilidad de que los consumidores compren en mayores cantidades.

Producto

El Licor artesanal con sabor (piña, durazno, uva y especias dulces como clavo de olor, canela, anís estrellado, vainilla) y más el método de fermentación subterráneo puedes ser muy llamativo para las personas que no han degustado el producto, sin embargo, teniendo en cuenta los datos obtenidos de la encuesta.

Escogemos la Penetración lenta donde el Producto nuevo, tiene bajo precio y también tendremos bajo gasto de publicidad ya que si se lanzará el producto con un precio alto y los gastos de publicidad serán bajos.

Los beneficios son:

- Un producto llamativo.
- Venta fácil del producto
- Acogida en los mercados esperados

Slogan: El arte líquido de la excelencia artesanal

Logotipo:

Figura. 11

Logotipo.



Elaborado por el autor

Plaza

Para la microempresa del Licor artesanal el canal de distribución que podemos escoger según los datos obtenidos de la encuesta en la pregunta número 6 se observa que a la pequeña muestra de población le gustaría encontrar el producto en licorerías por su accesibilidad en cada barrio de la Parroquia Guamaní. La relación que podríamos tener sería Elaboración-Producto-Distribución-Venta y Consumidor. Recordando que también tendremos un canal virtual. Teniendo la estrategia directa obtenemos ciertos beneficios:

- Se observa de manera directa el producto para el consumidor.
- Simplifica la negociación de precios.
- Se amplía la cartera de clientes.
- Estimula el aumento de consumo del producto.

Promoción

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada la promoción que más les gusta es la del 2x1. Siendo esta la promoción que más le atrajo existen varios beneficios:

- Atractivo para los consumidores.
- Incremento en las ventas.
- Genera flujo de efectivo.
- Beneficio para el consumidor y para el negocio.

Estudio Técnico

Capacidad del proyecto

Mediante esta operación de CMI del proyecto podremos conocer la cantidad máxima de producción de una empresa, en el caso de este proyecto se presenta cuantas unidades se pueden realizar de licor artesanal para saber si es factible el proyecto y cumpliremos con la demanda requerida para los consumidores.

Tabla 10

Capacidad máxima instalada

Capacidad	Número	Detalle
Unidades producidas por hora	5	Botellas terminadas y selladas
Horas diarias trabajadas	8	Hora que trabaja
Días de la semana trabajadas	5	Días que trabaja

Elaborado por el autor.

Capacidad Maxima Instalada= Unidades producida por horas * Horas diarias trabajadas * Dias de la semana trabajas

Capacidad Maxima Instalada= $5*8*5= 200$ unidades por semana.

Ya obteniendo la datos se puede obaserva que la Capcidad Maxima Instalada del proyecto es de 200 unidades de botella de licor terminadas a la semana, teniendo en cuenta esta sabemos que la produccion anual del producto es de 9,6000 unidades.

Estudio de localización

Objetivo

Identificar la mejor zona para la venta de los licores artesanales, que es dirigida a mayores a los 18 años y personas con gustos únicos y que aprecien lo auténtico, en la parroquia Guamaní exactamente en los barrios Guamaní alto, Guamaní bajo y Nueva Aurora .

Análisis

- Guamaní alto

Es uno de los barrios más antiguos, contando con una gran cantidad de personas con mucha diversidad, es un ejemplo valioso del patrimonio vernáculo del distrito metropolitano

- Guamaní bajo

Este barrio aloja personas de diferentes trasfondos comunitarios, culturales y sociales, sin embargo, estas personas buscan mejorar continuamente su estilo de vida, esta zona muestra un crecimiento económico y de proyectos de viviendas.

- Nueva Aurora

Este barrio aloja a más de 100.000 personas con una diversidad cultural, sin embargo, la inseguridad es uno de los problemas más grandes y su enfoque actual es combatir la inseguridad del barrio para la tranquilidad de los propietarios y de los locales comerciales que se encuentran el barrio.

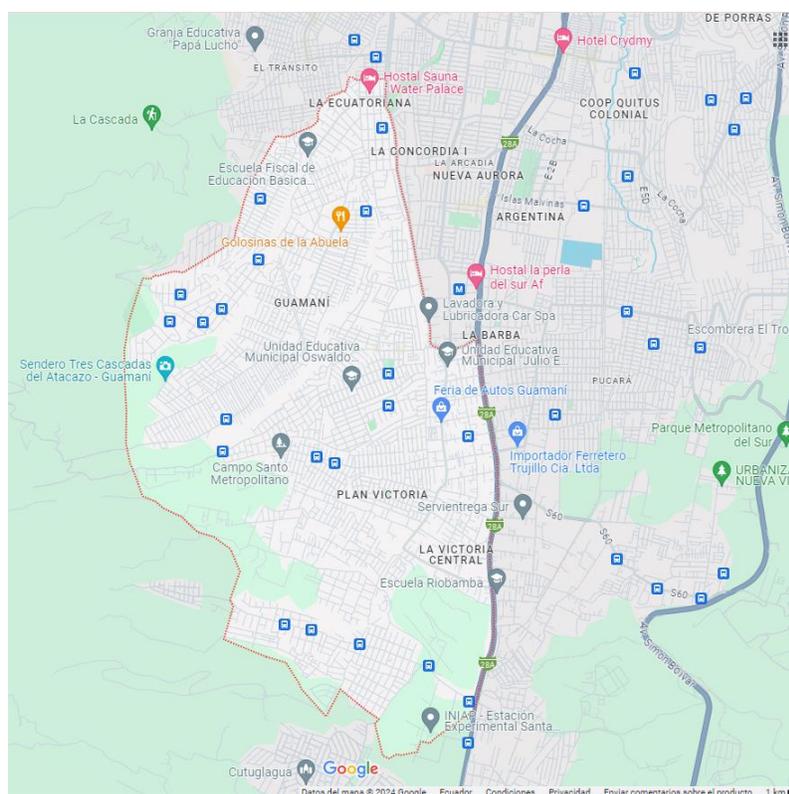
Macro localización

Territorio de influencia del proyecto

Se observa la ubicación geográfica del sector que se escogió para el presente proyecto, siendo un sector que tienen afluencia de personas de clase media que pueden adquirir el licor artesanal.

Figura. 12

Vista de la Parroquia Guamaní.



Fuente: Google maps.

La parroquia de Guamaní tiene una población grande y es conformado por aproximadamente 70 barrios como: Fernando de Guamaní, Santo Tomas, El Roció, Los Pinos, La Esperanza, Paquisha, Guamaní Alto y Guamaní Bajo, Matilde Alvares, Nueva aurora, etc.

Características del territorio

Guamaní es una parroquia urbana situada en el sur de la ciudad de Quito. Es una zona bastante grande y densamente poblada que ha experimentado un rápido crecimiento en las últimas décadas.

Guamaní acoge a una población considerablemente diversa, que reside en una amplia gama de viviendas, que van desde apartamentos hasta casas unifamiliares. En términos de infraestructura, esta parroquia dispone de una red desarrollada que abarca escuelas, centros de salud, áreas verdes, zonas comerciales y servicios públicos.

Los habitantes de Guamaní disfrutan de una amplia gama de servicios, incluido el transporte público, tiendas, supermercados, bancos y otras comodidades esenciales. A pesar de su naturaleza predominantemente residencial, Guamaní también ofrece espacios culturales y recreativos para la participación en actividades comunitarias, eventos culturales y deportivos.

Debido a su ubicación estratégica y al crecimiento urbano de Quito, Guamaní ha experimentado un significativo desarrollo, con la construcción de nuevas viviendas, comercios y servicios. Guamaní constituye una parte vital y dinámica de Quito, proporcionando a sus residentes una amplia gama de servicios y actividades.

Ventajas y desventajas

Mediante este cuadro se observa las ventajas y desventajas de la Parroquia Guamaní sector que se escogió para el presente proyecto.

En las ventajas es que la parroquia de Guamaní es una población muy diversa y esto crea un ambiente multicultural y vibrante en el cual el producto llega a hacer muy llamativo dentro de la población, la parroquia ofrece una amplia gama de viviendas donde puedan escoger dentro de sus necesidades o preferencias siendo esta una población de clase media a media alta. De igual forma la población tiene acceso a una variedad de servicios públicos como escuelas, Supermercados, tiendas, licorerías, bancos y esto facilita la vida cotidiana de la población y también para poder distribuir el producto.

En las Desventajas existen algunas áreas que pueden experimentar problemas de seguridad, como delitos menores o robos, lo que puede afectar la tranquilidad de los residentes y vendedores, gracias a la densidad de la población está expuesta a la contaminación en áreas cercanas a vías principales o zonas comerciales. El costo de vida en la parroquia Guamaní puede ser alto en comparación con otras áreas de la ciudad del Sur, lo que puede dificultar el acceso a la vivienda para algunos residentes.

Factores según alcance geográfico

Se han seleccionado los siguientes factores considerando las siguientes condiciones para saber si las condiciones son óptimas y relevantes para la inversión del proyecto.

Tabla 11
Factores según su alcance Geográfico

Factores según su alcance Geográfico.

Factores	Según el alcance Geográfico		
	Óptimas	Medias	Malas
1. Cercanía a fuentes de abastecimiento			
2. Cercanía del mercado			
3. Costos y disponibilidad de terrenos			
4. Estructura impositiva o legal			
5. Disponibilidad de agua energía y otros			
6. Medios y costos de transporte			
7. Factores Ambientales			
8. Comunidades			
9. Topografías			
10. Luminosidad			
11. Disponibilidad de costo de mano de obra			

Elaborado por el autor

Según las condiciones de los factores mas los resultados obtenidos se puede observar que las condiciones son optimas y favorables para la elaboración de el proyesto.

Micro localización

Evaluación de los factores locacionales en cada zona posible

Tabla 12

Evaluación de los factores locacionales en cada una posible

Factores	Guamaní Alto	Guamaní Bajo	Nueva Aurora
1. Cercanía a fuentes de abastecimiento	Cerca	Cerca	Cerca
2. Cercanía del mercado	Cerca y alto flujo de personas	Cerca y alto flujo de personas	Cerca y alto flujo de personas
3. Costos y disponibilidad de terrenos	Costos estandarizados	Costos estandarizados	Costos estandarizados
4. Estructura impositiva o legal	Mismas leyes y tasas	Mismas leyes y tasas	Mismas leyes y tasas
5. Disponibilidad de agua energía y otros	Disponen de todos los servicios básicos	Disponen de todos los servicios básicos	Disponen de todos los servicios básicos
6. Medios y costos de transporte	Unificado	Unificado	Unificado
7. Factores Ambientales	Clima lluvioso y soleado	Clima lluvioso y soleado	Clima lluvioso y soleado
8. Comunidades	Conexión estable y disponibilidad de proveedores	Conexión estable y disponibilidad de proveedores	Conexión estable y disponibilidad de proveedores
9. Topografías	Proceso de regularización	Proceso de regularización	Proceso de regularización
10. Luminosidad	Lugares que faltan iluminación	Lugares que faltan iluminación	Lugares que faltan iluminación
11. Disponibilidad de costo de mano de obra	Disponibles, genera fuentes de trabajo	Disponibles, genera fuentes de trabajo	Disponibles, genera fuentes de trabajo

Elaborado por el autor.

Selección de la mejor zona

Tabla 13

Selección de la mejor Zona

Factores	Peso	Guamaní		Guamaní		Nueva	
		Alto		Bajo		Aurora	
		Calif	Ponde	Calif	Ponde	Calif	Ponde
1. Cercanía a fuentes de abastecimiento	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
2. Cercanía del mercado	0,09	10	0,9	10	0,9	10	0,9
3. Costos y disponibilidad del terreno	0,06	8	0,48	8	0,48	7	0,42
4. Estructura impositiva y legal	0,05	8	0,4	8	0,4	8	0,4
5. Disponibilidad de agua energía y otros	0,04	10	0,4	10	0,4	10	0,4
6. Medios y costos de transporte	0,2	8	1,6	8	1,6	10	2
7. Factores ambientales	0,1	7	0,7	7	0,7	7	0,7
8. Comunicación	0,04	9	0,36	9	0,36	9	0,36
9. Topografías	0,08	8	0,64	7	0,56	8	0,64
10. Luminosidad	0,04	7	0,28	8	0,32	9	0,36
11. Disponibilidad de costo de mano de obra	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
	1	8,46		8,42		8,88	

Elaborado por el autor

Con el análisis de la evaluación de factores locacionales, se ha realizado la selección de la mejor zona, sin embargo, aquí se puede observar que los barrios Guamaní alto y Guamaní bajo y la Nueva Aurora cuentan con la

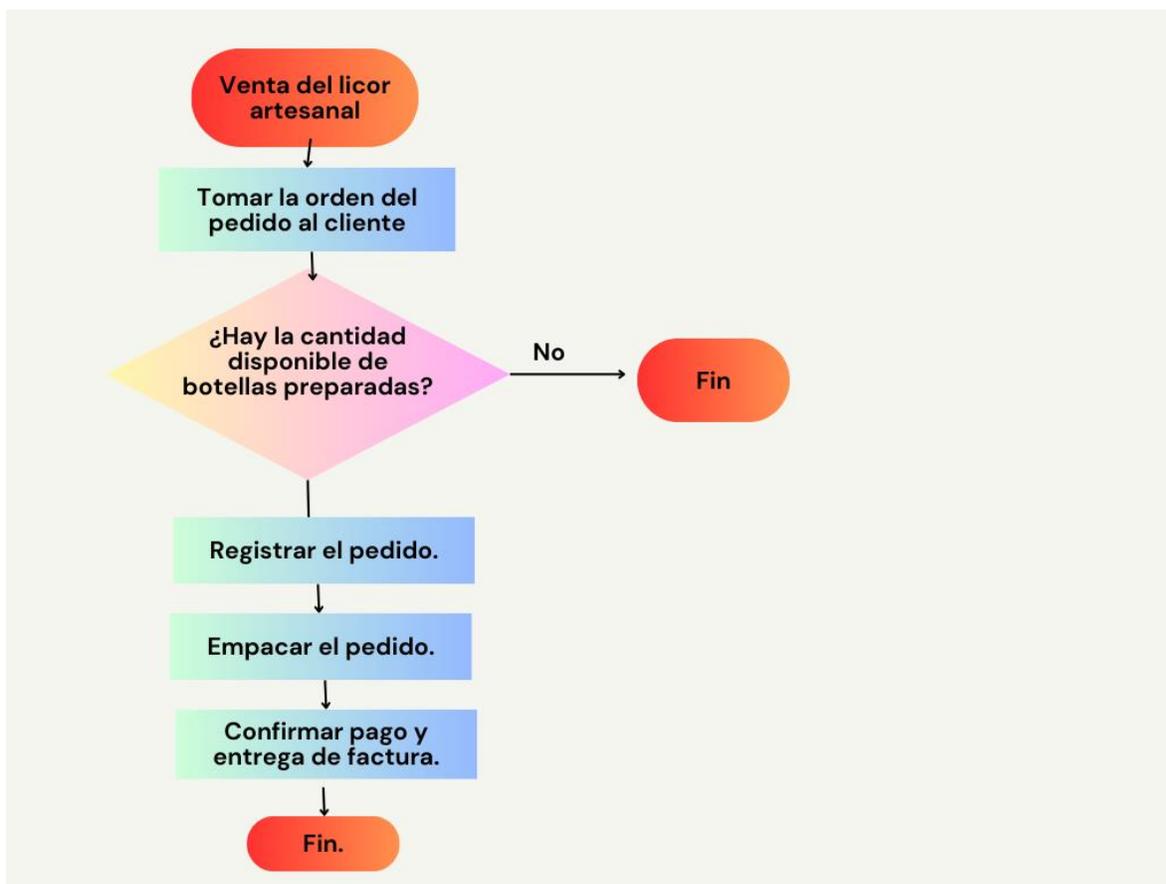
accesibilidad a todas las condiciones ya antes mencionadas, al tener en cuenta esto se podría garantizar que la elección de cualquiera de estos tres barrios cuentan con los factores adecuados para la elaboración de este proyecto.

Ingeniería del proyecto

Flujo grama de proceso de producción o ciclo de servicio

Figura. 13

Flujo grama.



Elaborado por el autor

Requerimientos de materias primas e insumos

Tabla 14

Materia prima e insumos

-
- Frutas (Piña, durazno, uvas.)
 - Licores (aguardiente)
 - Botellas de vidrio
 - Corchos
 - Azúcar
 - Especies (pimienta dulce, clavo de olor, canela)
-

Elaborado por el autor.

Requerimientos de maquinaria y equipo

Tabla 15

Mobiliarios de empresa y equipos

-
- Ollas
 - Jarras medidoras
 - Cucharas, cucharones
 - Lugar donde enterrar
-

Elaborado por el autor

Análisis organizacional

Misión y Visión

Misión

Nuestra microempresa de licores artesanales nos dedicamos a la elaboración y distribución de licores artesanales, fusionando tradición e innovación para deleitar a nuestros clientes con experiencias únicas y memorables. Seleccionamos cuidadosamente los mejores ingredientes naturales

y a seguir procesos de producción artesanales para crear productos de la mejor calidad, convirtiéndonos en referentes dentro de la industria de los licores artesanales, generando valor para nuestros clientes, colaboradores y comunidades en las que estamos presentes.

Visión

Nuestra microempresa se visualiza como líder a nivel de más sectores del Sur de Quito dentro la industria de licores artesanales, con metas de ampliar a nivel nacional esforzamos por expandir nuestra microempresa en nuevos mercados, aplicando nuevas tendencias y sabores, manteniendo siempre el compromiso con la tradición artesanal y el respeto por el medio ambiente. Nuestros profesionales tendrán el compromiso con la clientela demostrando la creatividad, la pasión por la calidad y el aprendizaje continuo.

Objetivos

Objetivo general.

Analizar la factibilidad de producción y distribución del licor saborizado con frutas hecho de forma artesanal, identificando las preferencias del consumidor, aplicando estrategias de marketing para el posicionamiento dentro del mercado.

Objetivos específicos.

- Examinar las características del licor artesanal para que el cliente prefiera el producto.
- Aplicar estrategias de marketing para incrementar las ventas dentro de seis meses posteriores a la salida del producto al mercado.

- Investigar continuamente el mercado y sus necesidades para satisfacer al cliente.

Metas

- Aumentar la producción de licores artesanales frutales en un 20% durante el próximo año.
- Ampliar la gama de productos ofrecidos, introduciendo al menos dos nuevos sabores de licores frutales en los próximos años.
- Mejorar la eficiencia del proceso de fermentación para reducir los tiempos de producción en un 15%.
- Obtener la certificación de calidad para los procesos de elaboración y los productos, cumpliendo con los estándares de seguridad alimentaria.
- Expandir la distribución de nuestros licores artesanales frutales a través de nuevos canales de venta, como tiendas gourmet, restaurantes y ferias locales.
- Establecer alianzas estratégicas con productores locales de frutas para garantizar un suministro constante de ingredientes frescos y de alta calidad.
- Mejorar la imagen de marca y el empaquetado de nuestros productos para destacar su carácter artesanal y Premium.
- Implementar programas de fidelización de clientes para mantener y aumentar la base de clientes recurrentes.

- Participar en eventos y festivales relacionados con la industria de licores artesanales para aumentar la visibilidad de la marca y generar nuevas oportunidades de negocio.

Políticas

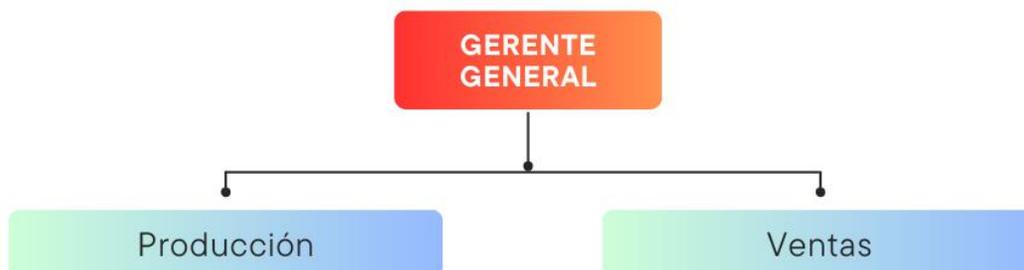
- Comprometernos a mantener altos estándares de calidad en todos nuestros productos.
- Implementar prácticas sostenibles en nuestra producción, incluyendo el uso eficiente de recursos, la minimización de residuos y el apoyo a proveedores locales y ecológicos.
- Priorizar la seguridad y el bienestar de nuestros empleados mediante la implementación de medidas de prevención de accidentes y enfermedades laborales.
- Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo donde se respeten y valoren las diferencias individuales de nuestros empleados.
- Seleccionar cuidadosamente a nuestros proveedores, dando preferencia a aquellos que cumplan con estándares éticos y ambientales.
- Realizar prácticas de marketing y publicidad honesta y transparente, evitando la promoción irresponsable del consumo de alcohol.
- Proteger la privacidad y seguridad de la información personal de nuestros clientes, empleados y proveedores de acuerdo con las leyes de protección de datos.

- Brindar oportunidades de capacitación y desarrollo profesional a nuestros empleados para promover su crecimiento y satisfacción laboral.
- Fomentar la creatividad y la innovación en la elaboración de nuevos productos y procesos para mantenernos competitivos en el mercado.
- Actuar con integridad y honestidad en todas nuestras operaciones, evitando cualquier forma de corrupción, fraude o comportamiento antiético.

Organigrama

Figura. 14

Organigrama.



Elaborado por El Autor.

Necesidades de personal

Tabla 16

Necesidades de personal

<i>Necesidades de personal</i>	
Cargo	Número #
Productor	1
Vendedor	1

Elaborado por el autor.

Análisis legal

Marco legal interno del proyecto

La microempresa cumplirá a cabalidad con los derechos y deberes impuestos en el reglamento tanto para nuevo o antiguo personal manteniendo un ambiente de trabajo ordenado y disciplinado

A continuación se detallan algunos aspectos legales internos de la empresa que tiene que ser considerado por el personal:

Deberes

- Cumplir con el horario establecido
- Cumplir las reglas de seguridad e higiene
- Cumplir con la higiene y presentación persona
- Ser ordenado y mantener limpio el lugar de trabajo
- Proteger la información delicada de la empresa
- Cumplir con la productividad establecida
- No consumir los productos ni la materia prima
- No llegar en estado de ebriedad
- Garantizar seguridad dentro del área laborar
- Cumplir con profesionalismo en el ambiente laboral

Derechos

- Recibir la afiliación al IESS
- Tener permiso para citas medicas
- Cumplir con la igualdad de genero

- Adaptación en caso de alguna persona discapacitada
- Vacaciones anuales
- Tener un mercado justo con remuneración y responsabilidad
- Proteger el nombre de la marca
- Tener instalaciones y utensilios en buen estado
- Distribuir los productos en canales de venta adecuada
- Proteger las recetas de los productos

Leyes, decretos y acuerdos ministeriales

El art 1 de la (ley de compañías, 2017) menciona que “Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil”

Ley de régimen tributario interno. Modifica límites de intereses de deudas contrarias, modificando la metodología en lo relacionado a la tarifa aplicable del valor impuesto de la renta

Art. 1, del (código de trabajo, 2020) menciona “Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios

internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren”.

Ordenanzas municipales

La zona comercial del sector de la Nueva Aurora mantiene ciertas ordenanzas municipales:

- Prohibido los comerciantes informales.
- Todos los locales comerciales tengan la patente.
- Los locales son para actividad económica en donde se comercializa (Ropa, víveres, servicios varios).
- Tener permisos de funcionamiento.
- Permisos se saiser.

Estudio Financiero

Presupuesto de ventas

Tabla 17

Presupuesto de ventas.

Años	2024	2025	2026	2027	2028
	\$	\$	\$	\$	\$
Ventas (U)	\$ 9.600,00	10.061,00	10.544,00	11.050,00	11.580,00
Licor artesanal de 350ml (70%)	6720	7043	7381	7735	8106
Licor artesanal de 700ml (30%)	2880	3018	3163	3315	3474
P.V.P producto A	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
P.V.P producto B	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00
	\$	\$	\$	\$	\$
Ingreso por ventas del producto A	50.400,00	52.822,50	55.357,50	58.012,50	60.795,00
	\$	\$	\$	\$	\$
Ingresos por ventas del producto B	40.320,00	42.252,00	44.282,00	46.410,00	48.636,00
	\$	\$	\$		
Total de ingreso por ventas	90.720,00	95.074,50	99.639,50	\$104.422,50	\$109.431,00

Elaborado por el autor.

En la tabla anterior se muestra el presupuesto de ventas, se puede observar que el licor artesanal tiene los siguientes valores en los años proyectados del 2024 al 2028 el cual indica que existirá una gran demanda del producto.

Necesidad de mano de obra

Dentro de la necesidad de mano de obra hace referencia a la cantidad de trabajadores para la actividades que realizaran y para cumplir y garantizar el cumplimiento de la producción.

Tabla 18

Necesidades de mano de obra

Necesidades de mano de obra

Cargo	Número	Sueldo		Anual	Décimo	Décimo	Vacaciones	Aporte patronal
		Unitario	Total		tercero	cuarto		(11,15%)
Productor	1	\$460	\$460	5520	460	460	230	615
Vendedor	1	\$460	\$460	520	460	460	230	615
		\$920	\$920					

Elaborado por el autor.

Para el presente proyecto se necesitara un productor y vendedor como mano de obra, estos dos contarán con un sueldo básico de 460 dolares mensuales.

Presupuestos de remuneraciones honorarios socios

Los presupuestos de remuneraciones y honorarios para socios son herramientas esenciales dentro del proceso de gestión financiera de una empresa. Ayudan a planificar, controlar y gestionar de manera eficiente los gastos asociados con la compensación de los socios.

Tabla 19

Presupuesto de remuneraciones honorarios socios

Presupuesto de remuneraciones honorarios socios

Presupuestos proyectados en años	2024	2025	2026	2027	2028
Cantidad de socios	1	1	1	1	1
Porcentaje de incrementos		5%	5%	5%	5%
Honorarios anuales	5520	5796	6086	6390	6710
Total costos honorarios	5520	5796	6086	6390	6710

Elaborado por el autor.

En el proyecto que estamos efectuando la cantidad de socios es de una persona que al igual ganaría un sueldo básico de 460 dólares, sin embargo, este tendrá un porcentaje de incremento del 5% que se sumará al total del sueldo anual de los cinco años posteriores hasta el 2028. A pesar de esto los recursos financieros se simplifican considerablemente.

Presupuesto proyectado anual de sueldos y salarios de los colaboradores

Tabla 20

Presupuesto proyectado anual de sueldos y salarios de los colaboradores

Años	2024	2025	2026	2027	2028
Operadores	5520	5760	6000	6240	6480
Total sueldos y salarios.	5520	5760	6000	6240	6480

Elaborado por el autor.

Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales

El presupuesto anual de beneficios sociales es un plan financiero que indica los costos de los beneficios que una empresa ofrece a sus empleados, este presupuesto se utiliza para garantizar una adecuada gestión de recursos y asegurar que la empresa pueda ofrecer beneficios de manera efectiva a los trabajadores.

Tabla 21

Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales

	2024	2025	2026	2027	2028
Aporte patronal IESS	615	642	669	696	723
Décimo tercero	460	480	500	520	540
Décimo cuarto	460	460	460	460	460
Vaciones	230	240	250	260	270
Fondos de reserva	0	480	500	520	540

Total	1765	2302	2379	2456	2533
-------	------	------	------	------	------

Elaborado por el autor.

Mediante el presupuesto proyectado anual de los beneficios sociales se puede observar de gran manera el flujo de dinero que sale de la microempresa, de esta manera nos mantenemos con el personal necesario.

Presupuesto proyectado anual de gastos administrativos

El presupuesto anual proyectado de gastos administrativos, calcula los costos relacionados con las operaciones de administración de una empresa. Este presupuesto actúa como una herramienta para supervisar y distribuir de manera eficiente los recursos destinados a actividades administrativas.

Tabla 22

Presupuesto proyectado anual de gastos administrativos

	2024	2025	2026	2027	2028
Luz	20	20	20	20	20
Agua	84	85	86	86	87
Internet	360	364	367	370	374
Total	464	469	473	476	481

Elaborado por el autor.

Con el presupuesto anual de gastos administrativos se pueden observar el total de costos tendríamos a lo largo de cinco años.

Presupuesto proyectado anual de gastos varios

El presupuesto anual de gastos varios, actúa como una herramienta de gestión para supervisar y gestionar los gastos diversos de una empresa.

Tabla 23

Presupuesto proyectado anual de gastos varios

	2024	2025	2026	2027	2028
Publicidad	240	240	240	240	240
Capacitación	420	420	420	420	420
Total	660	660	660	660	660

Elaborado por el autor.

Con el presupuesto anual de gastos varios nos mantendríamos solo con dos gastos que sería el gasto publicidad y el de capacitación, que serían un aporte para nuestro proyecto, ya que gracias a la publicidad podríamos a vender más producto y la capacitación sería para que los empleados y socios estén al tanto de cómo mejorar la producción y las ventas.

Gastos depreciación

El gasto depreciación reconocer la pérdida de valor de los activos con el tiempo.

Tabla 24

Presupuesto de activo fijo

Concepto	Número de unidades	Valor unitario	Valor total	Vida útil	2024	2025	2026	2027	2028
Mesa de trabajo	1	\$ 119	119	10	37,5	37,5	37,5	37,5	37,5
Refrigerador	1	\$ 399	399	10	250	250	250	250	250
Balanza	1	\$ 12	12	5	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9
Envudo	2	\$ 1	1	3	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Depreciación de activos fijos:					297,5	297,5	297,5	297,5	297,5

Elaborado por el autor.

Cuando una empresa o microempresa inicia sus actividades necesita hacer una inversión en activos fijos en este caso son muebles y utensilios de cocina esto genera un gasto para la microempresa, así que en la tabla se muestra los datos posteriores de cinco años de la depreciación de cada producto.

Tabla 25*Presupuesto de activo intangible*

Concepto	Número de unidades	Valor unitario	Valor total	Vida útil	2024	2025	2026	2027	2028
Minutas de constitución	1	\$ 250,00	\$ 250,00	5	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
		\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$
Titulación y actas	1	\$ 600,00	\$ 600,00	5	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Permisos de funcionamiento	1	\$ 500,00	\$ 500,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Registro de marca y patente	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
		\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$
		2.550,00							
					\$	\$	\$	\$	\$
					510,00	510,00	510,00	510,00	510,00

Elaborado por el autor.

El presupuesto de activo intangible es importante porque permite a la empresa planificar y asignar recursos financieros de manera estratégica para maximizar el valor y la efectividad de estos activos.

Capital del trabajo e investigación inicial

En la planificación inicial de la inversión para el proyecto de licores artesanales, parte del financiamiento se utilizará para cubrir los costos operativos iniciales mediante el capital de trabajo. Además, la inversión inicial incluirá la compra de activos fijos necesarios, mientras que la inversión diferida abarcará los costos únicos relacionados con trámites legales y administrativos requeridos para establecer el proyecto.

Tabla 26

Efectivo

Materia prima	\$ 700,00
Insumos de Cocina	\$ 250,00
Muebles de cocina	\$ 400,00
Servicios básicos	\$ 45,00
Total efectivo	\$ 1.395,00

Elaborado por el autor.

Estructura de la investigación

Tabla 27

Estructura de la inversión

Detalle	Valor total	Recursos Propios		Recursos ajenos	
		Porcentaje	Valor	Porcentaje	Valor
Capital de trabajo	\$ 1.395,00	100%	\$ 1.395,00	0%	\$ -
Inversión fija	\$ 1.487,50	20%	\$ 298,00	80%	\$ 1.190,00
Inversión diferida	\$ 2.550,00	100%	\$ 2.550,00	0%	\$ -
TOTAL	\$ 5.432,50	220%	\$ 4.243,00	80%	\$ 1.190,00
		%			
		Empresa	78%	% Ajenos	22%

Elaborador por el autor.

Esto muestra que, del total de la inversión inicial, el 78% que son de recursos propios y el 22% serán financiados con recursos ajenos.

Tablas de amortización

$$VC = \frac{VP}{\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}}$$

Dónde:

VC= Valor de la Cuota

VP= Valor del préstamo

i= Tasa de Interés

n= Número de períodos

VC=?

VP= 1,500

i= 15,6%

n= 5

Para realizar la tabla de amortización vamos a basarnos en datos que nos brinda la Cooperativa de Ahorros y Créditos JEP, al realizarnos un prestamos de 1,500 dólares, donde el números de períodos son 5, teniendo en cuenta que la tasa de interés de esta Cooperativa es del 15,6% obtenemos como resultado el Valor de la Cuota que es de 453,85 dólares con este dato vamos a utilizar el método Francés para la elaboración de la tabla de amortización.

Tabla 28*Tabla de amortización*

Periodos	Cuota	Capital	Interés	Saldo
1	312,57	291,81	19,5	\$ 1.500,00
2	312,57	295,85	15,71	\$ 1.208,19
3	312,57	299,94	11,86	\$ 912,34
4	312,57	304,1	7,96	\$ 612,40
5	312,57	308,3	4,01	\$ 308,30
TOTAL	1562,85	1500	59,04	\$ -

Elaborado por el autor

Estado de resultados presupuestado

Las proyecciones financieras del Estado de Resultados Presupuestado describen de manera detallada las estimaciones de ingresos, gastos y utilidades previstas de una empresa para un periodo futuro. Estas proyecciones son fundamentales en la planificación financiera y en la toma de decisiones, ya que permiten que la empresa establezca objetivos y evalúe su desempeño anticipado.

Tabla 29

Flujo de caja con apalancamiento

	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
Licores artesanales (u)	9600	10061	10544	11050	11580
VENTAS POR PRODUCTOS	90720	95076	99641	104423	109431
(-) Costo de ventas	5184	54329	56938	59670	62532
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	38880	40747	42703	44753	46899
(-) Honorarios anuales del Gerente General	5520	5796	6086	6390	6710
(-) Sueldos	5520	5760	6000	6240	6480
(-) Beneficios Sociales	1765	2322	2419	2516	2612
(-) Gastos administrativos	464	469	473	476	481
(-) Gastos varios	660	660	660	660	660
(-) Depreciación	298	298	298	298	298
(-) Amortización	510	510	510	510	510
(-) Gastos financieros / interés	180	151	119	83	43
(-) Gastos constitución	2550	0	0	0	0
(-) Comisiones	0	0	0	0	0
COSTOS Y GASTOS	17467	15965	16564	17172	17794
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y	21413	24782	26140	27581	29105

PARTICIPACIONES

(-) 15% Participación trabajadores	3212	3717	3921	4137	4366
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	18201	21064	22219	23443	24739
(-25%) Impuesto a la renta	4550	5266	5555	5861	6185
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	13651	15798	16664	17583	18555

Elaborado por el autor.

Flujo de caja con apalancamiento

El análisis de flujo de efectivo con apalancamiento es un enfoque financiero que examina el efectivo generado por una empresa sin tener en cuenta los costos financieros ni el impacto del endeudamiento

Tabla 30*Flujo de caja con apalancamiento*

	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
Licores artesanales (u)	9600	10061	10544	11050	11580
VENTAS POR PRODUCTOS	90720	95076	99641	104423	109431
(-) Costo de ventas	5184	54329	56938	59670	62532
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	38880	40747	42703	44753	46899
(-) Honorarios anuales del Gerente General	5520	5796	6086	6390	6710
(-) Sueldos	5520	5760	6000	6240	6480
(-) Beneficios Sociales	1765	2322	2419	2516	2612
(-) Gastos administrativos	464	469	473	476	481
(-) Gastos varios	660	660	660	660	660
(-) Depreciación	298	298	298	298	298
(-) Amortización	510	510	510	510	510
(-) Gastos financieros / interés	180	151	119	83	43

(-) Gastos constitución	2550	0	0	0	0
(-) Comisiones	0	0	0	0	0
COSTOS Y GASTOS	17467	15965	16564	17172	17794
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	21413	24782	26140	27581	29105
(-) 15% Participación trabajadores	3212	3717	3921	4137	4366
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	18201	21064	22219	23443	24739
(-25%) Impuesto a la renta	4550	5266	5555	5861	6185
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	13651	15798	16664	17583	18555
(+) Depreciaciones	298	298	298	298	298
(+) Amortización	510	510	510	510	510
(-) Préstamo	288	318	350	386	425
Flujo neto de Caja	14170	16288	17122	18004	18937

Elaborado por el autor.

Flujo de caja sin apalancamiento

El análisis de flujo de efectivo sin apalancamiento es una evaluación financiera que analiza el flujo de efectivo de una empresa sin tener en cuenta el impacto de la deuda, lo que permite entender mejor la liquidez y la capacidad de generar efectivo de manera independiente del endeudamiento.

Tabla 31

Flujo de caja sin apalancamiento

	Años				
	2024	2025	2026	2027	2028
Licores artesanales (u)	9600	10061	10544	11050	11580
VENTAS POR PRODUCTOS	90720	95076	99641	104423	109431
(-) Costo de ventas	5184	54329	56938	59670	62532
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	38880	40747	42703	44753	46899
(-) Honorarios anuales del Gerente General	5520	5796	6086	6390	6710
(-) Sueldos	5520	5760	6000	6240	6480
(-) Beneficios Sociales	1765	2322	2419	2516	2612
(-) Gastos administrativos	464	469	473	476	481
(-) Gastos varios	660	660	660	660	660
(-) Depreciación	298	298	298	298	298
(-) Amortización	510	510	510	510	510
(-) Gastos constitución	2550	0	0	0	0
(-) Comisiones	0	0	0	0	0
COSTOS Y GASTOS	17287	15965	16564	17172	17794
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	21593	24782	26140	27581	29105
(-) 15% Participación trabajadores	3239	3717	3921	4137	4366
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	18354	21064	22219	23443	24739

(-25%) Impuesto a la renta	4589	5266	5555	5861	6185
<hr/> UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	<hr/> 13766	<hr/> 15798	<hr/> 16664	<hr/> 17583	<hr/> 18555
(+) Depreciaciones	298	298	298	298	298
(+) Amortización	510	510	510	510	510
<hr/> Flujo neto de Caja	<hr/> 14458	<hr/> 16606	<hr/> 17471	<hr/> 18390	<hr/> 19362

Elaborado por el autor.

Balance general

El balance general según los datos que obtuvimos de los anteriores ejercicios que muestra los activos, pasivos y patrimonio, evalúa la situación financiera de una empresa.

Tabla 32

Balance general inicial

<i>Balance general inicial</i>			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corriente	1395	Pasivo Corriente	
Bancos	1395	Pasivo L/P	425
Activo Fijo	831	Préstamo Bancario	425
Planta y equipo	531,00		
Garantía por arrendamientos	300,00		
Activos Diferidos	2200	PATRIMONIO	4351
Acta de Constitución	250,00	Capital	4351
Registro de Marca	500,00		
Permiso de funcionamiento	450,00		
Patentes	1000,00		
		PASIVO + PATRIMONIO	4776

4426
↗

Elaborado por el autor.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- El proyecto presenta la factibilidad de la creación de la microempresa Ofrecer un producto artesanal utilizando métodos tradicionales y un enfoque único de fermentación subterránea permite destacar en un mercado saturado de licores comerciales. Redactar mejor y colocar la factibilidad.
- Mediante el estudio del mercado, permitió determinar la demanda insatisfecha haciendo que el producto sea elegido en futuros años dentro del mercado, ya que se identificó una demanda potencial significativa en el mercado.
- Se analizaron normativas legales aplicables a la producción y distribución de licores artesanales, garantiza el cumplimiento de requisitos y regulaciones necesarios para operar legalmente en la parroquia Guamaní.
- Se determinó la inversión inicial requerida para el lanzamiento de la microempresa, considerando costos de equipamiento, materias primas, y gastos operativos.
- Rescatamos a la cultura con los métodos de producción y fermentación tradicionales, ya que estamos preservando y promoviendo aspectos culturales y técnicas transmitidas por generaciones.

Recomendaciones

- Elaborar un plan de acción para ejecución del presente proyecto, iniciando todas las acciones para la creación de la microempresa de licores artesanales.
- Realizar investigaciones sobre los avances tecnológicos para la producción de licores artesanales enfocados nuevas forma de fermentaciones y que se puedan hacer en un tiempo récord.
- Contar con asesoramiento para la aplicación de las normas legales para que la microempresa cuente con su funcionamiento legal y brindar seguridad al consumidor.
- Solicitar un financiamiento, a fin de poner en marcha el proyecto y obtener los resultados propuestos en el primero años de ejecución de la microempresa.

Referencias

Guadalupe L, y Sánchez E (2014) *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora, envasadora y comercializadora de licores de sabores en la ciudad de Guaranda, como un medio de atractivo turístico*. Salesiana.pdf.

<file:///F:/Proyectos,%20tesis/salesiana.pdf>

Castillo, T. (2016). *Los licores de frutas, un vergel de posibilidades*. BON VIVEUR.

<https://www.bonviveur.es/gastroteca/los-licores-de-frutas-un-vergel-de-posibilidades>

Muñoz de Cote Orozco, J. (2010). *Las bebidas alcohólicas en la historia de la humanidad en la historia de la humanidad*. Medigraphic.com

<https://www.medigraphic.com/pdfs/aapaunam/pa-2010/pae101i.pdf>

Carretero, F. (s.f). *Procesos de fabricación de bebidas alcohólicas*. Universidad Politécnica de Cataluña.

https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/4867/03_Memoria.pdf?sequence=4

MORÁN, C. (2019). *DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA EN UNA INDUSTRIA ARTESANAL DE LICORES*. Repositorio, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/2e5ad30b-cda9-4775-a4b3-466357b6ef42/content>

Muñoz, S. (2022). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN LICOR ARTESANAL EN LA CIUDAD DE QUITO*. Universidad de Las Américas.

<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/14085/1/UDLA-EC-TMAEGO-2022-08.pdf>

Guerrero, J. (2019). “*Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de licor artesanal, Tardón Mireño, de la asociación “Manos Productivas” del cantón Mira, provincia del Carchi.*” Repositorio, Universidad Politécnica Salesiana.

<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/786/1/452%20Alternativas%20de%20mercados%20internacionales%20para%20la%20comercializaci%3%b3n%20de%20licor%20artesanal%2c%20tard%3%b3n%20mire%3%b1o.pdf>

Google Maps.

<https://www.google.com/maps/place/Guaman%C3%AD,+Quito/@-0.3375952,-78.5626989,14z/data=!4m6!3m5!1s0x91d5a17d5c6903c3:0x6a34eceda74ca1b8!8m2!3d-0.327644!4d-78.5673547!16s%2Fg%2F1thhl18s?entry=ttu>

Ley de compañías. (2017). *LEY DE COMPAÑÍAS*. ley_de_companias.pdf.

https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

Código de trabajo. (2020). *CODIGO DE TRABAJO*. Código del Trabajo.pdf.

https://www.ces.gob.ec/lotaip/2020/Junio/Literal_a2/C%C3%B3digo%20del%20Trabajo.pdf

Cubas, I. (2022). *Las 4 principales tendencias y perspectivas en la industria de las bebidas*. the FOOD TECH.

<https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/las-4-principales-tendencias-y-perspectivas-en-la-industria-de-las-bebidas/>