



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
EMBUTIDOS DE CARNE DE CHANCHO EN EL CANTÓN CALVAS DE LA
PROVINCIA DE LOJA**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL**

AUTORA

Luis Alberto Fernández Sarango

DIRECTORA DE TESIS:

ING. Rocío Toral Tinitana Mg. Sc.

LOJA_ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Rocio Toral

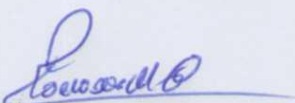
**DIRECTORA DE TESIS; DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA,
SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DE LOJA.**

CERTIFICA:

Que la presente tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMBUTIDOS DE CARNE DE CHANCHO EN EL CANTÓN CALVAS DE LA PROVINCIA DE LOJA”**, del postulante: Fernández Sarango Luis Alberto fue dirigida, orientada y revisada en todas sus partes, cumpliendo con los requisitos de forma y de fondo, por lo que autorizo su presentación y sustentación en vista de que el Lic. Diego Falconí ya no labora en la Carrera y de conformidad con el oficio Nro. 0739 - 0 AJSA-UNL fecha 04 de junio suscrito por la Ing. Rocio Toral, como Directora de tesis dispongo se legalice los tres borradores de la tesis que fue aprobada por el Lic. Diego Falconí para su exposición.

Loja, Enero del 2014.

Atentamente,


.....
**Ing. Rocio Toral Mg. Sc.
DIRECTORA DE TESIS**

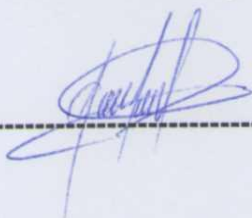
AUTORÍA

Yo, Fernández Sarango Luis Alberto; declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Fernández Sarango Luis Alberto

Firma: -----



Cédula: 110419429-3

Fecha: Loja Enero de 2014


CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Fernández Sarango Luis Alberto; declaro ser autor de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMBUTIDOS DE CARNE DE CHANCHO EN EL CANTÓN CALVAS DE LA PROVINCIA DE LOJA”** como requisito para optar al grado de Ingeniero Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 27 días del mes de Enero de dos mil catorce, firma el autor.

Firma:.....

Autor: Fernández Sarango Luis Alberto

Cédula: 110419429-3

Dirección: Gran Colombia y Tena

Correo Electrónico: luisfernandez19916@hotmail.com

Teléfono: 2688850 Celular: 0990281263

DATOS COMPLEMENTARIOS.

Director de Tesis: Ing. Rocío Toral Tinitana Mg. Sc

Tribunal de Grado: Ing. Manuel Pasaca Mg. Sc.

Ing. Lucia Valverde Mg. Sc.

Ing. Thalia Quizhpe Mg. Sc.

DEDICATORIA

En primer lugar este trabajo de tesis le dedico con todo el amor y cariño a Dios y a la Virgen ya que con su bendición me dieron la fortaleza suficiente para culminar el mismo, a mis padres que con su apoyo tanto económico y emocional estuvieron siempre presentes para culminar mis estudios con éxito y esfuerzo.

Luis A. Fernández

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va dirigido principalmente a la “Universidad Nacional de Loja” ya que ha sido el lugar en el cual me he formado para ser profesional idóneo y de manera especial a la carrera de Administración de Empresas porque a través de ella hemos adquirido nuevos conocimientos sobre cómo se debe organizar adecuadamente a las organizaciones, empresas y pequeños negocios, también a sus autoridades y docentes por la formación ofrecida.

EL AUTOR

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMBUTIDOS DE CARNE DE CHANCHO EN EL CANTÓN CALVAS DE LA PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

El objetivo central de este trabajo de investigación fue determinar la factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de embutidos de carne de chanco, en términos de un análisis de mercado, estudio técnico, análisis económico- financiero y la evaluación del proyecto de inversión.

La buena alimentación en el hogar es fundamental para vivir y tener una vida sana dentro de las familias; esto posibilita la creación de una microempresa para satisfacer totalmente las necesidades de nuestros clientes, a través de la excelencia en el servicio, el desarrollo general de nuestros líderes de trabajo y el sentido de compromiso con nuestra familia y nuestra ciudad.

La empresa está ubicada en el Cantón Calvas de la provincia de Loja, en donde se encuentran las condiciones adecuadas, como maquinaria, materia prima y los insumos necesarios para el desarrollo de la microempresa. En el proceso de desarrollo del estudio se realizaron objetivos que sirvieron para anticipar los resultados de conocimiento que se esperaba obtener al finalizar el proceso de investigación. Para cumplir con los objetivos propuestos se aplicaron métodos y técnicas para facilitar la investigación ya que se cumplan con los objetivos.

En cuanto al estudio de mercado se aplicaron 379 encuestas en la Ciudad de Cariamanga y 8 encuestas en los locales comerciales de la misma,

llegando a la conclusión de que existe gran aceptación y consumo de embutidos.

De esta manera se determinó que la demanda efectiva es la cantidad de embutidos de carne de chanco que en realidad van a adquirir los demandantes en la empresa significando 1.324,240 libras de embutidos y la oferta 37.076 en donde se utilizó el método de la encuesta y entrevista aplicadas a los dueños de locales comerciales donde se venden embutidos, el análisis del precio con el cual podrán adquirirlo, los datos obtenidos fueron aplicados en los resultados.

Esta parte del trabajo tiene relación con el tamaño, capacidad instalada, capacidad utilizada y localización de la planta considerando varios factores como son: abastecimiento de materia prima, mano de obra, servicios básicos, etc.

También consta la ingeniería del proyecto, en donde se pone énfasis al proceso de producción, tecnología necesaria y los requerimientos de infraestructura básicos para ello.

Claramente se puede evidenciar que la microempresa en la capacidad instalada puede producir 75,504 kilos de salchicha y 75,504 de mortadela, y en la capacidad utilizada como se trata de una empresa nueva es mejor no ser tan optimista y es recomendable empezar con la mínima producción que se pueda realizar en las 8 horas laborables, entonces se ha decidido que

25,168 kilos de mortadela y 25,168 kilos de salchicha será la producción de la empresa durante los cinco años de vida útil.

En cuanto a la estructura organizacional que cumple un papel fundamental en la ejecución del proyecto es importante recalcar la participación de las personas necesarias para la administración y área operativa en un número total de 7 personas.

El total de la inversión es de 24.654,61 dólares el cual será con capital propio, y se conformará una empresa de Responsabilidad Limitada.

Según el análisis financiero efectuado se concluye que el proyecto es factible de ejecutárselo, al tener un VAN positivo de 13.414, una TIR de 36.76%; y, una relación beneficio costo de 1.13 dólares. Además debido a la demanda existente y a un margen de utilidad razonable, se obtendrá una segura rentabilidad para los inversionistas, a más de la viabilidad jurídica que permite la conformación de estas empresas, garantizando su posicionamiento en el mercado.

Los indicadores de evaluación financiera ponen en evidencia la factibilidad del proyecto por lo que se recomienda su ejecución.

Las conclusiones y recomendaciones las que se llegó luego de concluida la investigación se presentan en el numeral respectivo.

SUMMARY

The central objective of this research was to determine the feasibility of creating a producer and marketer of pork meat sausages microenterprise , in terms of a market analysis , technical study , economic and financial analysis and evaluation of the investment project

Eating well at home is essential to live a healthy life and within families , that enables the creation of a microenterprise to fully meet the needs of our clients , through excellence in service, the overall development of our labor leaders and sense of commitment to our family and our city.

The company is located in Canton Calvas province of Loja, where the right conditions, such as machinery, raw materials and supplies needed for microenterprise development. In the process of development objectives of the study that served to anticipate the results of knowledge that were expected at the end of the research process were performed. To achieve the proposed objective methods and techniques were applied to facilitate the investigation and that meet the objectives.

As for the 379 market research surveys were conducted in the City of Cariamanga surveys and 8 of the same premises, concluding that there is wide acceptance and consumption of sausages.

Thus it was determined that effective demand is the amount of pork meat sausages actually going to acquire the plaintiffs in the business meaning 1324.240 pounds of sausage and supply 37,076 where the survey method was used and applied to interview the owners of premises where sausages, price analysis which can acquire the data obtained were applied to the results sold.

This part of the work is related to the size, capacity, capacity utilization and plant location considering several factors including supply of raw materials, labor , utilities, etc.

Also includes project engineering , where emphasis to the production processed technology required basic infrastructure requirements for it gets . You can clearly show that microenterprises in the installed capacity can produce 75,504 75,504 kilos of sausage and bologna , and capacity utilization as it is a new company is better not to be so optimistic and it is advisable to start with a low production that you can make in 8 business hours , then it was decided that 25,168 kilos and 25,168 kilos of bologna sausage will be the production of the company during the five -year life .

In terms of organizational structure that plays a key role in the implementation of the project is important to emphasize the participation of persons necessary for the administration and operational area a total of 7 people .

The total investment is \$ 24,654.61 which will be its own capital and a Limited Liability Company will be formed .

According to the financial analysis conducted concludes that the project is feasible ejecutárselo , to have a positive NPV of 13,414 , an IRR of 36.76 % and a benefit cost ratio of \$ 1.13. Furthermore, due to the existing demand and a reasonable profit margin, it will get a safe return to investors over the legal viability that allows the formation of these companies , ensuring their market position .

Financial evaluation indicators demonstrate the feasibility of the project so that its implementation is recommended.

The conclusions and recommendations which came after the conclusion of the investigation are presented in the accompanying numeral.

c. INTRODUCCIÓN

Vivimos en una sociedad donde la escasez de empleo es notoria, aspecto que ha llevado a muchos de nuestros vecinos a buscar oportunidades en otros países (especialmente el europeo y norteamericano), debiendo superar aspectos como la sobre explotación laboral, el trato denigrante y la separación de sus familias.

Estos aspectos, nos hace reflexionar sobre la gran necesidad de generar fuentes de trabajo y empleo y de aportar a la solución de ésta problemática a través de proyectos de emprendimiento que orientados a la búsqueda de la generación de utilidad económica, aporten a la solución de este problema que enfrenta nuestra sociedad calvense.

En la actualidad, existen dos empresas que, producen y comercializan embutidos como son Cafrilosa e Inapesa que distribuyen a la provincia de Loja pero no satisfacen las expectativas de los clientes, son condiciones que podrían constituir una demanda insatisfecha que brinde la oportunidad de la creación de una nueva microempresa de embutidos.

De ahí se vio la necesidad de la elaboración del proyecto denominado:
“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMBUTIDOS DE CARNE DE CHANCHO EN EL CANTON CALVAS PROVINCIA DE LOJA”.

La microempresa tiene como finalidad lograr satisfacer permanente las necesidades y expectativas de los clientes con objetivos de productividad, competitividad y crecimiento; garantizando estándares de calidad en todos los procesos de la empresa con un talento humano ético, comprometido e idóneo.

En el siguiente proyecto se efectuó los cinco estudios básicos como son: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio económico y el estudio financiero.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación, se utilizaron algunos métodos, técnicas para la realización de un buen estudio de la información.

El estudio de mercado del presente proyecto de factibilidad se sitúa en el área de influencia que es el Cantón Calvas, donde se aplican las encuestas para establecer la demanda, oferta y estrategias de mercadeo. Información que permite identificar la localización de la empresa, su infraestructura, mano de obra disponible, etc. Para obtener la demanda del servicio, se toma en cuenta la población objetivo, en este caso el número de locales comerciales que se encuentran vendiendo embutidos en el Cantón Calvas.

En cuanto al estudio técnico para determinar el tamaño y localización de la planta; establecer el monto y origen de las inversiones totales; realizar el estudio económico y evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto mediante los indicadores financieros; y, plantear la estructura orgánica y funcional acorde a la naturaleza de la empresa en mención.

Al determinar la parte administrativa se ha conformado la empresa bajo la normativa de una Compañía de Responsabilidad Limitada, EMBUTIDOS FERSA Cía. Ltda., donde se ha detallado los organigramas correspondientes y funciones del personal que labora en la organización.

En el estudio financiero se describen minuciosamente los rubros necesarios para la inversión, buscando la forma más idónea para su financiamiento tanto interno como externo.

Se analizó de igual manera los costos, el precio unitario del producto, el punto de equilibrio y los ingresos y egresos que tendrá la empresa durante su vida útil.

Dentro de la evaluación financiera se ha determinado que el proyecto si es factible de acuerdo a los índices económicos como son: El Valor Actual Neto, La Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio –Costo, Período de Recuperación del Capital y el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente el trabajo contiene una serie de anexos que representa la base para interpretar de mejor manera el desarrollo de la tesis.

El presente trabajo de investigación estará estructurado conforme lo establece el reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja en actual vigencia.

d. REVISION DE LITERATURA

Elaboración de Embutidos



Tradicionalmente la elaboración de embutidos ha sido meramente empírica, ya que no se conocía la relación entre la actividad microbiana, y los cambios, fundamentalmente sensoriales, que se desarrollaban en el producto durante el curado.

En la actualidad sabemos que los cambios en la composición, sabor, olor y color que tienen lugar en los productos cárnicos fermentados se deben fundamentalmente a la micro flora natural o añadida, que se desarrolla en el producto durante la fermentación y maduración de este y ejerce una actividad enzimática intensa.

Hoy día los productos cárnicos fermentados se pueden definir como una mezcla de carne picada, grasa, sal, agentes del curado, azúcar, especias y otros aditivos, que es introducida en las tripas naturales o artificiales y sometida a un proceso de fermentación llevado a cabo por microorganismos, seguida de

una fase de secado. El producto final se almacena normalmente sin refrigeración y se consume sin tratamiento térmico.

Materia Prima para elaborar los embutidos

El primer paso para lograr la obtención de un buen producto listo para consumir, es **partir de la mejor materia prima.**

La calidad e higiene de esta materia prima se determina por la medición de la cantidad de bacterias/ml que contiene la carne cruda antes de procesarla.

- **Carne**

El ingrediente principal de los embutidos es la carne que suele ser de cerdo o vacuno, aunque realmente se puede utilizar cualquier tipo de carne animal. También es bastante frecuente la utilización carne de pollo.

En determinados países debido a las restricciones religiosas determinan en gran medida el tipo de carne utilizada en la fabricación de embutidos, de manera que suele ser de vaca mezclada con grasa de oveja. Los requisitos exigibles a la carne utilizada en la elaboración de embutidos son mucho más reducidos que para otro tipo de elaborados cárnicos como el jamón y otras salazones similares.

- **Grasa**

La grasa puede entrar a formar parte de la masa del embutido bien infiltrada en los magros musculares, o bien añadida en forma de tocino. Se trata de un componente esencial de los embutidos, ya que les aporta determinadas características que influyen de forma positiva en su calidad sensorial.

Es importante la elección del tipo de grasa, ya que una grasa demasiado blanda contiene demasiados ácidos grasos insaturados que aceleran el enranciamiento y con ello la presentación de alteraciones de sabor y color, motivando además una menor capacidad de conservación.

- **Sal**

La cantidad de sal utilizada en la elaboración de embutidos varía entre el 1 y el 5%. Los embutidos madurados contienen más sal que los frescos. Esta sal adicionada desempeña las funciones de dar sabor al producto, actuar como conservante, solubilizar las proteínas y aumentar la capacidad de retención del agua de las proteínas. La sal retarda el crecimiento microbiano.

A pesar de estas acciones favorables durante la elaboración de los embutidos, la sal constituye un elemento indeseable ya que favorece en enranciamiento de las grasas.

- **Azúcares**

Los azúcares más comúnmente adicionados a los embutidos son la sacarosa, la lactosa, la dextrosa, la glucosa, el jarabe de maíz, el almidón y el sorbitol.

Se utilizan para dar sabor por sí mismos y para enmascarar el sabor de la sal. Pero principalmente sirven de fuente de energía para las bacterias ácido-lácticas (BAL) que a partir de los azúcares producen ácido láctico, reacción esencial en la elaboración de embutidos fermentados.

- **Nitratos y nitritos**

Los nitratos y nitritos desempeñan un importante papel en el desarrollo de características esenciales en los embutidos, ya que intervienen en la aparición del color rosado característico de estos, dan un sabor y aroma especial al producto y poseen un efecto protector sobre determinados microorganismos como *Clostridium botulinum*.

- **Condimentos y especias**

La adición de determinados condimentos y especias da lugar a la mayor característica distintiva de los embutidos crudos curados entre sí. Así por ejemplo el salchichón se caracteriza por la presencia de pimienta, y el chorizo por la de pimentón.

Normalmente se emplean mezclas de varias especias que se pueden adicionar enteras o no. Normalmente no se añade más de 1% de especias. Además de impartir aromas y sabores especiales al embutido, ciertas especias como la pimienta negra, el pimentón, el tomillo o el romero y condimentos como el ajo, tienen propiedades antioxidantes.

- **Tripas**

Son un componente fundamental puesto que van a contener al resto de los ingredientes condicionando la maduración del producto.

Se pueden utilizar varios tipos:

- **Tripas animales o naturales:**

Han sido los envases tradicionales para los productos embutidos. Este tipo de tripas antes de su uso deben ser escrupulosamente limpiadas y secadas ya que pueden ser vehículo de contaminación microbiana.

Las tripas naturales pueden ser grasas, semigrasas o magras.

Tripas artificiales:

Tripas de colágeno: Son una alternativa lógica a las tripas naturales ya que están fabricadas con el mismo compuesto químico.

- **Tripas de celulosa:** se emplean principalmente en salchichas y productos similares que se comercializan sin tripas.
- **Tripas de plástico:** Se usan en embutidos cocidos.

- **Tipos de embutidos**

Embutido a una pieza, generalmente de carne picada y condimentada con hierbas aromáticas y diferentes especias (pimentón, pimienta, ajos, romero, tomillo, clavo de olor, jengibre, nuez moscada, etcétera) que es introducida ("embutida") en piel de tripas de cerdo. Existen diferentes tipos tales como:

- **Embutidos frescos:** (Ejemplo: Salchichas frescas de cerdo)
Elaboradas a partir de carnes frescas picadas. No curadas, condimentadas y generalmente embutidas en tripas. Suelen cocinarse antes de su consumo.
- **Embutidos secos y semisecos**(Ejemplos: Salami de Génova, pepperoni, salchichón).
Carnes curadas, fermentadas y desecadas al aire, pueden ahumarse antes de desecarse. Se sirven frías.
- **Embutidos cocidos:**(Ejemplos: Embutidos de hígado, queso de hígado, mortadela).

Carnes curadas o no, picadas, condimentadas, embutidas en tripas, cocidas y a veces sahumadas. Generalmente se sirven frías.

- **Embutidos cocidos y ahumados:**(Ejemplos: Salchichas Frankfurt, salami de Córcega).
- Carnes curadas picadas, condimentadas, embutidas en tripas, ahumadas y completamente cocidas. No requieren tratamiento culinario posterior, pero pueden calentarse antes de ser servidas.
- **Embutidos ahumados no cocidos:** (Ejemplos: Salchichas de cerdo ahumadas, Mettwurst).

Se trata de carnes frescas, curadas o no, embutidas, ahumadas pero no cocidas. Han de cocinarse completamente antes de ser servidas.

- **Especialidades a base de carnes cocidas:** (Ejemplo: queso de cabeza).

Productos cárnicos especialmente preparados a partir de carnes curadas o no, cocidas pero raramente ahumadas, a menudo presentadas en ronchas preenvasadas. Generalmente se toman fríos.

PROYECTO DE INVERSIÓN

Es una propuesta de acción, está formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor analizar el medio para a través de ello resolver o satisfacer una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, Talentos humanos, recursos materiales y tecnológicos entre otros.

Fases de un proyecto de inversión:

1. Un proyecto está compuesto por cinco fases las mismas que se mencionan a continuación:

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio Técnico
- ✓ Estudio Organizacional y Legal
- ✓ Estudio Económico Financiero
- ✓ Evaluación Financiera

ESTUDIO DE MERCADO

¹El estudio de mercado es el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la sociedad.

²Generalmente todo negocio en su primera fase inicia con la identificación de sus posibles clientes, el segmento del mercado al cual se va a llegar con el bien y/o

¹ STANTON WILLAN, ETZEL MICHAEL, WALKER BRUCE. FUNDAMENTOS DE MARKETING. NOVENA EDICIÓN. 773PP.

² FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME. ECOEDICIONES. 164PP.

servicio ofrecido; la cuantificación del volumen de ventas periódicas, la proyección de ese posible mercado; la definición de las características y atributos del producto, el precio, el canal de distribución más indicado; la forma como se va a dar a conocer al mercado de su existencia; y las estrategias de comercialización que más se ajusten al plan de negocio.

El estudio del mercado en los proyectos de inversión, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En su proceso, es importante determinar el tipo de clientes a atender y en donde se encuentran localizados, para ello es necesario definir su nicho de mercado y su ubicación geográfica, es decir, si el mercado a atender es de carácter local, regional, nacional o de exportación.

LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En la investigación de mercados se aplican herramientas como la realización de encuestas y el método de regresión lineal, los cuales permiten obtener la información necesaria para la identificación y cuantificación del segmento del mercado objeto del plan de negocio.

- **Investigación por encuestas.-** Busca determinar el producto preferido por los consumidores, su costo, rentabilidad, capacidad de producción,

requerimientos de equipos y otros factores que podrían ser muy importantes en la toma de cualquier decisión.

En el proceso de preparación, aplicación y tabulación de las encuestas, es importante seguir estos pasos:

1. **Planeamiento de la encuesta.**- Se orienta a la definición de las metas y objetivos a alcanzar, diseñar el proceso a seguir en la investigación y preparar el respectivo formato de encuesta.
2. **Preparación de la encuesta.**- Es el proceso de redacción de la encuesta, preparación del respectivo instructivo, programar las entrevistas, organización y envío del material.
3. **Trabajo de campo.**- Realizar la prueba piloto, hacer los ajustes del caso y aplicar la encuesta.
4. **Tabulación de los resultados.**- Es el procesamiento y codificación de las respuestas obtenidas a las preguntas formuladas en la encuesta; se debe realizar el análisis individual de las respuestas obtenidas, incluyendo una breve interpretación del resultado obtenido, valiéndose, en lo posible, de representaciones gráficas que faciliten su rápida interpretación.
5. **Preparación del informe final.**- Es la presentación de los resultados de la encuesta, incluyendo un resumen sobre las conclusiones de la misma.

Elaborar una encuesta es escribir las preguntas correctas en el orden correcto. Si estas no encajan en forma exacta, pueden afectar seriamente los resultados de la investigación que se está realizando. Solo hay dos tipos de preguntas: abiertas (cuando el encuestado responde con sus propias palabras) y cerradas (cuando al encuestado se le solicita que seleccione una respuesta contenidas en la encuesta).

El uso de preguntas abiertas es útil cuando hay una amplia gama de posibles respuestas y esta no puede ser sugerida con una pregunta cerrada. Las preguntas abiertas son muy difíciles de proponer, codificar, tabular y analizar. Deben ser usadas con moderación, solo cuando sirven para un propósito específico. Quienes aplican las encuestas deberían escribir las respuestas recibidas en forma textual, sin ninguna clase de interpretación de su parte.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Son los estudios que se efectúan a una parte de la población, por la cual existe interés, aplicando lo que se conoce como muestra. Esta debe ser representativa, pues de lo contrario, los resultados no serán válidos. Para el efecto, se debe determinar el tamaño mínimo de la muestra que permita confiar que los resultados a obtener sean lo más acertados posibles.

Para determinar el tamaño de la muestra, se estima la media de la población objeto de estudio. Su resultado debe ser un número entero, por lo tanto, cualquier resultado fraccionario se redondea al entero más próximo.

Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra:

Se calcula el tamaño de la muestra (n) con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = Distribución normalizada. Si Z= 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

E= margen de error deseado

p = proporción de aceptación deseada para el producto

q = Proporción de rechazo

COMPONENTES BÁSICOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

El estudio del mercado, analizará los siguientes elementos básicos:

- **IDENTIFICACIÓN DEL BIEN O SERVICIO.-** Para identificar un bien y/o servicio, se debe analizar:

- ✓ **Los usos y los consumidores finales del bien y/o servicio.**- En primera instancia se define para que se usa el bien y/o servicio, cómo se usa cuáles son sus principales aplicaciones en las empresas manufactureras, comerciales o servicios; luego se debe identificar el consumidor final, sus hábitos de consumo, forma de compra, ocupación, niveles de ingreso, sexo, edad, nivel de escolaridad, profesión, ocupación, estado civil, estrato, credo religioso, entretenimientos, deportes, etc.
- ✓ **Presentación.**- La forma de presentación del producto. No olvidar que las cosas entran por los ojos.
- ✓ **Composición.**- En el caso de productos farmacéuticos, es muy importante identificar sus componentes como información para el usuario.
- ✓ **Características físicas.**- Tamaño, color, peso, textura, olor, sabor, aroma, durabilidad, etc.
- ✓ **Ficha técnica de los productos.**- Identificar claramente los productos principales, productos complementarios, los subproductos y los desechos, estableciendo si se trata o bien de consumo final, bien intermedio o bien de capital.
- ✓ **Productos sustitutos.**- Es la existencia de otros productos que pueden competir en su uso.
- ✓ **Productos complementarios.**- Si el uso del bien principal está condicionado a la disponibilidad de otros bienes. Ejemplo: la crema dental y el cepillo de dientes.

- ✓ **Fuentes de abastecimiento de las materias primas.**- Se debe conocer la disponibilidad, su transporte, las regiones de origen, los planes de expansión, los precios, los niveles de comercialización, etc. de cada uno de los insumes que participan en la elaboración del bien o en la prestación del servicio.
- ✓ **Canales de distribución.**- Ciertos bienes requieren para su distribución servicios especializados de transporte, como condiciones de refrigeración y conservación, lo que implica la utilización de canales de comercialización adecuados en su distribución.
- ✓ **Precios y costos.**- Hacer el estudio de los diferentes canales de distribución para que al definirlo, se conozcan los márgenes de comercialización y de utilidades.
- ✓ **Aspectos normativos y legales.**- Es importante indagar sobre la normatividad legal y aspectos económicos que afectan la producción y comercialización del bien y/o servicio, como la existencia de impuestos o subsidios, tarifas especiales, cuotas y cupos de importación, disponibilidad de crédito, incentivos fiscales, normas sanitarias y del medio ambiente, entre otras.

ANALISIS DE LA DEMANDA

³La ley de la demanda establece que: “Si los demás factores permanecen constantes, cuando más alto sea el precio de un bien, más pequeña será la cantidad demandada del mismo”

³PARKIN MICHAEL. ECONOMÍA. SEXTA EDICIÓN.860PP

La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar y con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

La demanda está en función del comportamiento del nivel de ingreso de los consumidores, del uso de los gastos de los mismos, de la tasa de crecimiento de la población, del desempeño de los precios, de las preferencias de los consumidores y de la actuación de las instituciones del gobierno.

Conociendo la demanda potencial, la demanda histórica, se podrá determinar y proyectar la demanda insatisfecha para lo cual se acude a fuentes primarias de información como son las encuestas a los consumidores, vendedores y productores, o la observación directa del entorno donde se consume el bien o se recibe el servicio.

La segmentación del mercado permite organizar y clasificar la demanda, de acuerdo a ciertos y determinados atributos, como: el número actual de consumidores potenciales y finales, los lugares donde suelen comprar los consumidores, la ubicación geográfica de los productores y distribuidores, la

frecuencia de compra, los hábitos de compras y las características de los compradores (edad, sexo, raza, nivel de ingresos, tamaño de la familia, etc.)

- **ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA.**-Para conocer el comportamiento de la demanda de un producto o servicio, es necesario recolectar toda la información relacionada con cantidades vendidas o producidas y sus precios de por lo menos un espacio de tiempo de cinco a siete años.
- En algunas oportunidades no se encuentra información, por cuanto se está en presencia de un producto nuevo en el mercado y por consiguiente, no existen estadísticas, razón por la cual, no se pueden aplicar métodos para proyectar la demanda futura. Ante esta situación, puede ser suficiente un sondeo de opinión realizado mediante encuestas a la población que se considere como el segmento de mercado a atender.
- **CAMBIOS EN LA DEMANDA.**-Existen factores que provocan cambios en la demanda los cuales son:
 - ✓ **Precios de bienes relacionados sustitutos o complementarios.**- Un sustituto es un bien que se puede utilizar en lugar de otro.
 - ✓ **Precios esperados en el futuro.**- Si espera que el precio de un bien aumente en el futuro y si dicho bien puede almacenarse el costo de oportunidad de obtener el bien para su utilización posterior es menor hoy de lo que será cuando el precio haya aumentado.

- ✓ **Ingreso.**- Cuando el ingreso aumenta, los consumidores compran más de casi todos los bienes; cuando el ingreso disminuye, los consumidores compran menos de casi cualquier cosa.
- ✓ **Población.**- Cuanto más grande sea la población, mayor será la demanda de todos los bienes y servicios; cuanto menos numerosa sea la población, menor será la demanda de todos los bienes y servicios.
- ✓ **Preferencias.**- La demanda también depende de las preferencias ya que son las actitudes de un individuo hacia los bienes y servicios.

ANALISIS DE LA OFERTA

⁴Si una empresa ofrece un bien o servicio, significa que dicha empresa:

1. Cuenta con los recursos y la tecnología para producirlo
2. Puede obtener un beneficio de producirlo, y;
3. Ha elaborado un plan definido para producirlo y venderlo.

⁵Ley de la oferta establece que: “Si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de dicho bien.”

No vale la pena producir un bien si el pago recibido por él no cubre por lo menos el costo marginal de su producción. En vista de lo anterior, cuando el precio de un bien aumenta y el resto de los factores permanecen igual, los

⁴PARKIN MICHAEL. ECONOMÍA. SEXTA EDICIÓN.860PP

⁵PARKIN MICHAEL. ECONOMÍA. SEXTA EDICIÓN.860PP

productores están dispuestos a incurrir en el costo marginal más alto y a aumentar la producción. El precio más alto ocasiona un aumento en la cantidad ofrecida.

Una oferta implica más que contar con los recursos y la tecnología para producir algo. Los recursos y la tecnología constituyen los límites de lo posible. Es posible producir muchas cosas útiles, pero éstas no serán fabricadas a menos que sea lucrativo. La oferta refleja la decisión acerca de qué artículos es tecnológicamente factible producir.

⁶No es fácil estimar la oferta en un plan de negocio determinado, por cuanto la información generalmente se encuentra en poder de las empresas competidoras. Una forma de tener rápido conocimiento de la oferta de los productos, es la observación del número de empresas que compiten en el mercado, identificando si son empresas monopolísticas, oligopolísticas o si existen muchos competidores. Para el estudio de la oferta, se deben tener en cuenta algunos aspectos como:

- a. **Los Proveedores:** Una buena herramienta es la identificación de un número amplio de competidores, indicando: nombre de la empresa, que proceso tecnológico aplican en su proceso de producción, su capacidad instalada, capacidad utilizada, estructura de costos y precios, sistemas de ventas (crédito, contado), canales de comercialización, localización, etc.

⁶FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME. ECOEDICIONES. 164PP.

b. **Comportamiento del Mercado de Insumos:** Hace referencia a la identificación en cuanto al comportamiento de las empresas que suministran los insumos, si éstas son de carácter monopolísticas, oligopolísticas, etc., porque dependiendo del tipo de empresa que atiende los suministros al mercado, así será el manejo de políticas de precios, oportunidades de entrega de la materia prima, política de ventas, etc.

- **¿Qué determina los planes de venta?.-** La cantidad de cualquier bien o servicio en particular que los productores planean vender depende de muchos factores. Los principales son:

- El precio del bien
- Los precios de los recursos utilizados en su producción
- Los precios de los bienes relacionados que se producen
- Los precios que se esperan en el futuro
- El número de oferentes
- La tecnología

PLAN DE COMERCIALIZACION

⁷Es necesario hacer un análisis del producto, precio, plaza y promoción.

Producto.- El producto es un bien o servicio que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga un deseo o

⁷FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME.ECOEDICIONES.164PP.

una necesidad; incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

El precio.- Las empresas fijaran precios para sus bienes y/o servicios, teniendo en cuenta cuánto le cuesta elaborarlo, cuál es el comportamiento de la demanda y del mercado. El precio es la resultante del comportamiento de la oferta v la demanda. Dependiendo de la clase de producto y/o servicio, se pueden definir alguna estrategia para la fijación de los precios:

- a. **Los precios teniendo en cuenta la estructura de costos de la empresa:** Silos costos de elaborar un producto o de prestación de un servicio es la herramienta básica para determinar el precio. Es preciso tener en cuenta los costos directos e indirectos en su elaboración y operación, así como aplicar el concepto de costo de oportunidad del dinero en el plan de negocio.
- b. **Precios fijados por el mercado:** Tiene en cuenta el comportamiento de la demanda. Si esta es alta, se fija un precio alto, y si por el contrario ésta es baja, los precios serán bajos.
- c. **Fijación de precios de acuerdo con el comportamiento del precio de la competencia:** Se establece un rango de precios de la competencia y sobre esa base, se define la estrategia de precio a aplicar al producto que se va a comercializar.

- d. **Comportamiento histórico de los precios:** Teniendo en cuenta el comportamiento histórico de los precios, se puede proyectar un comportamiento futuro de los mismos.
- e. **Los precios políticos:** se fijan teniendo en cuenta los establecidos por las autoridades gubernamentales para proteger o estimular algún sector de la economía. Es lo que se conoce como precios regulados.

Plaza – Comercialización.- ⁸ El canal de distribución, es la forma de llevar el producto o servicio, del productor al consumidor final.

⁹Todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en o referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos.

¹⁰En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad.

⁸FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME. ECOEDICIONES. 164PP.

⁹INFANTE, ARTURO. EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS. EDITORIAL NORMA. 1997

¹⁰FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME. ECOEDICIONES. 164PP.

El conocer los canales de comercialización, permite fijar el costo al producto por efecto de su distribución. Entre más larga sea la cadena de comercialización del producto o servicio, este se hará más costoso al igual que se pierde conocer la opinión del consumidor final sobre el producto ofrecido.

Factores condicionantes de los canales de distribución:

- Características del mercado
- Características del producto
- Características de los intermediarios
- Competencia
- Los objetivos de la estrategia comercial
- Recursos disponibles
- Limitaciones legales

Promoción y publicidad.- ¹¹Cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a dar a conocer e impulsar el consumo de un bien o servicio, genera necesariamente un valor agregado y conlleva un costo por ese concepto. El esfuerzo de llegar a los usuarios o consumidores tiene un costo que deben ser tenidos en cuenta.

La promoción de productos es un medio de darlo a conocer y así incentivar las ventas. La forma más usual es la de hacer degustaciones o entrega de productos

¹¹FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME.ECOEDICIONES.164PP.

en sobres de tamaño de muestra gratis para que lo utilicen y si les gusta, lo compren.

Los medios publicitarios a utilizar, dependen en gran medida, del presupuesto que se disponga para dar a conocer el producto. Se pueden utilizar los medios de radio, prensa, televisión e Internet. O en su defecto, otros medios publicitarios más económicos como el perifoneo, pasacalles, pancartas, plegables, etc.

- ✓ **Capacidad Instalada:** Corresponde a la cantidad máxima disponible de producción permanente de la empresa. Se determina en base a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo.
- ✓ **Capacidad Utilizada:** Corresponde a la fracción de capacidad que se utiliza que se mide en porcentaje, el cual generalmente no sobrepasa el 90% por poder en un futuro atender pedidos extraordinarios.
- ✓ **Reservas:** Es la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción.
- ✓ **Capacidad Financiera:** Es necesario analizar las condiciones financieras las cuales nos permitan escoger entre varios tamaños, se tomará aquel que garantice obtener la rentabilidad esperada del proyecto. Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades del proyecto, éste será imposible de realizar.

- ✓ **Capacidad Administrativa:** En función del tamaño adecuado del proyecto se asegura contar con el personal necesario, suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa.

LOCALIZACIÓN

¹²Comprende la identificación de zonas geográficas que van desde un punto amplio hasta identificar una zona rural o urbana más pequeña para definir finalmente un sitio preciso o ubicación del proyecto.

- ✓ **Macro localización:** Corresponde a la ubicación de la empresa en el país que puede estar compuesta por la ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible; además, cuenta con todos los servicios básicos para el funcionamiento del proyecto
- ✓ **Micro localización:** Una vez escogida la región donde se pueda ubicar el proyecto se comienza a elegir la zona y sitios precisos a nivel de factibilidad. Aquí se realiza una descripción del tipo de terreno donde se ubicará el proyecto; el tipo de edificio; carreteras, seguridad, cercanía a los mercados y consumidores y otros medios; profundizar con respecto al Sistema de Comercialización con que se cuenta, que a la vez va a depender del tipo de producto o servicio que se planea desarrollar.

¹²WWW.UV.MX/UNIVIRTUAL/SEA/SEA-PROYECTOSINVERSION/MODULO3/DOCS/MOD3PROYECTOSINV.PDF -

INGENIERIA DEL PROYECTO

¹³El estudio de la ingeniería de proyectos está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o prestación de un servicio.

- ✓ ¹⁴**Componente Tecnológico:** Una vez seleccionado el proceso adecuado, se podrá deducir las necesidades de equipo y los requerimientos de personal; además se podrá establecer la disposición de planta y las necesidades de espacio físico tanto para los procesos de producción como para las labores auxiliares.
- ✓ La tecnología brinda diferentes alternativas de utilización y combinación, que afectan las inversiones, los costos, gastos e ingresos del plan de negocio.

La tecnología puede ser de tipo tradicional, cuando el proceso que se utilice sea rústico, casero. Si por el contrario, se utiliza parcial o totalmente maquinaria, el proceso será considerado como mecanizado. Si el proceso utiliza tecnología avanzada se puede calificar como sistematizado o con tecnología de punta, cuando se utilice tecnología moderna y sistematizada. Es muy importante observar las relaciones que existen entre el tamaño, las inversiones, los costos de producción, la oferta y la demanda. Para esto es conveniente considerar un conjunto de situaciones que influyen en la selección del equipamiento:

- ✓ Posibles proveedores
- ✓ Valoraciones de la inversión inicial

¹³WWW.UV.MX/UNIVIRTUAL/SEA/SEA-PROYECTOSINVERSION/MODULO3/DOCS/MOD3PROYECTOSINV.PDF -

¹⁴ FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. *PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME*. ECOEDICIONES. 164P.

- ✓ Planos básicos de instalaciones
- ✓ Cálculos de la capacidad de la planta y otras instalaciones
- ✓ Requerimientos físicos y acondicionamiento del ambiente
- ✓ Capacidad de mano de obra requerida
- ✓ Características del mantenimiento necesario
- ✓ Consumo de combustibles y energía necesaria
- ✓ Costo de combustibles y puesta en funcionamiento.

❖ **Infraestructura Física:** La distribución en el terreno de las distintas unidades de operación, movilización y administración debe corresponder a criterios técnicos, económicos y de bienestar que al mismo tiempo contribuya a la eficiencia de la producción, determina condiciones favorables para la convivencia en comunidad.

Los arquitectos deben diseñar las edificaciones industriales y administrativas, con las obras civiles complementarias tales como: vías de acceso, bodegas, cerramientos, tanques de agua y combustible, que deberán realizarlas de acuerdo con la normatividad de construcción y medioambientales existentes, buscando la armonía con la naturaleza, el paisaje y las reservas ecológicas.

❖ ¹⁵**Distribución de la Planta:** La mayoría de las microempresas sufren continuamente con tropiezos que se derivan de una mala distribución física de la planta. Los siguientes son algunos criterios ventajas y sistemas prácticos para que usted organice su empresa

Ventajas De Tener Una Buena Distribución

¹⁵[HTTP://WWW.GESTIOPOLIS.COM/RECURSOS/DOCUMENTOS/FULLDOCS/GER1/CAPYLOCPLANTA.HTM](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/capylocplanta.htm)

- ✓ Disminución de las distancias a recorrer por los materiales, herramientas y trabajadores.
- ✓ Circulación adecuada para el personal, equipos móviles, materiales y productos en elaboración, etc.
- ✓ Utilización efectiva del espacio disponible según la necesidad.
- ✓ Seguridad del personal y disminución de accidentes.
- ✓ Localización de sitios para inspección, que permitan mejorar la calidad del producto.
- ✓ Disminución del tiempo de fabricación.
- ✓ Mejoramiento de las condiciones de trabajo.
- ✓ Incremento de la productividad y disminución de los costos.

Criterios Para La Distribución De La Planta

- ✓ Funcionalidad: Que las cosas queden donde se puedan trabajar efectivamente.
- ✓ Económico: Ahorro en distancias recorridas y utilización plena del espacio.
- ✓ Flujo: Permitir que los procesos se den continuamente y sin tropiezos.
- ✓ Comodidad: Cree espacios suficientes para el bienestar de los trabajadores y el traslado de los materiales.
- ✓ Iluminación: No descuide este elemento dependiendo de la labor específica.

- ✓ Aireación: En procesos que demanden una corriente de aire, ya que comprometen el uso de gases o altas temperaturas etc.
 - ✓ Accesos libres: Permita el tráfico sin tropiezos.
 - ✓ Flexibilidad: Prevea cambios futuros en la producción que demanden un nuevo ordenamiento de la planta.
- ❖ **Procesos de Producción:** Para poder llegar al bien o servicio ya terminado se requiere de todo un proceso. Se entiende como el proceso técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes o servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función del producto.

Es necesario describir sistemáticamente la secuencia de las operaciones a que se someten los insumos en su estado inicial para llegar a obtener los productos en su estado final. Factores que intervienen en la determinación del proceso productivo de una planta a fin de optimizar el uso de los recursos:


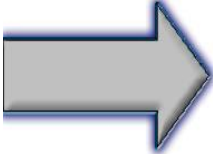




- ✓ La cantidad que se desea producir. Esto depende de la demanda potencial estimada en el módulo de mercado.
- ✓ La intensidad en el uso de la mano de obra que se quiera adoptar.
- ✓ La cantidad de turnos de trabajo.
- ✓ La optimización física de la distribución del equipo de producción dentro de la planta.

- ✓ La capacidad individual de cada máquina que interviene en el proceso productivo y del llamado “Equipo Clave”, es decir, aquel que requiere de la mayor inversión y que, por tanto, se debe aprovechar al 100% de su capacidad.
- ✓ La optimización de la mano de obra. Debe calcularse bien la mano de obra de obra evitando los rendimientos decrecientes o la sub-contratación que llevaría a no alcanzar las tareas y metas programadas

- ❖ **Diseño del Producto:** El producto de ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea para una completa satisfacción de su necesidad en el que se va a considerar, presentación, peso, empaque etc.
- ❖ **Diagrama de Flujo** -Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujos, éste se diferencia del de flujo en que tiene una simbología muy específica e internacional, donde cada figura tiene su propio significado.

Es una representación gráfica de la secuencia de todas las operaciones, los transportes, las inspecciones, las esperas y los almacenamientos que ocurren durante un proceso. Incluye, además, la información que se considera deseable para el análisis, por ejemplo el tiempo necesario y la distancia recorrida. Sirve para las secuencias de un producto, un operario, una pieza, etc.

SIMBOLOGÍA DIAGRAMAS DE FLUJO

ACTIVIDAD / DEFINICIÓN	SÍMBOLO
<p>OPERACIÓN.- Ocurre cuando un objeto está siendo modificado en sus características, se está creando o agregando algo o se está preparando para otra operación, transporte, inspección o almacenaje. Una operación también ocurre cuando se está dando o recibiendo información o se está planeando algo. Ejemplos: Tornear una pieza, tiempo de secado de una pintura, un cambio en un proceso, apretar una tuerca, barrenar una placa, dibujar un plano, etc.</p>	
<p>TRANSPORTE.- Ocurre cuando un objeto o grupo de ellos son movidos de un lugar a otro, excepto cuando tales movimientos forman parte de una operación o inspección. Ejemplos: Mover material a mano, en una plataforma en monorriel, en banda transportadora, etc. Si es una operación tal como pasteurizado, un recorrido de un horno, etc., los materiales van avanzando sobre una banda y no se consideran como transporte esos movimientos.</p>	
<p>INSPECCIÓN.- Ocurre cuando un objeto o grupo de ellos son examinados para su identificación o para comprobar y verificar la calidad o cantidad de cualesquiera de sus características. Ejemplos: Revisar las botellas que están saliendo de un horno, pesar un rollo de papel, contar un cierto número de piezas, leer instrumentos medidores de presión, temperatura, etc.</p>	
<p>DEMORA.- Ocurre cuando se interfiere en el flujo de un objeto o grupo de ellos. Con esto se retarda el siguiente paso planeado. Ejemplos: Esperar un elevador, o cuando una serie de piezas hace cola para ser pesada o hay varios materiales en una plataforma esperando el nuevo paso del proceso.</p>	
<p>ALMACENAJE.- Ocurre cuando un objeto o grupo de ellos son retenidos y protegidos contra movimientos o usos no autorizados. Ejemplos: Almacén general, cuarto de herramientas, bancos de almacenaje entre las máquinas. Si el material se encuentra depositado en un cuarto para sufrir alguna modificación necesaria en el proceso, no se considera almacenaje sino operación; tal sería el caso de curar tabaco, madurar cerveza, etc.</p>	
<p>ACTIVIDAD COMBINADA.- Cuando se desea indicar actividades conjuntas por el mismo operario en el mismo punto de trabajo, los símbolos empleados para dichas actividades (operación e inspección) se combinan con el círculo inscrito en el cuadro.</p>	

DISEÑO: El auto

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

COMPAÑIAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

¹⁶En la Compañía de Responsabilidad Limitada, sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

REQUISITOS:

- **El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía.
- **Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente y elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.
- **Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince.
- **Capital mínimo.-** El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de

¹⁶[HTTP://WWW.UTPL.EDU.EC/BLOG/PACOSANCHEZ/2008/04/18/3PASOS-PARA-LA-CONSTITUCION-DE-COMPAÑIAS-DE-RESPONSABILIDAD-LIMITADA-COMPAÑIAS-ANONIMAS-Y-DE-ECONOMIA-MIXTA/](http://www.utpl.edu.ec/blog/pacosanchez/2008/04/18/3PASOS-PARA-LA-CONSTITUCION-DE-COMPAÑIAS-DE-RESPONSABILIDAD-LIMITADA-COMPAÑIAS-ANONIMAS-Y-DE-ECONOMIA-MIXTA/)

cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses.

COMPAÑÍAS ANÓNIMAS

Tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones.

REQUISITOS:

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto por la Ley de Compañías. Esta compañía no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

- **El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.
- **Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.
- **Socios y capital.-** La compañía se constituirá con un mínimo de dos socios, sin tener un máximo de socios.

- **Capital.-** El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía de Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total.

COMPAÑIAS DE ECONOMIA MIXTA

Para constituir estas compañías es indispensable que contraten personas jurídicas de derecho público o personas jurídicas semi públicas con personas jurídicas o naturales de derecho privado. Son empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y la industria.

- **Requisitos:** El trámite para la constitución de esta especie de compañías es el mismo que se utiliza para la constitución de la Compañía Anónima en esta especie de compañías no puede faltar el órgano administrativo pluripersonal denominado directorio.
- **Socios y capital:** El capital de esta compañía es de ochocientos dólares, o puede serlo también en bienes muebles o inmuebles relacionado con el objeto social de la compañía.

COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO

- a) En esta compañía rige el principio de conocimiento y confianza entre los socios.
- b) No admite suscripción pública de capital.

- c) El contrato de compañía en nombre colectivo se celebra por escritura pública;
- d) La escritura pública de formación de la compañía será aprobada por un Juez de lo Civil;
- e) La compañía se forma entre 2 o más personas;
- f) El nombre de la compañía debe ser una razón social que es la fórmula enunciativa de los nombre de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras “y compañía”.
- g) La Ley no señala para esta compañía un mínimo de capital fundacional;
- h) Los aportes de capital no están representadas por títulos negociables.
- i) Para la constitución de la compañía se pagará no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito;
- j) Por las obligaciones sociales los socios responden en forma SOLIDARIA E ILIMITADA.
- k) No está sujeta a la superintendencia de compañías.

COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE

- a) La compañía tiene dos clases de socios y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables llamados socios comanditados y uno o más socios suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

- b)** La compañía existe bajo una razón social que consiste en el nombre de uno o varios de los socios comanditados, al que se agregará las palabras “Compañía en comandita”.
- c)** Para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional.
- d)** La administración está a cargo de los socios comanditados.
- e)** La compañía en comandita simple se constituirá en la misma forma que una compañía en nombre colectivo.
- f)** No está sujeta a la superintendencia de compañías.

COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES

- a)** Al igual que la compañía en comandita simple, esta compañía se constituye entre dos clases de socios: comanditados y comanditarios.
- b)** La compañía existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables llamados socios comanditados, seguido de las palabras “compañía en comandita”.
- c)** El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados).
- d)** La administración de la compañía corresponde a los socios comanditados.
- e)** Respecto a lo no contemplado en las anteriores características, esta compañía se rige por las reglas de la compañía anónima.

COMPAÑÍAS UNIPERSONALES

Las empresas unipersonales se forma con un solo socio y su responsabilidad está limitada al aporte efectuado para su constitución. Un socio activo es el gerente propietario.

El capital asignado no puede ser inferior a diez (10) salarios básicos unificados (US\$1,600.00). La empresa unipersonal de responsabilidad limitada se constituirá mediante escritura pública y solicitará a un juez civil su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil.

La administración y el control de la compañía es responsabilidad del propietario. Las compañías deberán asignar el 10% sus ganancias anuales antes de impuestos al fondo de reserva hasta que el fondo alcance el 50% del capital asignado. Este fondo debe invertirse y conservarse en valores de alta liquidez y no podrán retirarse.

ORGANIGRAMAS Y TIPOS DE ORGANIGRAMAS

Concepto de Organigrama: El organigrama se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación.

Ventajas de los Organigramas: El uso de los organigramas ofrece varias ventajas precisas entre las que sobresalen las siguientes:

- Obliga a sus autores aclarar sus ideas
- Puede apreciarse a simple vista la estructura general y las relaciones de trabajo en la compañía, mejor de lo que podría hacerse por medio de una larga descripción
- Muestra quién depende de quién
- Indica alguna de las peculiaridades importantes de la estructura de una compañía, sus puntos fuertes y débiles
- Sirve como historia de los cambios, instrumentos de enseñanza y medio de información al público acerca de las relaciones de trabajo de la compañía
- Son apropiados para lograr que los principios de la organización operen.
- Indica a los administradores y al personal nuevo la forma como se integran a la organización.

Símbolos y referencias convencionales de mayor uso en un organigrama:

1. Líneas llenas sin interrupciones: son aquellas que indican autoridad formal, relación de línea o mando, comunicación y la vía jerárquica.
 - ✓ Las líneas llenas verticales indican autoridad sobre. Las horizontales señalan especialización y correlación.
 - ✓ Cuando la línea llena cae sobre la parte media y encima del recuadro indica mando.
 - ✓ Cuando la línea llena se coloca a los lados de la figura geométrica indica relación de apoyo.

- ✓ Líneas de puntos o discontinuas: son aquellas que indican relación de coordinación y relaciones funcionales.
- ✓ Figura Geométrica con un recuadro indica condición especial o autónoma.
- ✓ Se puede destacar una unidad para llamar la atención. Para ello se utiliza medio recuadro, bastante coloreado, para cada unidad que se vaya a resaltar.
- ✓ Las líneas con zigzagueos al final y una flecha indican continuación de la estructura.
- ✓ Los círculos colocados en espacios especiales del organigrama y que poseen un número en su interior, indica un comité en el que participan todas las unidades señaladas con el mismo número.

Clasificación de los Organigramas: Los organigramas se pueden clasificar dentro de cuatro grandes grupos de acuerdo a diferentes criterios que son: Por su naturaleza, por su ámbito, por su contenido y por su presentación.

➤ **POR SU ÁMBITO**

Generales: Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, dependiendo de su magnitud y características, por lo tanto, presentan toda la organización y sus interrelaciones; se llaman también carta maestra.

Específicos: Muestran en forma particular la estructura de una unidad administrativa o área de la organización, por lo tanto, representan la organización de un departamento o sección de una empresa.

➤ **POR SU CONTENIDO**

Integrales: Es la representación gráfica de todas las unidades administrativas de una organización así como sus relaciones de jerarquía o dependencia.

Funcionales: Incluyen en el diagrama de organización, además de las unidades y sus interrelaciones, las principales funciones que tienen asignadas las unidades en el siguiente gráfico:

➤ **POR SU PRESENTACIÓN**

Verticales: Presentan las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular en la parte superior, desagregando los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada. Son los de uso más generalizado en la administración, por lo cual se recomienda su uso en los manuales de organización.

Horizontales: Despliegan las unidades de izquierda a derecha y colocan al titular en el extremo izquierdo. Los niveles jerárquicos se ordenan en forma análoga a columnas, mientras que las relaciones entre las unidades por líneas se disponen horizontalmente.

Mixtos: La presentación utiliza combinaciones verticales y horizontales con el objeto de ampliar las posibilidades de gratificación. Se recomienda su utilización en el caso de organizaciones con un gran número de unidades en la base.

De Bloque: Parten del diseño vertical e integran un número mayor de unidades en espacios más reducidos, al desagregar en conjunto varias unidades administrativas en los últimos niveles jerárquicos seleccionados para el gráfico.

ESTUDIO FINANCIERO

¹⁷Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

En el estudio financiero de un plan de negocio, intervienen una serie de variables que al ser evaluadas, permiten escoger la mejor alternativa. Entre las variables a considerar se encuentran el análisis detallado de las inversiones necesarias

¹⁷WWW.MONOGRAFIAS.COM/.../PROYECTO.../PROYECTO-INVERSION.SHTML -

para ponerlo en funcionamiento, los ingresos que se esperan generar y los costos de producción y gastos de operación y financiamiento, entre otros.

INVERSIONES

¹⁸De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio del mercado y de los estudios técnicos y administrativos del plan de negocio, se procederá a determinar las necesidades de inversión en activos fijos, capital de trabajo e inversiones diferidas.

Generalmente las inversiones en los proyectos se realizan en la etapa de instalación; algunas se ejecutan durante la operación del mismo, para reemplazar equipos obsoletos o desgastados o para aumentar la producción.

A continuación se incluyen las inversiones a tener en cuenta en la elaboración del plan de negocios:

- **Inversiones fijas**

De acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico, se deben determinar los montos de inversión y el cronograma de realización de compra de maquinaria y equipos, las instalaciones donde va a funcionar el proyecto, los muebles y enseres, los vehículos, las licencias, franquicias, derechos de explotación del subsuelo, adecuación de los locales, los registros de marcas y

¹⁸ FLOREZ URIBE, JUAN ANTONIO. PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYME. ECOEDICIONES. 164P.

patentes, la constitución de la sociedad, etc. Esta información se recogerá en formatos diseñados para tal fin, pudiéndose clasificar en inversiones no depreciables, depreciables, agotables, diferibles y gastos pre-operativos, identificando sus valores y los momentos en que se deben hacer. Para su elaboración es muy útil la utilización de herramientas de planeamiento y control gerencial como las Barras de Gantt, si las actividades a realizar son sencillas o el PERT - CPM si estas son más complejas.

Es de anotar que, con excepción de los terrenos, los demás activos fijos, incluyendo los agotables, como minas, bosques, sufren deterioro u obsolescencia por su uso o explotación, la cual es reconocida a través de la aplicación de la depreciación, siendo estimada periódicamente, ya sea en forma mensual o anual, mediante un registro contable.

La depreciación puede afectar positivamente la rentabilidad del plan de negocio, por cuanto no constituye salida de fondos, apoyando la generación interna de recursos y disminuye la carga tributaria por cuanto es reconocida como un gasto.

ACTIVOS DIFERIDOS

Hace referencia a los desembolsos que realiza una empresa para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: estudios técnicos, económicos y jurídicos, gastos de creación, montaje, ensayos y puesta en marcha, pago por

uso de marcas y patentes y gastos para la capacitación y entrenamiento del personal. Las normas tributarias permiten amortizar los activos diferidos en los primeros cinco años del proyecto, de manera que aparecen como un costo que no constituya erogación y por tanto se asimilan a las depreciaciones. Las principales inversiones diferidas son:

- a. Estudios técnicos:** estudios de suelos e ingeniería, selección de procesos, asesorías tributarias, etc.
- b.** Estudios jurídicos
- c.** Estudios económicos y financieros: pre factibilidad y factibilidad.
- d. Gastos de organización:** ocasionados por la implantación de una estructura administrativa tanto para el período de instalación como para el de operación.
- e.** Gastos de montaje
- f.** Instalación, pruebas y puesta en marcha
- g. Uso de patentes y licencias:** Si por el uso de patentes, marcas y registros se paga al principio una suma global, este valor constituye una inversión diferida que se amortiza en forma de costo, sin que constituya erogación, en los primeros cinco años.
- h.** Capacitación

CAPITAL DE TRABAJO

Corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes.

El monto del capital de trabajo depende de los recursos necesarios para atender gastos administrativos de corto plazo (salarios, arriendos, servicios), de la duración del proceso técnico de transformación, del valor de inventarios, de la política de crédito sobre las ventas y del período de pago sobre las compras.

Si el capital de trabajo se subestima, puede disminuir la cantidad de artículos producidos, trayendo grandes consecuencias, como la disminución del volumen de ventas, pérdida de la participación en el mercado y disminución de la rentabilidad de la empresa.

GASTOS DE OPERACIÓN

En la estructura de los costos de producción se debe tener en cuenta los costos de fabricación que son asociados en forma directa a la producción del bien o servicio, los gastos operativos, tanto de administración como los de ventas y los gastos financieros ocasionados por los créditos recibidos.

Los costos fabricación lo constituyen la materia prima consumida y la mano de obra directa, con sus respectivas prestaciones sociales y aportes parafiscales.

➤ **Gastos indirectos de fabricación**

Son los correspondientes a materiales indirectos y mano de obra indirecta con sus prestaciones. Se consideran como materiales indirectos los combustibles y lubricantes, papelería y equipos de seguridad industrial. Como mano de obra indirecta el gerente técnico o de producción, jefes de departamento, personal de laboratorio, personal de servicios generales.

➤ **Otros conceptos que se incluyen como gastos indirectos**

Se incluye la depreciación de edificaciones, equipos, muebles y vehículos ligados directamente al proceso de producción; la causación de los servicios públicos, de agua, luz, teléfono y gas; el mantenimiento y reparación de las instalaciones, equipos, muebles, vehículos, incluye repuestos; los seguros correspondientes a la fábrica, como pólizas de protección de instalaciones y equipos contra incendio, hurto, pérdida total, terremoto; los impuestos de industria y comercio y el predial; y las inversiones diferidas realizadas durante el período de instalación que ya han sido canceladas, sin embargo, las normas tributarias permiten que durante los primeros cinco años se reconozca un costo por este concepto, hasta su total amortización, aunque no constituye erogación.

La depreciación es el reconocimiento de un gasto que presentan los activos fijos por su uso y que son necesarios para producir los ingresos de la empresa.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortización de diferidos, seguros; impuestos de catastro y otros como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transportes, viáticos, investigación y desarrollo, etc.

GASTOS DE VENTAS

Son los relacionados con el área de ventas, como sueldos y prestaciones, comisiones de ventas, gastos de publicidad, asistencia técnica a clientes, gastos de distribución, fletes, empaques, bodegaje, operación de los puntos de venta, etc.

DEPRECIACIONES

¹⁹La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. Su distribución debe hacerse empleando los criterios de tiempo y productividad.

¹⁹ WWW.UTPLONLINE.EDU.EC/CURSOS/DIRETORIO/APOIO_2681_11/DEPRECIACI%F3N%20CONTABLE%20Y%20FISCAL.DOC

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIONES	VIDA UTIL
Inmuebles	20 años
Muebles, enseres y equipos de oficina	10 años
Vehículos	5 años

A continuación se incluyen la forma de manejo en cuanto a depreciación se refiere, de los activos fijos depreciables:

➤ MÉTODOS DE DEPRECIACIÓN

Se han desarrollado varios métodos para estimar el gasto por depreciación de los activos fijos tangibles. Los cuatro métodos de depreciación más utilizados son:

METODO	CARGO DE DEPRECIACION
Línea recta	Igual todos los años de vida útil
Unidades producidas	De acuerdo a la producción
Suma de los dígitos de los años	Mayor los primeros años
Doble saldo decreciente	Mayor los primeros años

AMORTIZACIONES

Una de las aplicaciones más importantes de las anualidades en las operaciones de los negocios está representada por el pago de deudas que devengan intereses.

En el área financiera, amortización significa saldar gradualmente una deuda por medio de una serie de pagos que, generalmente, son iguales, y que se realizan también en intervalos iguales de tiempo, es decir son los pagos que se hacen para ir liquidando paulatinamente y dentro del plazo establecido, los recursos otorgados en préstamos.²⁰

PRESUPUESTOS

Los presupuestos son la estimación programada de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.

²⁰Mercedes Bravo Valdivieso – Contabilidad General - 5ta Edición – págs. 239 – 242
www.monografias.com – Depreciaciones y Amortizaciones
Folleto PDF – Depreciaciones
Documentos de Depreciaciones y Amortizaciones

FINALIDADES DE LOS PRESUPUESTOS

Los presupuestos tienen como finalidad lo siguiente:

- Planear los resultados de la organización en dinero y volúmenes.
- Controlar el manejo de ingresos y egresos de la empresa
- Coordinar y relacionar las actividades de la organización
- Lograr los resultados de las operaciones periódicas
- Brindar información cuantitativa para la toma de decisiones

IMPORTANCIA

El presupuesto implica materializar los planes empresariales en información cuantitativa y monetaria, es igualmente el cimiento de los estados financieros proyectados y representa la base de la toma de decisiones por cuanto permite prever las condiciones económicas de la empresa en áreas como el endeudamiento la situación de liquidez, la naturaleza de las transacciones financieras y la movilización o rotación de los fondos invertidos.

Así mismo una de las herramientas que se incluyen en los presupuestos son:

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un documento contable que presenta los resultados obtenidos en un periodo económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo.

El estado de pérdidas y ganancias está integrado por:

- **Ingresos.-** están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos que se presentan en una empresa.
- **Egresos.-** se forma por la sumatoria del costo primo, gastos de proceso de producción, gastos de operación y gastos financieros.²¹

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto porque en él no hay pérdidas y ganancias, es decir representa la cantidad de unidades que una empresa debe producir para no perder ni ganar.

El análisis del punto de equilibrio sirve básicamente para:

- Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas los costos y las utilidades.
- Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
- Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Para determinar esta herramienta se debe clasificar los costos de una empresa en:

- **Costos fijos:** son aquellos que no varían junto con la producción su importe permanece constante independientemente de lo que la empresa produzca.

²¹www.monografias.com – presupuestos- pág. 1

Tales como: sueldos de ejecutivos, personal de seguridad, renta de edificios, el alumbrado, impuestos sobre propiedades, etc.

- **Costos variables:** son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción, estos pueden ser: materia prima directa, mano de obra directa, etc.²²

MÉTODOS PARA EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

- **En función de las ventas.-** se basa en el volumen de las ventas y los ingresos monetarios que se generan para su cálculo. Para su cálculo utilizamos la siguiente formula.²³

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT} \right)}$$

- **En función de la capacidad instalada.-** se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permita cubrir los costos, para su cálculo se aplica la siguiente formula.

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

²²www.monografias.com – presupuestos- pág. 1

²³ Folleto de mercadotecnia – punto de equilibrio

- **En función de la producción.-** se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con sus ventas se cubran los gastos, para su cálculo se utiliza la siguiente formula.²⁴

$$PE = \frac{CFT}{Pvu - CVu}$$

EVALUACIÓN FINANCIERA

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente:

- **VALOR ACTUAL NETO.-** se lo define como el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos esperados y el desembolso inicial de la inversión.

Es un criterio de evaluación que permite aceptar o rechazar el proyecto y se lo define como la sumatoria de los beneficios netos descontados a una tasa de actualización pertinente.²⁵

²⁴ www.gestiopolis.com- punto de equilibrio

²⁵ Folleto de contabilidad y finanzas empresariales. Pág. 182, 183

El criterio para aceptar o rechazar un proyecto desde el punto de vista de este indicador es el siguiente:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil, mantienen el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

Para el cálculo del VAN se toma en consideración la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de flujos netos actualizados} - \text{Inversión}$$

- **TASA INTERNA DE RETORNO.**- es un indicador que expresa en forma conceptual la capacidad de ganancia de un proyecto de inversión. Se la define como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sean iguales.

Para tomar la decisión de aceptación o rechazo es necesario basarse en el costo de oportunidad de capital y observando las siguientes reglas:

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital la realización de la inversión es criterio del inversionista.

- Si la TIR es menos que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.²⁶

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = T_m + Dt \left(\frac{\text{VAN } T_m}{\text{VAN } T_m - \text{VAN } TM} \right)$$

➤ **RELACIÓN** **BENEFICIO**

COSTO.- permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

- Si la relación ingresos sobre egresos es igual a 1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación es mayor que 1 el proyecto es rentable.
- Si la relación es menor que 1 el proyecto no es rentable.

Para encontrar la relación beneficio costo se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

➤ **PERÍODO DE** **RECUPERACIÓN DE**

CAPITAL.- el periodo de recuperación de inversión son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial, mediante las entradas de efectivo que la misma produce.

²⁶ Folleto de contabilidad y finanzas empresariales. Pag. 184, 185

La fórmula utilizada para su cálculo es la siguiente:

$$\text{PRI} = \text{Año que supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

- **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:** este análisis tiene como finalidad conocer el grado máximo de soporte que tendrá un proyecto ante posibles cambios en los costos e ingresos totales, que podrían ocurrir en el futuro puesto que se desconoce cuáles serán las condiciones económicas en las que se desenvolverá un proyecto una vez que entre en funcionamiento.

Los criterios de decisión son:

- Si el coeficiente de sensibilidad, es mayor a 1 el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Si el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible.

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$S = \%V / N.TIR$$

Cabe señalar que la información requerida para la aplicación de estos indicadores es la que debe obtenerse del flujo de caja llamado también flujo de efectivo, que es un cálculo del volumen de ingresos y de gastos, que ocurrirán en una empresa durante un determinado período. Ello posibilita saber si sobra o falta dinero en determinado momento.²⁷

²⁷ Folleto de contabilidad y finanzas empresariales – análisis de sensibilidad

e. |MATERIALES Y MÉTODOS

Entre los métodos que se tuvo que aplicar en el trabajo de investigación tenemos los siguientes:

Método Científico: Este método tiene inmerso consigo una serie de actividades y procedimientos sistematizados que el investigador, utiliza para llegar a la verdad sobre la producción y comercialización del producto; en estudio el método científico se fundamenta especialmente en las teorías experimentales, la verificación lógica, la creatividad y tomar diversas decisiones metodológicas con datos otorgados flexibles a su comprobación de manera consecutiva en la práctica y se ajusta a la comprensión haciendo relación con la realidad.

Se utilizó también este método para la revisión de literatura y para todos los procedimientos matemáticos que se utilizaron en el transcurso de la investigación.

Método Inductivo: Se lo utilizó para desarrollar el trabajo de investigación, estudio por estudio para obtener la factibilidad o no del proyecto estableciendo una comparación de la realidad nacional y local.

Método Analítico: Fue utilizado para interpretar los resultados obtenidos en el estudio de mercado, los contenidos teóricos prácticos en la formulación y evaluación del proyecto, lo que nos permitió procesar adecuadamente la

información obtenida en el trabajo de campo y llegar a deducir las debidas conclusiones y recomendaciones.

Para la recopilación de la información al inicio se utilizó las siguientes técnicas:

TÉCNICAS

Bibliográfica.- Permitió seleccionar y recopilar todo el material de la bibliografía relacionado con el tema de la investigación como son: libros, revistas, folletos, internet, etc.

Observación.- Permitió corroborar y comprobar cómo se encuentra el mercado para poder tener información de cómo introducir este producto al mercado y también de cómo llegar hacia el consumidor final.

Encuesta.- Se aplicó a la población de la ciudad de Loja esta información recolectada que sirvió para realizar evaluar y analizar las diferentes variables como gustos, preferencias, etc. existentes en la población.

Entrevista.- Se aplicó a los dueños de los diferentes locales comerciales que venden diferentes aromas de café existen en la ciudad de Loja.

El Muestreo

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

Definición de la Población

Población: La población a quien va dirigido el producto es al Cantón Calvas de la provincia de Loja que es de 31.888 que comprende las parroquias urbanas como son: Colaisaca, El Lucero, Utuana y Sanguillin. De la cual hemos tomado solo a las familias por cuanto es un producto que va ser consumido por las familias. En el siguiente cuadro se expone la proyección de la población hasta el año 2013, tomando en cuenta que el proyecto será para 5 años de vida útil.

La población estará determinada por:

$$\mathbf{VF = PV(1 + i)^n}$$

En donde:

VF= Valor futuro

PV = El capital inicial (población total)

i= Tasa de crecimiento

n = número de años

$$\mathbf{VF = PV(1 + i)^n}$$

$$\mathbf{VF = 28.185(1.025)^2}$$

$$\mathbf{VF= 29.612 \quad 2010}$$

$$\mathbf{VF = PV(1 + i)^n}$$


$$\mathbf{VF = 29.612(1.025)^3}$$

$$\mathbf{VF= 31.888 \quad 2011}$$

Según la proyección realizada para el año 2011 se obtiene como resultado una población de 31.888

Por lo tanto:

4 personas	una familia
31.888 personas	7.972 familias



Muestra

La fórmula para determinar el número de encuestas que se va a realizar a los ciudadanos del cantón Calvas es la siguiente:

Formula de la Muestra

$$\frac{NZ^2PQ}{(N - 1)E^2 + Z^2PQ}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Total de la población → 31.888

P = Probabilidad de éxito (50 %) → 0,5

Q = Probabilidad de fracaso (50 %) → 0,5

Z = Nivel de confianza (95 %) → 1.96

E = Error experimental (5 %) → 0,05

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N - 1)E^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{31888(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(31888 - 1) + (0.05)^2(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{31888(3.8416)(0.25)}{31887(0.0025) + 3.8416(0.25)}$$

$$n = \frac{31888(0.9604)}{79.7175 + 0.9604}$$

$$n = \frac{30625.2352}{80.6779}$$

n = 379 encuestas

CUADRO # 1

Población por parroquias:

PARROQUIAS	TOTAL
TOTAL	28.185
CARIAMANGA	11.149,84
URBANO	
PERIFERIA	8.643,17
COLAISACA	2.252,43
EL LUCERO	2.491,36
UTUANA	1.637,76
SANGUILLIN	2.010,44

Fuente: Inec

Elaborado Por: El autor

f. RESULTADOS

1.- ¿Cuál es el promedio de ingreso familiar?

INGRESOS MENSUALES DE LAS FAMILIAS

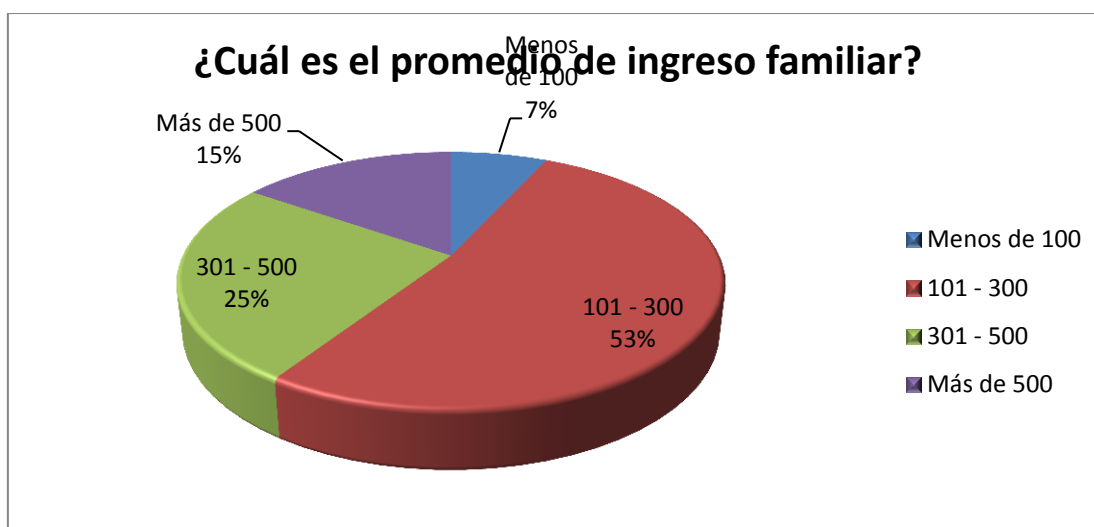
CUADRO #2

Variable	Xm	Frecuencia	xm.f	Porcentaje %
1 - 250	50.5	26	1.313	7%
251 - 500	200.5	198	39.699	53%
501 - 700	400.5	97	38.848.5	25%
701- 1000	250.5	58	14.529	15%
Total		379	94.389.5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

GRÁFICO # 1



INTERPRETACIÓN

Según los resultados obtenidos, se reporta que existe un promedio de ingreso de 201 a 500 dólares que representa un **53%**; seguidamente el ingreso de 501 a 700 con un **25%** posteriormente con más de 701 dólares el **15%** y finalmente el **7%** indica que tiene un ingreso menos de 1 a 250 dólares

Así mismo hay que indicar que el promedio de ingreso familiar es de 249 dólares.

Cálculo

$$x = \frac{\text{Exm. f}}{n}$$

$$x = \frac{94389.5}{379}$$

x = 249 Dólares

2.- ¿En su hogar, se consume embutidos?

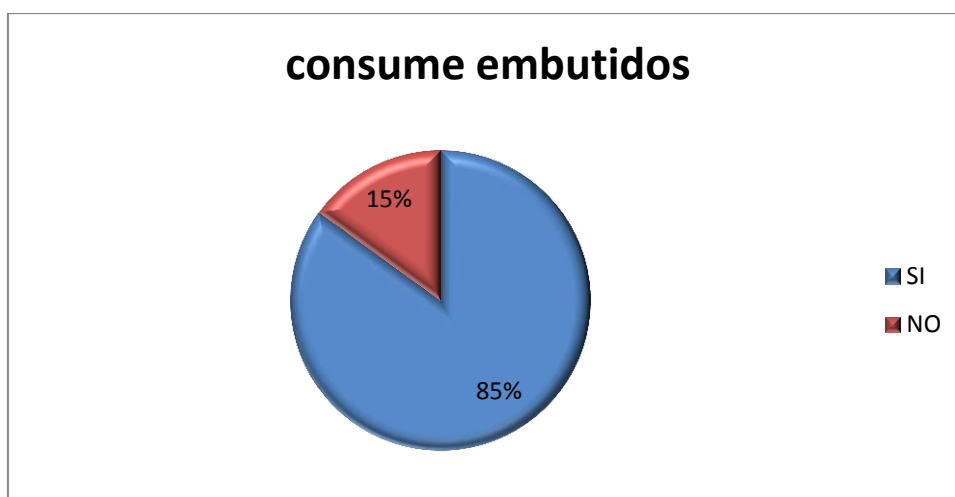
CUADRO # 3

Variable	Porcentaje%
SI	85%
NO	15%
Total	100%

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRAFICO # 2



INTERPRETACIÓN

El 85% señala que si consume embutidos, y 15% manifestó que no consume embutidos por la siguiente razón: porque no les gusta.

1. ¿Consume embutidos de chancho?

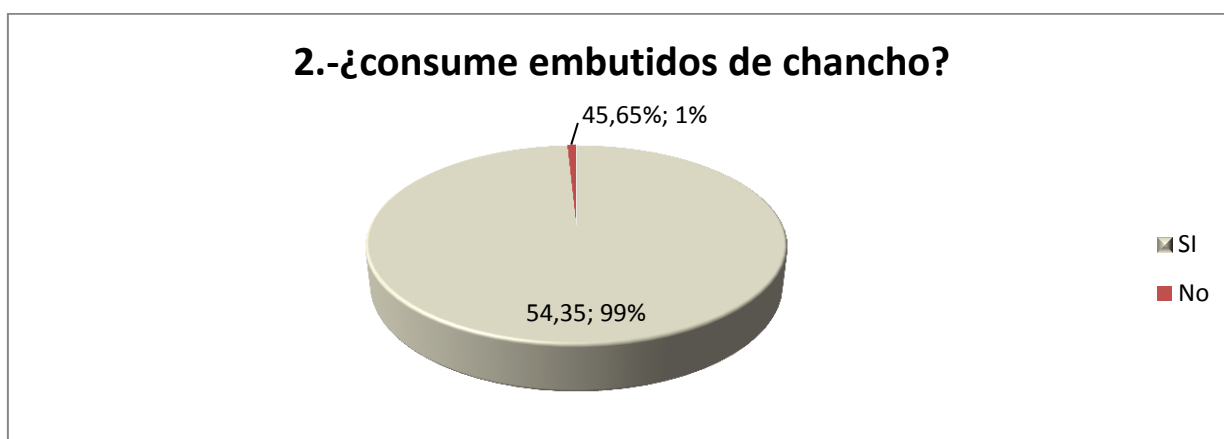
CUADRO # 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
SI	206	54.35%
NO	173	45.65%
Total	379	100%

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRÁFICO # 3



INTERPRETACIÓN

En los hogares de Cariamanga y sus parroquias, nos arrojan resultados de que un **54.35%**, les gusta consumir embutidos de chancho habitualmente y un **45.65%** No los consumen de forma habitual, por ende se ve claramente que la mayoría de consumidores adquieren embutidos en sus hogares para su consumo, siendo un aspecto importante para continuar en el proceso de análisis de mercado.

3.- ¿Por qué razón consume embutidos en su hogar?

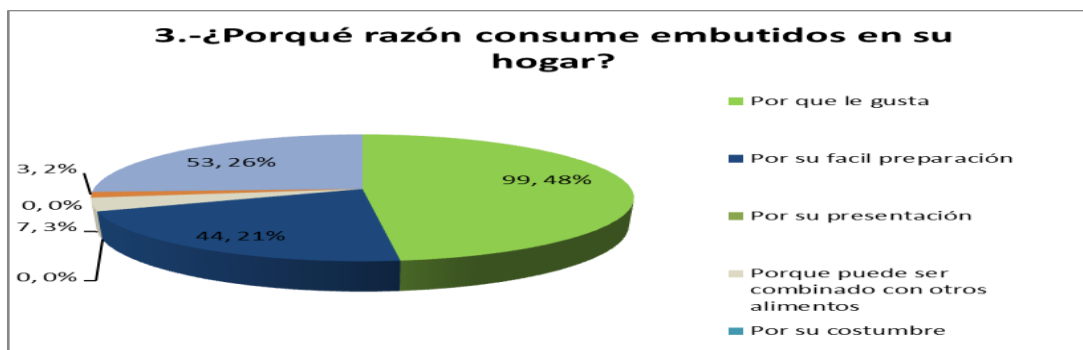
CUADRO # 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Por qué le gusta	99	48.06
Por su fácil preparación	44	21.36
Por su presentación	0	0
Porque puede ser combinado con otros alimentos	7	3.4
Por su costumbre	0	0
Por su contenido alimenticio	3	1.45
Por su sabor	53	25.73
Total	206	100

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRÁFICO # 4



INTERPRETACIÓN

Tomando en cuenta el grupo de personas que respondieron que **SI** consumen embutidos habitualmente, siendo las mismas un total de 206 de 379 encuestados.

Dentro de las diferentes razones por las cuales los hogares consumen embutidos, se pudo constatar, que existen tres aspectos que resaltan con mayores resultados, los mismos que con un **48.06%** afirman que consumen porque les gusta, un **25.73%** por su sabor un **21.36%** por su fácil preparación, **3.4%** por que puede ser combinado con otros alimentos y un **1.45%** por su contenido alimenticio

En los aspectos de por su costumbre y por su presentación hay un resultado del **0%**, esto quiere decir que las personas no consideran al momento de

comprar, la presentación del embutido, más bien lo que les interesa son los cinco aspectos indicados inicialmente (sabor, porque les gusta, por su fácil preparación, porque puede ser combinado con otros alimentos, y por su contenido alimenticio).

4.- ¿Con qué frecuencia consume embutidos de chancho?

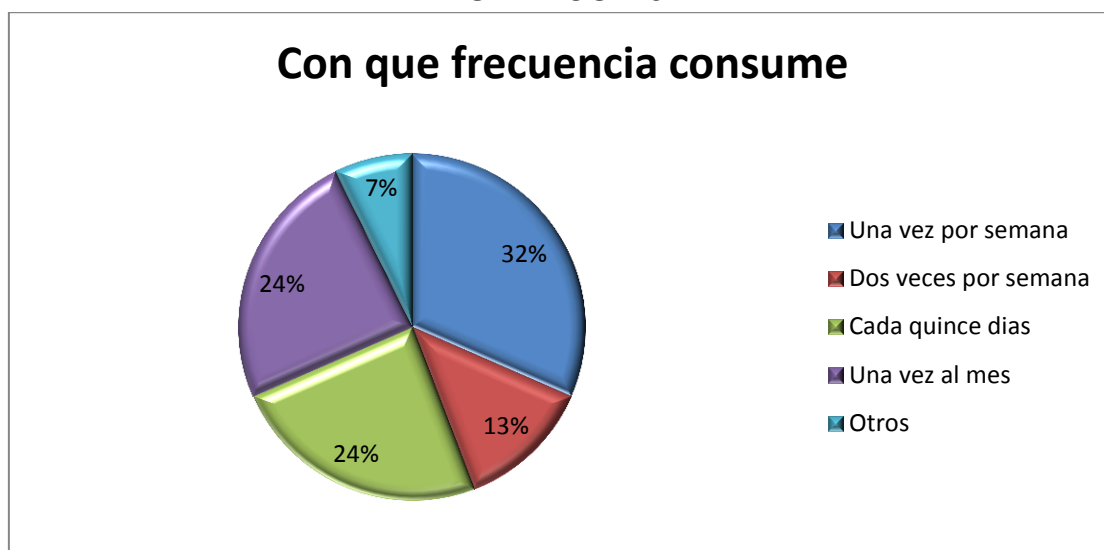
CUADRO # 6

Variable	x	frecuencia	?	Porcentaje%
Una vez por semana	1	65	65	31.55
Dos veces por semana	2	26	52	12.62
Cada quince días	0.5	50	25	24.27
Una vez al mes	0.25	50	12.5	24.27
Otros		15		7.28
Total		206	154.5	100.00

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRÁFICO # 5



INTERPRETACIÓN

El **31.55%** respondió que la frecuencia con la que consume embutidos de chancho es una vez por semana, el **24.27%** señala que lo hace cada quince días, el **24.27%** dice que compra carne una vez al mes, el **12.62%** indicó que lo

realiza dos veces por semana, finalmente el **7.28%** manifiesta que adquiere embutidos de chanco de vez en cuando.

En base a un promedio se puede dar a conocer que la frecuencia con que consumirían embutidos de chanco sería una vez por semana

5.- Quienes consumen más embutidos en su hogar

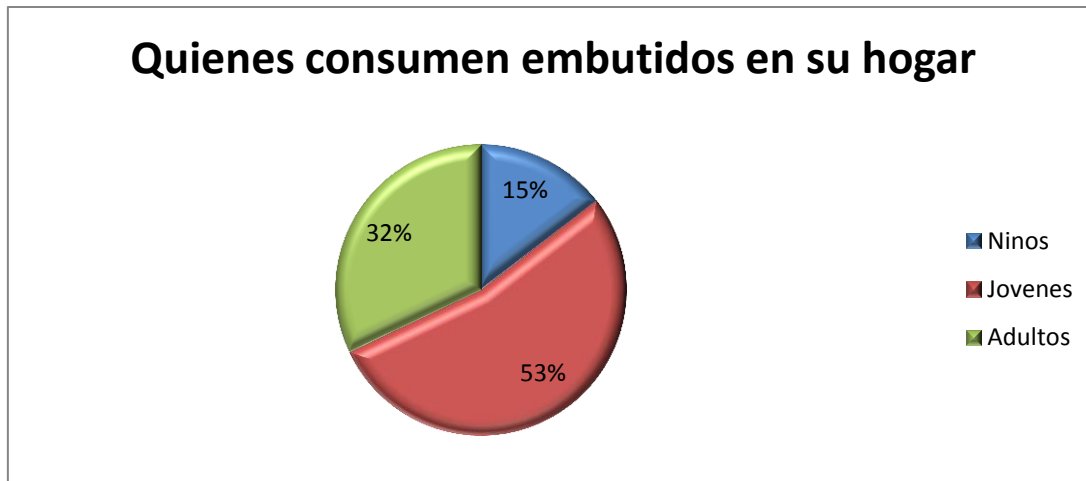
Cuadro # 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Niños	30	14.56
Jóvenes	110	53.4
Adultos	66	32.04
Total	206	100

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRÁFICO # 6



INTERPRETACIÓN

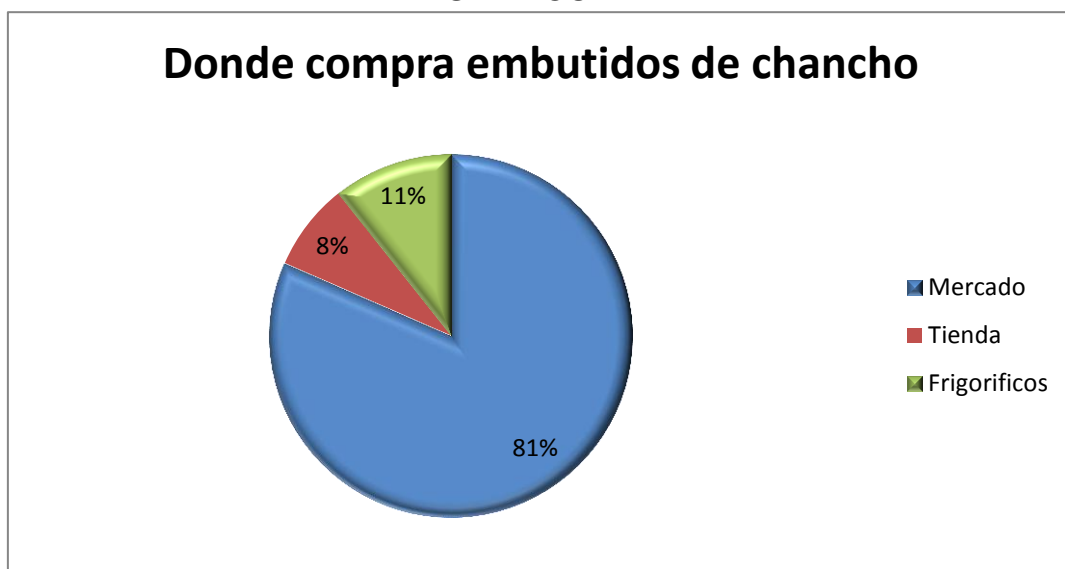
Con respecto a quienes consumen más embutidos en los hogares de calvas, tenemos como resultados que el **53.4%** consumen los jóvenes, un **32.04%** los adultos y un **14.56%** los niños, esto quiere decir, que con un alto porcentaje de consumo lo hacen los adultos y jóvenes.

6.- ¿Dónde compra embutidos de chancho?

CUADRO # 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mercado	168	81.55
Tienda	16	7.78
Frigoríficos	22	10.67
Total	206	100

GRAFICO # 7



INTERPRETACIÓN

El **81.55%** dice que compra los embutidos de chancho en el mercado ya que el precio es más económico, el **10.67%** respondió que lo adquiere en los frigoríficos que hay en la localidad, y el **7.78%** señala que los consigue en tiendas.

7.- ¿Qué tipo de embutidos de chanco adquiere, que cantidad consume semanalmente y cual es precio que paga?

CUADRO # 9

Opción	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Total
1	Salchicha	42	20.39	206
2	Mortadela	105	50.97	206
3	Jamón	27	13.11	206
4	Chorizo	32	15.53	206

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

En primer lugar esta con el 50.97% de aceptación es la mortadela, en segundo lugar con el 20.39% está la salchicha, en tercer lugar con el 15.53% se encuentra el chorizo, y finalmente en cuarto lugar con el 13.11% está el jamón.

CUADRO# 10

CANTIDAD QUE CONSUME SEMANALMENTE

Variable	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje %	Total
Salchicha	1 libra	13	6.31	206
	2 libras	62	30.10	206
	3 libras	46	22.33	206
	4 libras	16	7.77	206
	5 libras	7	3.40	206
	6 libras	2	0.97	206
	7 libras	1	0.49	206
Mortadela	1 libra	5	2.43	206
	2 libras	38	18.45	206
	3 libras	18	8.74	206
	4 libras	13	6.31	206
	5 libras	3	1.46	206
	6 libras	3	1.46	206
	7 libras	0	0	206
Jamón	1 libra	8	3.88	206
	2 libras	23	11.17	206
	3 libras	11	5.34	206
	4 libras	17	8.25	206
	5 libras	10	4.85	206
	6 libras	2	0.97	206
	7 libras	0	0	206
Chorizo	1 libra	21	10.19	206
	2 libras	23	11.17	206
	3 libras	4	1.94	206
	4 libras	2	0.97	206
	5 libras	1	0.49	206
	6 libras	0	0	206
	7 libras	0	0	206

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

El 30.10% indica que la cantidad semanal que compran la salchicha es dos libras a un precio por libra de un \$ 1.70 ocupando el primer lugar, el 18.45%

señala que adquiere dos libras de mortadela a la semana a un precio por libra de \$1.80 centavos, el 11.17% manifestó que adquiere con más frecuencia dos libras de jamón semanalmente pagando \$2.40 centavos por libra, y finalmente 11.17% dice que consume dos libras de chorizo a la semana a un valor de \$2.25 centavos cada libra.

8.- ¿Si en la localidad existiera una empresa productora y comercializadora de embutidos higiénicamente, estaría dispuesto a comprar en la misma? Indique

CUADRO # 11
Compraría embutidos de una empresa calvense

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	206	100.00
No	0	0.00
Total	206	100.00

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

El **100%** manifiesta que si en la localidad existiera una empresa que comercialice los embutidos de chanco higiénicamente si estaría dispuesto a comprar en la misma, porque así se sentirían más seguros al momento de adquirir este producto.

9. ¿Con qué frecuencia compraría?

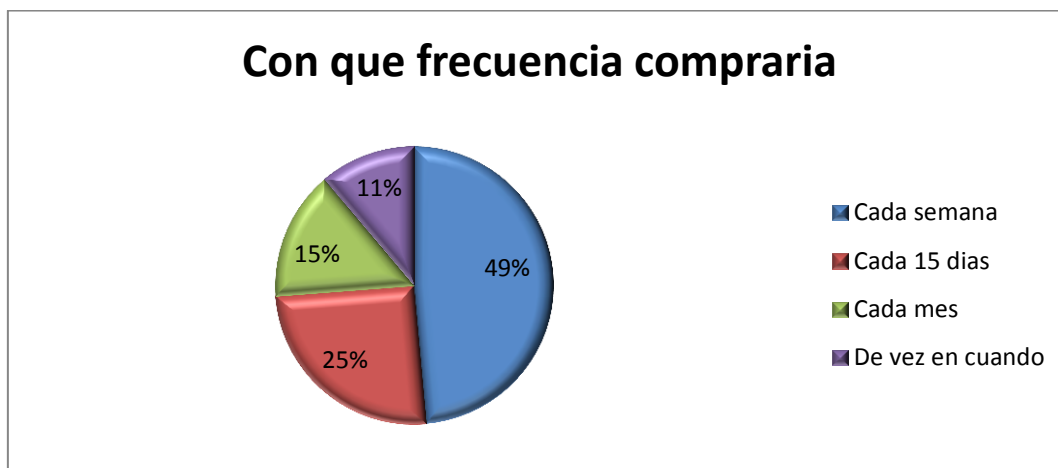
CUADRO # 12
Con qué frecuencia compraría

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	100	48.54
Cada 15 días	52	25.24
Cada mes	31	15.05
De vez en cuando	23	11.17
TOTAL	206	100.00

Fuente: consumidores

Elaborado por: El auto

GRAFICO # 8



I NTERPRETACIÓN

El 48.54% dice que la frecuencia con la que compraría en esta nueva empresa sería cada semana, el 25.24% señala que lo haría cada quince días, el 15.05% manifiesta que adquiriría embutidos de chancho cada mes y finalmente el 11.17% responde que lo consumiría de vez en cuando

10. ¿Qué tipo de embutido de chancho adquiriría y que cantidad compraría semanalmente?

CUADRO # 13

Tipo de embutido de chancho adquiriría

Opción	Variable	Frecuencia	Porcentaje	Total
1	Salchicha	62	30.10	206
2	Mortadela	105	50.97	206
3	Jamón	19	9.22	206
4	Chorizo	20	9.71	206

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

En primer lugar con el 50.97% de aceptación es la mortadela, en segundo lugar con el 30.10% está la salchicha, en tercer lugar con el 9.71% se encuentra el chorizo, y finalmente en cuarto lugar con el 9.22% está el jamón.

CUADRO # 14**Cantidad que consumiría**

Variable	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje %	Total
Salchicha	1 libra	13	6.31	206
	2 libras	60	29.13	206
	3 libras	40	19.42	206
	4 libras	18	8.74	206
	5 libras	8	3.88	206
	6 libras	2	0.97	206
	7 libras	0	0.00	206
Mortadela	1 libra	8	3.88	206
	2 libras	23	11.17	206
	3 libras	14	6.80	206
	4 libras	25	12.14	206
	5 libras	10	4.85	206
	6 libras	3	1.46	206
	7 libras	1	0.49	206
Jamón	1 libra	7	3.70	206
	2 libras	39	18.93	206
	3 libras	20	10.58	206
	4 libras	9	4.37	206
	5 libras	3	1.46	206
	6 libras	4	1.94	206
	7 libras	0	0.00	206
Chorizo	1 libra	21	10.19	206
	2 libras	12	5.83	206
	3 libras	12	5.83	206
	4 libras	3	1.46	206
	5 libras	6	2.91	206
	6 libras	1	0.49	206
	7 libras	1	0.49	206

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

El 29.13% indica que la cantidad semanal que compraría de salchicha es de dos libras, el 12.14% señala que adquiriría cuatro libras de mortadela a la semana, el 18.93% manifestó que adquiriría con más frecuencia dos libras de jamón, y finalmente el 5.83% dice que consumiría de dos a tres libras de chorizo a la semana.

11. ¿Cómo le gustaría la presentación del producto?

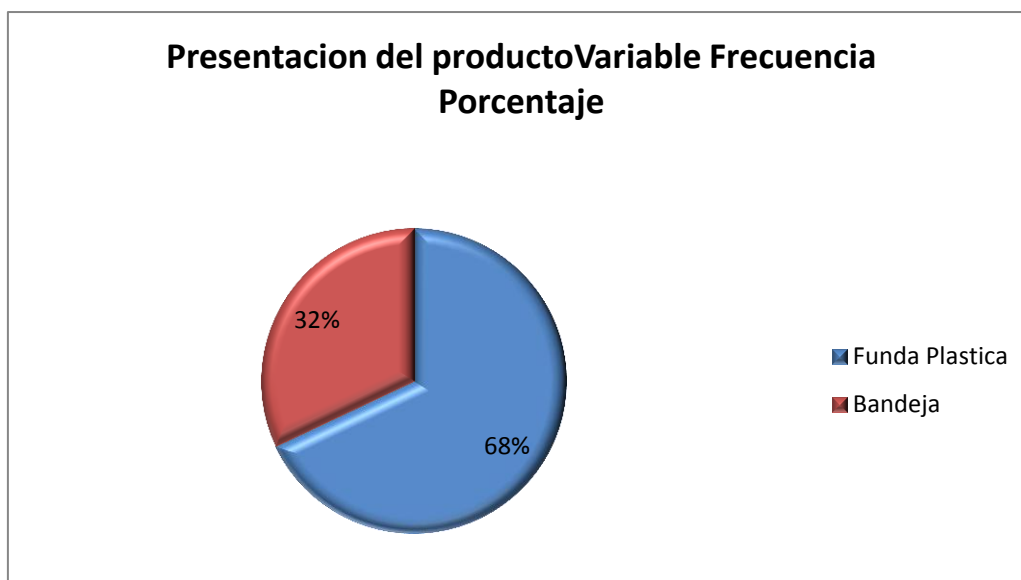
CUADRO # 15
Presentación del producto

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Funda Plástica	140	74.07
Bandeja (empacado al vacío)	66	34.92
Total	206	108.99

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRAFICO # 9



INTERPRETACIÓN

El 68% indica que la presentación del producto le gustaría en funda plástica y el 33% señaló que prefiere la bandeja ya que se vería mejor y a su vez llamativa

12. ¿Qué promociones le gustaría que le brinde esta empresa calvense?

CUADRO # 16
Que promociones le gustaría

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Descuentos	135	71.43
Regalos	40	21.16
Otros	31	16.40
Total	206	108.99

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRÁFICO # 10



INTERPRETACIÓN

El 66% contestó que las promociones que más le gustaría obtener de esta empresa son descuentos, el 19% indica que preferiría los regalos y el 15% manifiesta que elegiría otras promociones como: dos por uno.

12. ¿Qué radio escucha usted frecuentemente? Indique

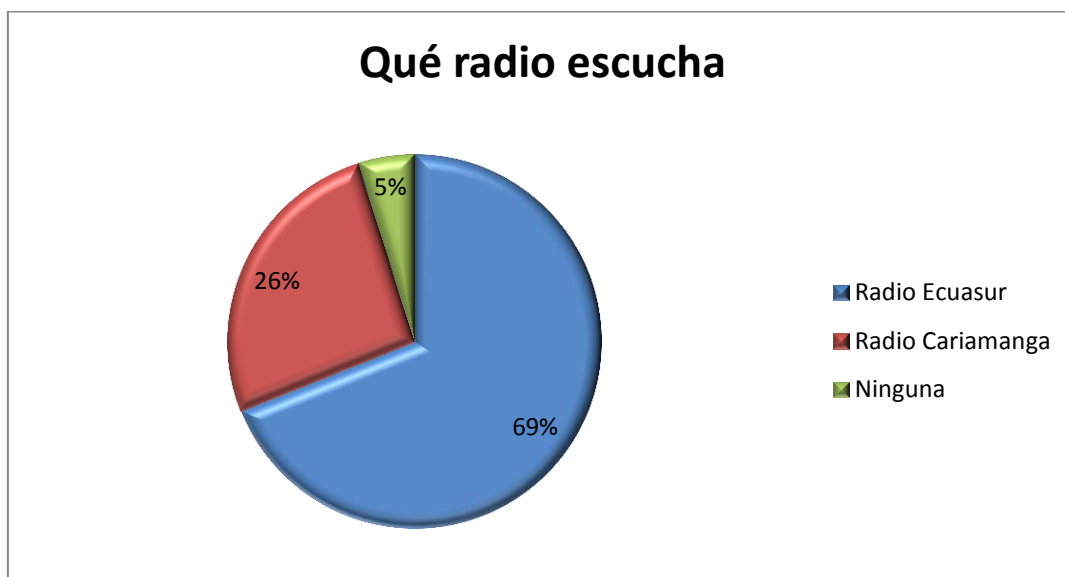
CUADRO # 17
Radio que escucha con frecuencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Radio Ecuasur	142	75.13
Radio Cariamanga	54	28.57
Ninguna	10	5.29
Total	206	108.99

Fuente: consumidores

Elaborado por: El autor

GRAFICO # 11



INTERPRETACIÓN

El 69% respondió que la radio que escucha con más frecuencia es Radio Ecuasur en los horarios de 6:00am a 12:00pm y de 14:00pm a 18:00pm, el 26% dice que escucha, Radio Cariamanga en los horarios de la mañana, el 5% contestó que no sintoniza ninguna de éstas dos radios.

RESULTADOS DE ENCUESTAS DE LOS LOCALES COMERCIALES

1. ¿Cuántos años de actividad tiene su negocio?

CUADRO # 18

Variable	Xm	Frecuencia	Xm.f	Porcentaje
Menos de 5 años	3	6	18	52.94
De 5 a 10 años	8	2	16	47.06
De 10 a 15 años	0	0	0	0.00
De 15 a 30 años	0	0	0	0.00
TOTAL		8	34	100.00

Fuente: Locales comerciales

Elaborado por: El autor

GRÁFICO #12



INTERPRETACIÓN

En los 8 locales encuestados de la ciudad de Cariamanga, arrojan resultados que el 52.94% tienen su negocio Menos de 5 años, mientras que de 6 a 10 años hay un 47.06%, con relación a los años de 11 a 16 existe un 0%.

Así mismo hay que indicar que el promedio de tiempo que tienen en actividad su negocio se acerca a los 5 años

2. ¿Qué tipo de embutidos de chanco adquiere, que cantidad vende semanalmente y cuál es su precio de venta?

CUADRO # 19

Qué tipo de embutidos adquiere

Opción	Variable	Frecuencia	Porcentaje %	Total
1	Salchicha	2	25	8
2	Mortadela	4	50	8
3	Jamón	1	12.5	8
4	Chorizo	1	12.5	8
TOTAL			100	8

Fuente: Locales comerciales

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

En cuanto a las ventas de embutidos de chanco, en primer lugar ocupa la mortadela que es del 50%, y en segundo lugar sigue la salchicha con un porcentaje del 25%, y en tercer y cuarto lugar hay una igualdad de porcentajes de 12.5% para el jamón y el chorizo.

3.- ¿Qué cantidad de embutidos vende semanalmente?

CUADRO # 20

Variable	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje %	Total
Salchicha	10 libras	2	25	8
	15 libras	6	75	8
Mortadela	5 libras	0	0	8
	20 libras	1	12.5	8
	25 libras	7	87.5	8
Jamón	2 libras	5	62.5	8
	4 libras	3	37.5	8
Chorizo	5 libras	4	50	8
	10 libras	3	37.5	8
	12 libras	1	12.5	8

Fuente: Locales comerciales

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

El 25% indica que la cantidad semanal que compra de salchicha es diez libras a un precio por libra de \$1.70 centavos ocupando el primer lugar, el 87.50% señala que adquiere veinte y cinco libras de mortadela a la semana a un precio por libra de \$1.80 centavos, el 62.5% manifestó que adquiere con más frecuencia dos libras de jamón semanalmente pagando \$2.40 centavos por libra, y por último el 50% dice que consume cinco libras de chorizo a la semana a un valor de \$2.25 centavos cada libra.

4.-Como califica usted las ventas de su negocio

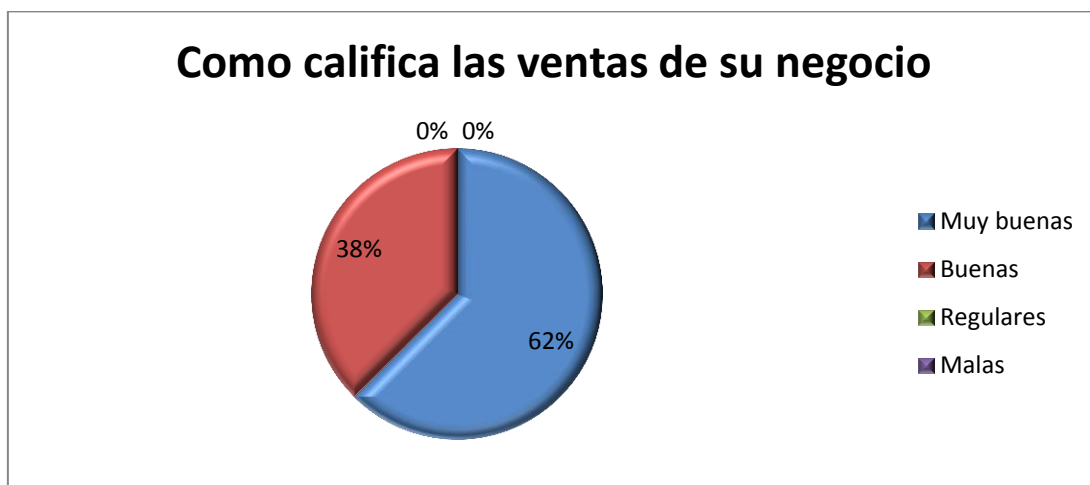
CUADRO# 21

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy buenas	5	62.5
Buenas	3	37.5
Regulares	0	0
Malas	0	0
Total	8	100

Fuente: Locales comerciales

Elaborado por: El autor

GRAFICO # 13



INTERPRETACIÓN

En cuanto las ventas del negocio los vendedores, lo califican de Muy Buenas, esto está representado en el **62.5%**, mientras que un porcentaje del **37.5%** lo califican como Buenas, los resultados del **0%** corresponden a que no existen ventas regulares o malas.

5.- El local que está actualmente manejando es

CUADRO # 22

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Propio	5	62.5
Arrendado	3	37.5
Total	8	100

Fuente: Locales comerciales

Elaborado por: El autor

GRÁFICO # 14



INTERPRETACIÓN

En cuanto a conocer si los locales de venta son propios o arrendados, tenemos porcentajes con una diferencia más o menos distante, ya que el 62.5% tiene su local propio, y un 37.5% lo tienen arrendado.

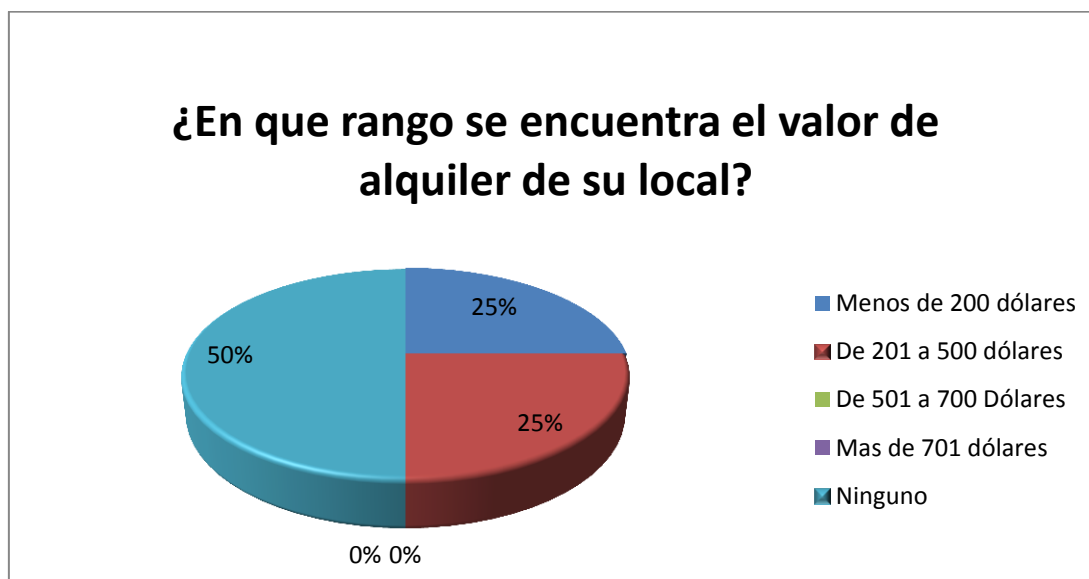
6.- ¿En qué rango se encuentra el valor de alquiler de su local?

CUADRO # 23

Variable	xm	frecuencia	xm.f	Porcentaje %
Menos de 200 dólares	101	2	202	25
De 201 a 500 dólares	350.5	2	701	25
De 501 a 700 Dólares	0	0	0	0
Más de 701 dólares	0	0	0	0
Ninguno	0	4	4	50
Total		8	911	100%

Fuente: Locales comerciales

GRAFICO # 15



INTERPRETACIÓN

Los resultados que se obtuvieron, acerca del rango sobre el valor de alquiler de los locales, oscilan desde el mayor porcentaje con el 50% que no pagan arriendo, menos de 200 dólares tenemos un resultado del 25%, y de 201 a 500 dólares el 25%, el costo de USD 500 a \$700 dólares arroja un porcentaje del 0%.

Es así que el promedio mensual de arriendo en estos locales comerciales bordea los 113.86 dólares

7.- ¿Qué tipo de promociones suele dar cuando vende embutidos?

CUADRO # 24

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Mayor contenido del producto por el mismo precio	0	0.00
Productos complementarios gratis o a bajo precio	0	0.00
Concursos y premios	0	0.00
Muestras y degustaciones	0	0.00
Regalos sorpresa	0	0.00
Descuentos	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	8	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Locales comerciales

INTERPRETACIÓN

Ningún tipo de promociones, afirman que reciben al momento de comprar embutidos, esto representa un 100%.

8.- ¿Vendería embutidos de una empresa calvense?

CUADRO # 25

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	8	100
No	0	0
Total	8	100%

Fuente: Locales comerciales

Elaborado por: El autor

INTERPRETACIÓN

Los dueños de los locales comerciales, apoyarían en un 100% la iniciativa de vender productos de una empresa calvense, esto es un resultado positivo para la generación de la microempresa de producción y venta de embutidos.

9.- ¿Permitiría usted que los embutidos que brindaría esta empresa sean parte de la gama de embutidos que usted ofrece en su negocio?

CUADRO # 26

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	8	100
No	0	0
Total	8	100%

Fuente: Locales comerciales

Elaborado por: El autor

g. DISCUSIÓN

Estudio de Mercado

La presente propuesta, es una estructura de un estudio de mercado para establecer la demanda que tiene el café de cereales en la ciudad de Loja, con el fin de desarrollar una bebida sana en la región, lo que representa una ventaja para el desarrollo de la presente propuesta.

Objetivos del Estudio de Mercado

- Realizar una segmentación correcta y sistematizada del mercado.
- .Establecer gustos y preferencias de la población establecida en cuantos al consumo de embutidos en la ciudad de Loja.
- Conocer la frecuencia de consumo de embutidos y determinar la oferta total teniendo en cuentas las empresas competidoras al realizar el respectivo proceso cuantitativo.
- Establecer estrategias de mercado para el producto, precio, plaza y publicidad.
- Establecer la demanda insatisfecha del producto.

Análisis de la Demanda

La demanda se puede definir como la cantidad de bienes y servicios que un segmento de mercado necesita y que una empresa tiene la disponibilidad de ofertar.

Para lo cual en el presente proyecto está direccionado a la ciudad de Loja y el segmento escogido son las familias, puesto que los embutidos es un producto de consumo, ya sea por la facilidad de preparación, tiempo y ahorro de dinero.

Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de libras de cada derivado de embutidos de carne de chanco que se consumen un tiempo determinado. La demanda real se la obtiene multiplicando el número de familias del cantón Calvas, por el porcentaje de los hogares que si consumen embutidos de chanco, es decir, el **85%** obtenido del cuadro # 2 por **31.888** que es la población

También hay que señalar que la frecuencia con que consumen los embutidos de carne de chanco es una vez por semana y el derivado que más adquieren es la mortadela, así mismo el consumo promedio semanal por familia es de una libra, el total de la demanda real se demuestra a continuación.

CUADRO # 27

DEMANDA POTENCIAL

POBLACIÓN	Porcentaje	Población	Derivado	Cantidad en libras	Libras semanales	Semanas	Libras anuales
31,888	85.00%	27,105	salchicha	1	27,105	52	1,409,450
			mortadela	1	27,105	52	1,409,450
			jamón	1	27,105	52	1,409,450
			chorizo	1	27,105	52	1,409,450
			Total				

Fuente: Cuadro # 3

Elaborado por: El autor

Demanda Real

Es la cantidad de libras de embutidos de chancho que consumen actualmente las familias del Cantón Calvas, se la obtuvo multiplicando la población que si consumen embutidos que es de 31.888 * 54.35% obtenidas del cuadro # 4 por el porcentaje de cada derivado del cuadro # 9 luego a estas familias se las multiplica por la cantidad semanal y finalmente por cincuenta y dos semanas para conocer la cantidad anual de cada derivado. A continuación se demuestra el total de la demanda real.

CUADRO # 28

DEMANDA REAL								
Población que consume	Variable	% de Aceptación	Población	Porcentaje	Total de familias	Cantidad	Total lb. semanal	Total lb. anual
17,339	Salchicha	20.39	3,535	26.64	942	1	942	48,975
				30.10	1064	2	2,128	110,662
				22.33	789	3	2,368	123,156
				9.07	321	4	1,283	66,698
				6.40	226	5	1,131	58,829
				2.97	105	6	630	32,761
				2.49	88	7	616	32,044
				Subtotal				
17,339	mortadela	50.97	8,838	32.43	2866	1	2,866	149,037
				28.45	2514	2	5,029	261,493
				18.74	1656	3	4,969	258,368
				16.31	1441	4	5,766	299,821
				2.61	231	5	1,153	59,973
				1.46	129	6	772	40,156
				0.00	0	7	0	0
				Subtotal				
17,339	Jamón	13.11	2,273	33.88	770	1	770	40,047
				21.17	481	2	962	50,047
				18.34	417	3	1,251	65,035
				12.79	291	4	1,163	60,473
				10.85	247	5	1,233	64,125
				2.97	68	6	405	21,064
				0.00	0	7	0	0
				Subtotal				
17,339	Chorizo	15.53	2,693	30.65	825	1	825	42,917
				27.18	732	2	1,464	76,116
				19.56	527	3	1,580	82,165
				11.78	317	4	1,269	65,979
				9.49	256	5	1,278	66,441
				1.34	36	6	216	11,258
				0.00	0	7	0	0
				Subtotal				
TOTAL							2,187,639	

Fuente: Cuadro # 3,4
Elaborado por: El autor

Demanda Efectiva

Es la cantidad de libras de embutidos de carne de chanco que en realidad van a adquirir los demandantes en la empresa. Esta demanda se la obtuvo multiplicando el porcentaje de aceptación que tendrá la nueva empresa por el número de pobladores obtenidos en la demanda potencial, es decir, 100% obtenido del cuadro # 11 por 31.888 pobladores que constan en el cuadro # 27. Así mismo se debe dar a conocer que la frecuencia con que consumirían esta nueva empresa sería semanalmente, a continuación se detalla la demanda que realmente existe de cada uno de los derivados de embutidos de carne de chanco.

CUADRO # 29
DEMANDA EFECTIVA

Demandantes	Variable	% de Aceptación	Población	Porcentaje	Total de familias	Cantidad	Total lb. semanal	Total lb. anual
17,339	Salchicha	30.10	5,219	12.27	640	1	640	33,299
				51.75	2,701	2	5,402	280,888
				21.16	1,105	3	3,314	172,311
				9.52	497	4	1,988	103,386
				4.23	221	5	1,105	57,437
				1.06	55	6	331	17,231
				0.00	0	7	0	0
Subtotal								664,552
17,339	mortadela	50.97	8,838	24.32	2,149	1	2,149	111,765
				32.73	2,893	2	5,785	300,827
				17.47	1,544	3	4,632	240,854
				13.23	1,169	4	4,676	243,152
				7.29	644	5	3,221	167,509
				3.59	317	6	1,904	98,989
				1.37	121	7	848	44,072
Subtotal								1,207,168
17,339	Jamón	9.22	1,599	28.70	459	1	459	23,858
				23.63	378	2	756	39,287
				18.56	297	3	890	46,287
				14.35	229	4	918	47,717
				9.59	153	5	767	39,861
				5.17	83	6	496	25,787
				0.00	0	7	0	0
Subtotal								222,796
17,339	Chorizo	9.71	1,684	27.11	456	1	456	23,734
				16.97	286	2	571	29,714
				14.68	247	3	741	38,556
				11.59	195	4	781	40,587
				13.17	222	5	1109	57,650
				9.53	160	6	963	50,060
				6.95	117	7	819	42,592
Subtotal								282,893
TOTAL								2,377,409

Fuente: Cuadro # 11, 13,27
Elaborado por: El autor

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda de los siguientes años se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del cantón Calvas que es de 0.3%, el procedimiento fue el siguiente:

$$\text{Año 1} = (\text{demanda del año 0} * \text{tasa de crecimiento}) + \text{demanda del año 0}$$

$$= (664,552 * 0.3\%) + 664,552$$

$$= 1.993 + 664,552$$

$$= 666,546$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA CUADRO # 30

Variable	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
salchicha	664,552	666,546	668,545	670,551	672,562	674,580
mortadela	1,207,168	1,210,789	1,214,422	1,218,065	1,221,719	1,225,384
jamón	222,796	223,465	224,135	224,807	225,482	226,158
chorizo	282,893	283,742	284,593	285,447	286,303	287,162
Total	2,377,409	2,384,541	2,391,695	2,398,870	2,406,067	2,413,285

Fuente: Cuadro # 29

Elaborado por: El autor

OFERTA

La oferta es la cantidad de libras de carne de chancho que los vendedores o la competencia ofrece al mercado a un precio determinado para satisfacer sus necesidades o deseos.

Análisis de la Oferta

Para determinar la oferta que los competidores brindan a la población urbana del cantón Calvas, se realizó encuestas a los locales comerciales de la ciudad,

dando un total de 8 locales los mismos que expenden los derivados de embutidos de carne de chanco todos los días, teniendo así lo siguiente:

CUADRO # 31 OFERTA

No. de vendedores	Variable	Cantidad semanal	Nº de semanas	Total Anual
8	salchicha	238	52	12,376.00
	mortadela	303	52	15,756.00
	jamón	104	52	5,408.00
	chorizo	68	52	3,536.00

Fuente: Vendedores de los locales comerciales

Elaborado por: El autor

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se tomó en cuenta el incremento de vendedores en los últimos seis años, obteniendo así que cada dos años se incrementará un vendedor.

Así mismo luego de conocer cuántos vendedores se incrementan cada dos años, se realizó la operación que a continuación se muestra para saber cuál va a ser el porcentaje de crecimiento anual de la oferta:

$$238 \qquad 100\%$$

$$238 + 28 \qquad X$$

$$x = \frac{266 * 100\%}{238}$$

$$x = \frac{26600}{238} = 111\%$$

$$x = 111\% - 100\% = 11\% \text{ incremento.}$$

Cabe indicar que al incrementarse un vendedor la oferta de salchicha aumentará 40 libras más ya que este derivado fue tomado como referencia, a continuación el siguiente cuadro.

$$\text{Año 1} = (\text{oferta del año 0} * \text{tasa de crecimiento}) + \text{oferta del año 0}$$

$$= (12.376 * 11\%) + 12.376$$

$$= 1361.36 + 12.376$$

$$= 13,614$$

**CUADRO # 32
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

No. de vendedores	variable	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
8	Salchicha	12,376	13,614	14,975	16,472	18,120	19,932
	Mortadela	15,756	17,332	19,065	20,971	23,068	25,375
	Jamón	5,408	5,949	6,544	7,198	7,918	8,710
	Chorizo	3,536	3,890	4,279	4,706	5,177	5,695
		37,076	40,784	44,862	49,348	54,283	59,711

Fuente: Cuadro # 31

Elaborado por: El autor

DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es considerada como la cantidad de consumidores que a pesar de tener voluntad y posibilidad económica no pueden adquirir el producto por escases de la oferta, se calcula estableciendo la diferencia entre oferta y demanda tanto actual como proyectada.

Además la demanda insatisfecha también es el resultado de otros factores como son: la calidad del producto, el servicio y el precio.

La fórmula para conocer la demanda insatisfecha es la siguiente:

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{DEMANDA} - \text{OFERTA}$$

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = 664.552 - 12,376$$

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = 652.176 \text{ (salchicha)}$$

CUADRO # 33
DEMANDA INSATISFECHA

Variable	Año 0		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Demanda	oferta	Demanda	oferta	Demanda	oferta	Demanda	oferta	Demanda	oferta	Demanda	oferta
Salchicha	664,552	12,376	666,546	13,614	668,545	14,975	670,551	16,472	672,562	18,120	674,580	19,932
Mortadela	1,207,168	15,756	1,210,789	17,332	1,214,422	19,065	1,218,065	20,971	1,221,719	23,068	1,225,384	25,375
Jamón	222,796	5,408	223,465	5,949	224,135	6,544	224,807	7,198	225,482	7,918	226,158	8,710
Chorizo	282,893	3,536	283,742	3,890	284,593	4,279	285,447	4,706	286,303	5,177	287,162	5,695
TOTAL	2,377,409	37,076	2,384,541	40,784	2,391,695	44,862	2,398,870	49,348	2,406,067	54,283	2,413,285	59,711

Fuente: Cuadro # 30,32

Elaborado por: El autor

Variable	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salchicha	652,176	652,932	653,570	654,078	654,443	654,649
Mortadela	1,191,412	1,193,458	1,195,357	1,197,094	1,198,651	1,200,009
Jamón	217,388	217,516	217,591	217,609	217,564	217,449
Chorizo	279,357	279,852	280,314	280,740	281,126	281,467
TOTAL	2,340,333	2,343,758	2,346,833	2,349,522	2,351,784	2,353,574

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización de los embutidos de carne de chancho que es el producto que ofrecerá la empresa se tomará en cuenta las cuatro P de la mezcla del marketing, es decir, producto, precio, plaza y promoción

.

PRODUCTO

El producto que ofrecerá la empresa son los embutidos de carne de cerdo higiénicamente faenada cuya composición y valor nutricional se describirá a continuación: cuando se consume 85 gramos de carne una persona atiende a los siguientes porcentajes de sus necesidades diarias de nutrientes: 53% de tiamina, 33% de vitamina B12, 22% de fósforo, 20% de niacina, 19% de riboflamina, 18% de vitamina B6, 15% de zinc, 11% de potasio, 7% de hierro y 6% de magnesio.

Así mismo la empresa ofrecerá un producto de alta calidad para de esta manera cumplir con las expectativas de los consumidores. La materia prima será adquirida en la ciudad de Cariamanga, los derivados que brindará esta nueva empresa serán: salchicha, mortadela, jamón, chorizo, chuleta.

EMPAQUETADO

Luego de haber realizado la encuesta se pudo conocer los gustos y preferencias de los consumidores, con respecto a la presentación del producto

va a ser envuelto en fundas plásticas de 1 2, 3,4 libras que es la cantidad que con más frecuencia adquiere la población de Cariamanga.



ETIQUETA

Utilizaremos una etiqueta que estará ubicada en la parte frontal del envase en la cual se registrará: nombre de la empresa, peso del producto, logotipo, valor nutritivo, precio de venta, lugar y dirección de producción, teléfono, fecha de elaboración y fecha de expiración.



Logotipo

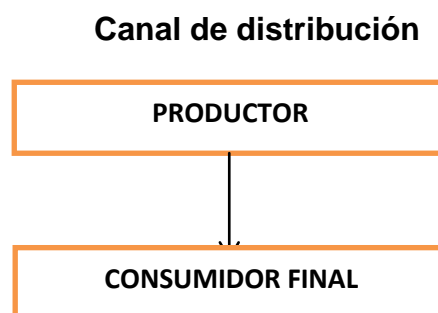


PRECIO

Para determinar el precio por libra de cada uno de los derivados del cerdo se tomará en cuenta los costos reales de producción, precios del mercado actual, costos de distribución y un margen de utilidad que se fijará dentro de la empresa.

PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Los embutidos de carne de chancho que comercializará la empresa está dirigida a las familias del cantón Calvas, por ello la venta se la hará tomando en cuenta el canal de comercialización productor – consumidor, ya que de esta manera se puede obtener mayor utilidad para la empresa y para el consumidor menos gastos monetarios ya que de esta manera se eliminan los intermediarios que son quienes elevan el precio del producto.



ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es una fase en la que se da a conocer donde se ubicará la empresa Productora y comercializadora de carne de cerdo, además se determina el tamaño de la planta, es decir, la capacidad instalada y utilizada de

esta empresa, así mismo ayuda a tener algo claro cómo será la ingeniería del proyecto ya que aquí se especifica el proceso de faenamiento del cerdo, la distribución idónea de la planta y los requerimientos que serán necesarios para llevar a cabo el proceso productivo y la adecuación de las distintas oficinas de la empresa.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Es un aspecto muy importante porque permite determinar el lugar idóneo para la implementación de la planta, así mismo si la empresa se encuentra bien ubicada esta podrá expandirse y tener mayor rentabilidad. Dentro de la localización tenemos:

Macro localización

Se la define como la zona o región donde se va ubicar la empresa Productora y comercializadora de embutidos de carne de chancho “FERSA “, teniendo así que la empresa estará ubicada en el cantón Calvas de la provincia de Loja.

Micro localización

MAPA POLÍTICO DE CALVAS



Tamaño

Para determinar el tamaño de una planta es necesario realizar el análisis de varios factores como la demanda, la maquinaria y equipos utilizados en el proceso productivo, la disponibilidad de la materia prima, el tiempo utilizado en el proceso productivo, el número de personas que van a laborar.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES

DEMANDA.- La empresa no podrá producir una cantidad mayor a la demanda insatisfecha, por lo tanto la empresa puede producir una cantidad igual o menor de salchicha y mortadela.

DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA.- Para la elaboración de los embutidos de cerdo (salchicha y mortadela) los ingredientes principales son: carne de cerdo y jamón de cerdo, para realizar este análisis fue necesario conversar con vendedores de carne para conocer la cantidad de carne y jamón que se puede obtener de un cerdo de 200 libras que es el peso óptimo de un cerdo listo para consumirlo.

La información obtenida es la siguiente:

Cuadro # 34

Partes	Libras	No es carne ni jamón	Carne (libras)	Jamón (libras)
Carne pura	40		40	
Carne con hueso	30	10	20	
lomo	20		20	
chuleta	10	4	6	
costilla	25	8	11	6
cuero	15	15		
jamón	50			50
vísceras	8	8		
patas	2	2		
total	200	47	97	56

Fuente: Camal de Calvas

Elaboración: El autor

Según esta información se puede disponer de un cerdo de 200 libras, 97 libras de carne y 56 libras de jamón.

En cuanto a la cantidad de ingredientes principales, según profesionales en industrias y elaboración de alimentos se pudo conocer lo siguiente:

Que para la producción de 1 kilo (2,2 libras) de salchicha se necesita de lo que sigue:

CUADRO # 35

Ingrediente	Cantidad	Unidad de medida	Libras	kilos
			453,59 gr	2,2 lb
Carne	500	gr	1,10	0,50
Jamón	130	gr	0,29	0,13

A continuación se explica que 1 libra tiene 453.59 gr y 1 kilo tiene 2.2 libras; la fórmula de los ingredientes estaba en gramos y para elaborar 1 kilo de salchicha se requiere de 500 gramos de carne y 130 gramos de jamón; se ha traducido los gramos a libras y a kilos, requiriendo de 0.50 kilos de carne y 0.13 kilos de jamón.

Con estas informaciones se puede determinar la cantidad de salchichas que se podrán elaborar de un cerdo de 200 libras, del que se obtiene 97 libras de carne y 56 libras de jamón.

Entonces si para elaborar 1 kilo de salchicha se requiere 1.10 libras de carne, y si el cerdo tiene 97 libras de carne entonces se podrá producir 88 kilos de salchicha.

Así mismo para producir 1 kilo de salchicha se necesita de 0.29 libras de jamón y si el cerdo tiene 56 libras de jamón, entonces servirá para elaborar 193 kilos de salchicha.

Pero como la producción será de dos embutidos (salchicha y mortadela) y según la fórmula de la elaboración de la mortadela es la misma que la salchicha, en cuanto a los ingredientes principales (carne y jamón). Solo se diferencia en la cantidad y variedad de los otros ingredientes secundarios.

Por lo que se establecerá que la cantidad será dividida para los dos productos en partes iguales, es decir que las 97 libras de carne se dividirá para los dos productos, pudiendo producirse 44 kilos de salchicha y 44 kilos de mortadela en un día si a esta cantidad se multiplica por 5 días se obtiene 220 kilos en la semana y si se multiplica por 52 se obtiene la producción de 11.440 kilos de salchicha y 11.440 kilos de mortadela.

TIEMPO DEL PROCESO PRODUCTIVO.- según las informaciones que se han obtenido para elaborar 1 kilo de mortadela y 1 kilo de salchicha el tiempo es de 6 horas, si a esto se suma la 1 hora con 30 minutos del proceso de faenamiento del cerdo se tendría 7:30 que demoraría el proceso de elaboración de los embutidos, quedando 30 minutos que se dedicaría a la limpieza y mantenimiento de la maquinaria, equipos, herramientas, sumando en total las 8 horas laborables que por ley se estipula. Cabe recalcar que el tiempo fijado es por el trabajo de una persona con la ayuda de la maquinaria.

MAQUINARIA y EQUIPOS

Para la producción de los embutidos de cerdo se requiere de lo siguiente:

Molino de carne.- En el mercado existen un sin número de molinos de carne que se diferencian por su marca, su estructura, su tamaño, su capacidad (desde 10 kg a 200 kg por hora).

Revolvedora o Mezcladora de carne.- se encuentra con capacidades desde 8 kg hasta 50 kg.

Embutidora.- existen con capacidad desde 10 kg a 50 kg por hora.

Atadora.- no se puede medir la capacidad por cuanto su manejo es manual y depende de la agilidad del obrero.

Máquina para hacer hielo.- se ha considerado esta máquina porque en el proceso productivo existe el hielo como ingrediente, por lo que se comprará una maquina doméstica que produce hielo en tamaños diferentes en tan solo 10 minutos.

Olla para cocción.- en este aspecto no se tendrá dificultad porque existen en tamaños desde 1 litro hasta 100 litros de capacidad.

Como se puede notar que la maquinaria no es el elemento decisivo para el tamaño de la empresa, puesto que existen de varias capacidades y lo único que le queda al propietario es decidir su adquisición en función de precio y garantía.

Conclusión.- el factor decisivo del tamaño de la planta es la disponibilidad de la materia prima, en este caso el cerdo de 200 libras, si se desearía producir más, pues lo que se debe hacer es comprar más de un cerdo diariamente.

Capacidad Instalada

Es la producción máxima de embutidos de cerdo que la planta pueda tener, considerando todos los factores de forma óptima y positiva. Como por ejemplo, considerando las 24 horas del día, trabajando en tres turnos laborables. Entonces si se trabajara las 24 horas se debe considerar también la pela de 3 cerdos.

Cuadro # 36
CAPACIDAD INSTALADA

PRODUCTOS	Nº de cerdos	Nº de horas trabajadas	Libras producidos por día	Libras producidos por semana	Libras producidos al año
Salchicha	3	24	290.4	1452	75,504
Mortadela	3	24	290.4	1452	75,504

Fuente: Análisis de los factores que influyen en el tamaño

Elaboración: El autor

A continuación se explica el cuadro anterior, se supone el sacrificio de 3 cerdos en el día, así mismo que se trabajará las 24 horas del día, anteriormente en el análisis se dio a conocer que en las 8 horas se producirá 44 kilos de salchicha y 96.8 kilos de mortadela, entonces se ha multiplicado 96.8×3 jornadas = 290.4 kilos producidos en un día, luego se multiplica por 5 días de la semana dando como resultado 1452 kilos a la semana y finalmente se multiplica por 52

semanas para conocer que en el año se producirá 75,504 kilos de salchicha y 75,504 kilos de mortadela

Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada es la cantidad de salchichas y mortadelas que se podrán producir en condiciones favorables, cuando se trata de una empresa nueva es mejor no ser tan optimista y es recomendable empezar con la mínima producción que se pueda realizar en las 8 horas laborables.

Entonces se ha decidido que en un día se sacrificará un cerdo de 200 libras, del cual se puede obtener 97 libras de carne y 56 libras de jamón, materiales directos para la elaboración de los embutidos de cerdo (salchicha y mortadela), según el informe técnico se puede producir 96.8 kilos de salchicha y 96.8 kilos de mortadela.

CAPACIDAD UTILIZADA

CUADRO # 37

PRODUCTOS	Nº de cerdos	Nº de horas trabajadas	Libras producidos por día	Libras producidos por semana	Libras producidos al año
Salchicha	1	8	96.8	484	25,168
Mortadela	1	8	96.8	484	25,168

Fuente: Análisis de los factores que influyen en el tamaño
Elaborado por: El autor

Los 25,168 kilos de salchicha y 25,168 kilos de mortadela será la producción de la empresa durante los 5 años de vida útil.

Para conocer el porcentaje de participación que la empresa tendrá con respecto a la demanda insatisfecha se realizó el cuadro siguiente:

Cuadro # 38

TAMAÑO DE LA PLANTA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

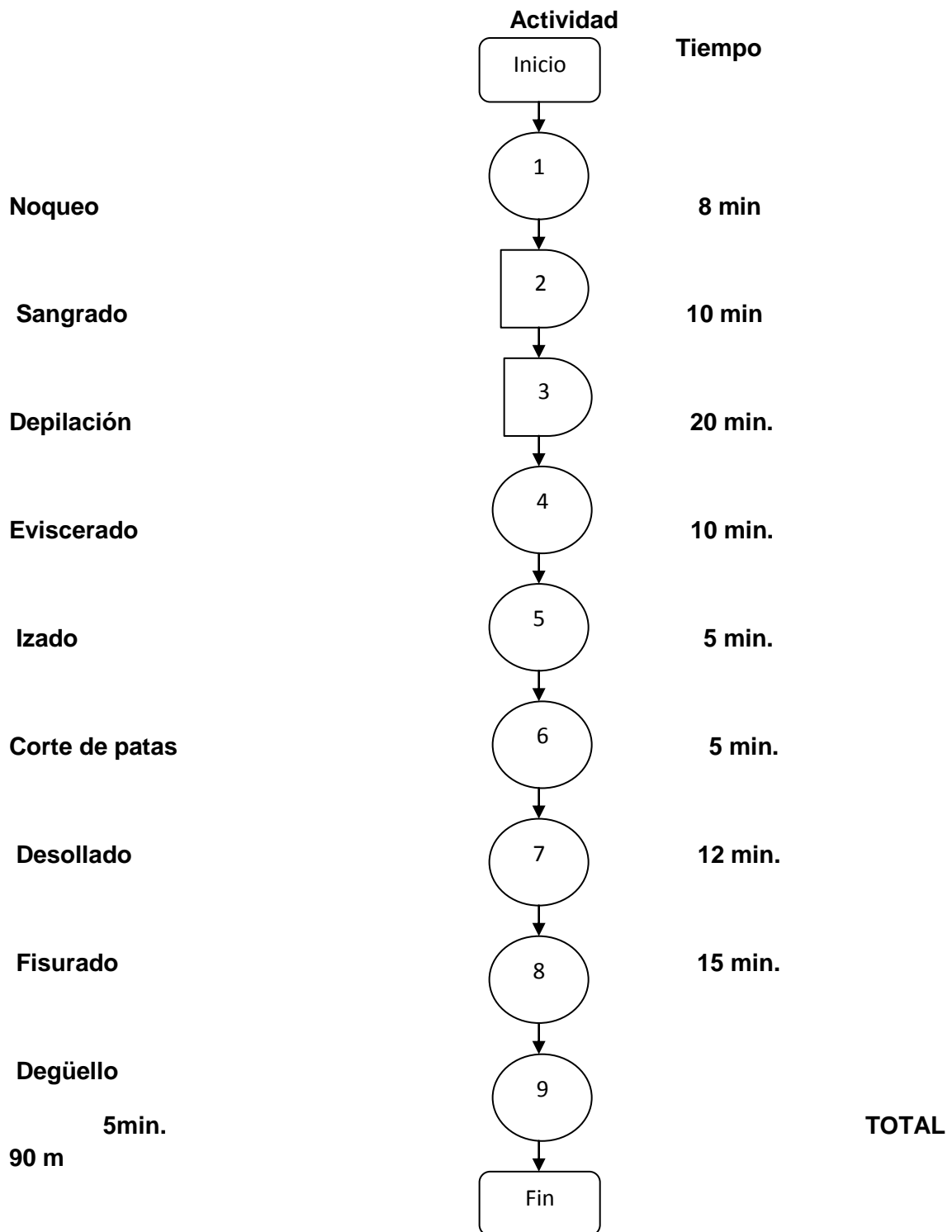
PERIODO	DEMANDA INSATISFECHA SALCHICHAS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	% de utilización	% de Participación de mercado
1	453,847	75,504	25,168	33.33	5.55
2	453,888	75,504	25,168	33.33	5.54
3	453,797	75,504	25,168	33.33	5.55
4	453,561	75,504	25,168	33.33	5.55
5	453,164	75,504	25,168	33.33	5.55

TAMAÑO DE LA PLANTA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

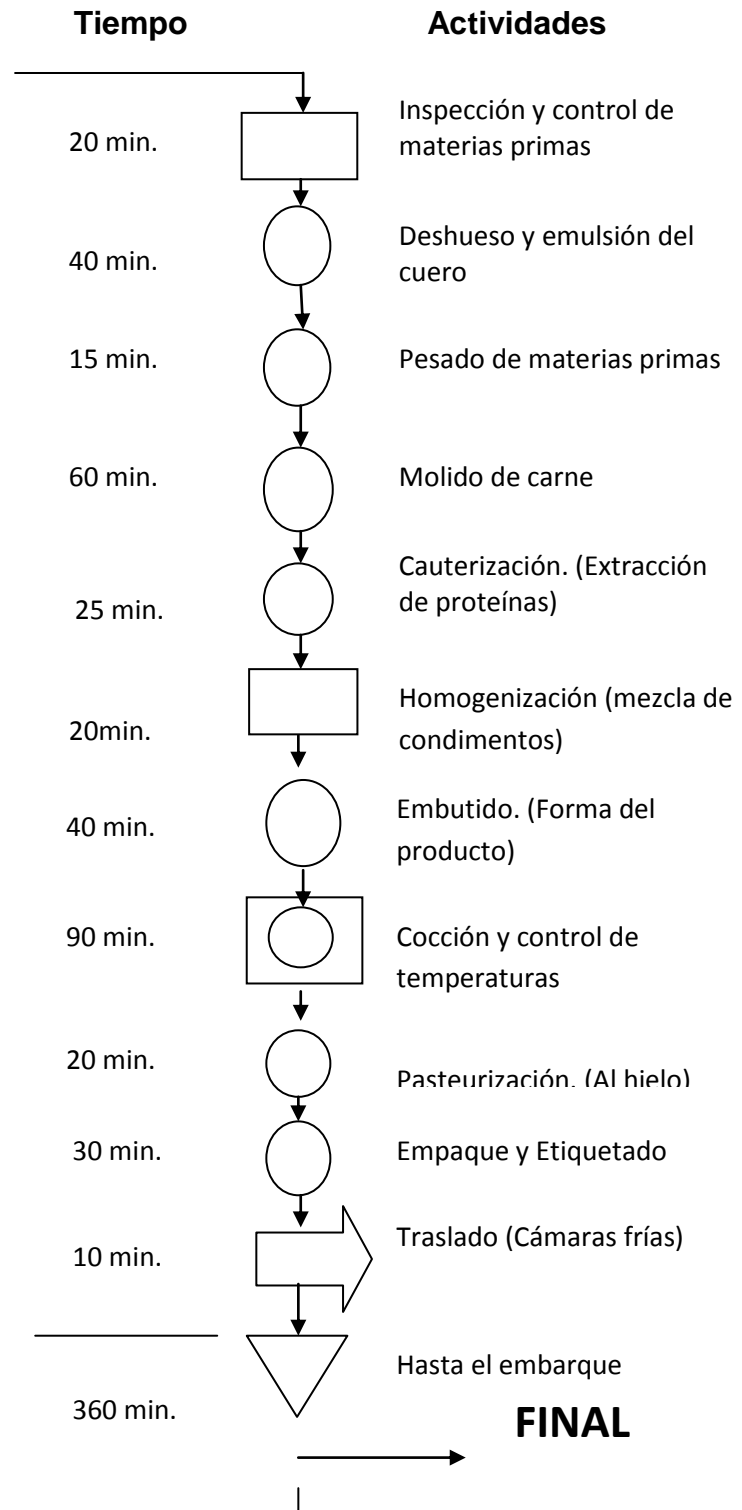
PERIODO	DEMANDA INSATISFECHA MORTADELA	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	% de utilización	% de Participación de mercado
1	702,724	75,504	25,168	33.33	3.58
2	703,151	75,504	25,168	33.33	3.58
3	703,411	75,504	25,168	33.33	3.58
4	703,487	75,504	25,168	33.33	3.58
5	703,360	75,504	25,168	33.33	3.58

INGENIERÍA DEL PROYECTO

PROCESO DE FAENAMIENTO DEL CERDO



PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA SALCHICHA y MORTADELA DE CERDO



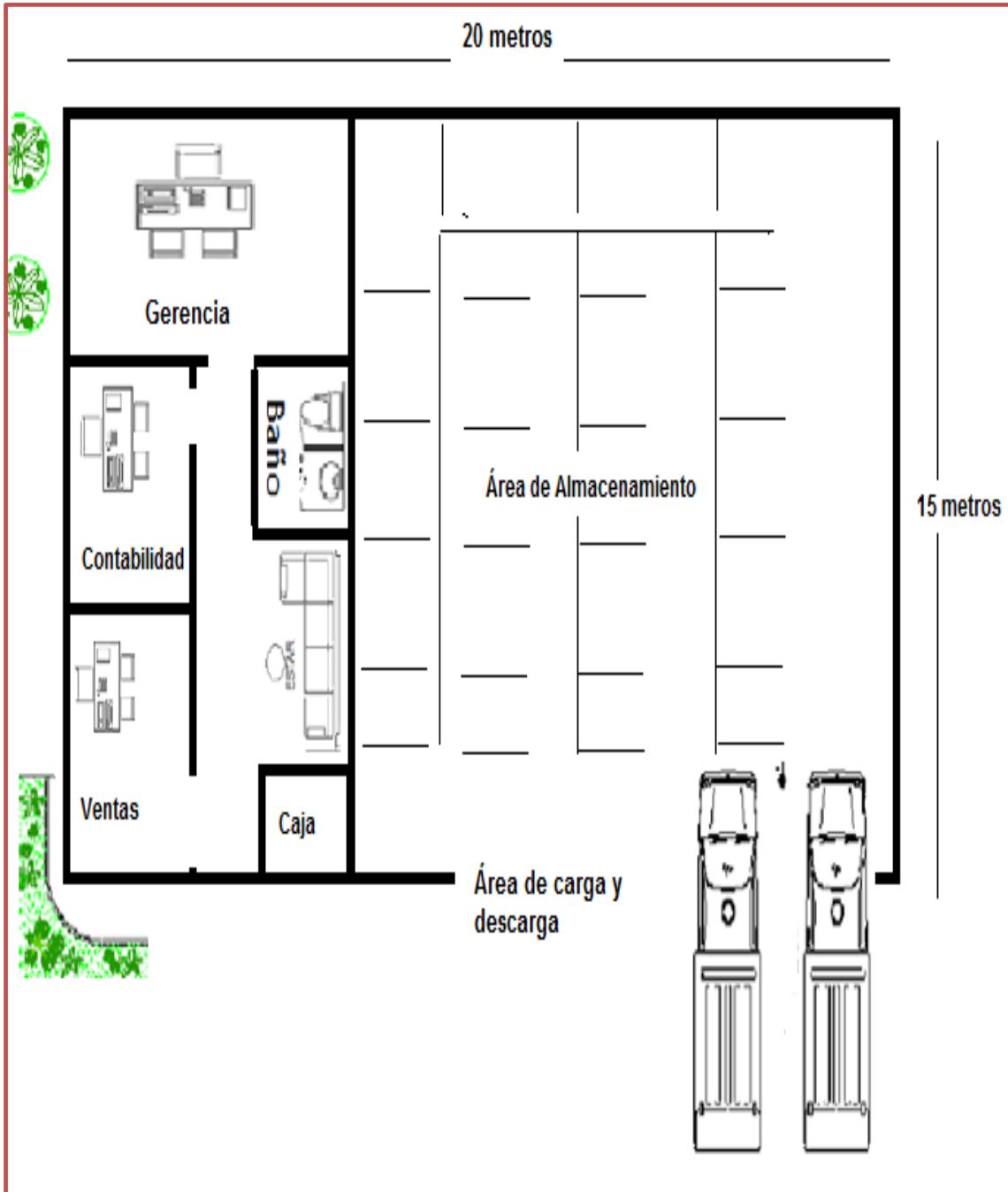
DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Aquí se detalla cómo va estar estructurada la empresa especificando donde se van a ubicar las oficinas hasta cual será el espacio para realizar el faenamiento del animal.

Tanto las oficinas como el lugar de faenamiento cuentan con sus respectivas dimensiones: todo el terreno tiene una dimensión de 20m de ancho por 25m de largo, la casa tiene una extensión de 10m de ancho por 9m de largo además cuenta con la planta baja y alta. Las oficinas con que contará el negocio serán: gerencia y secretaría con una longitud de 3m de ancho por 3m de largo cada una, así mismo una bodega de 3m de largo, a más de esto contará con una sala de 4m de ancho por 5m de largo y el baño con una dimensión de 4m de ancho por 2m de largo, además de un lugar donde se realizará el faenamiento 4m de ancho por 5m de largo y la zona de despresado con igual dimensiones.

El local en que se expenderá los derivados estará ubicado en el centro comercial del cantón Calvas que tendrá una dimensión de 4m de ancho por 5m de largo.

GRÁFICO N° 16



REQUERIMIENTOS

Son todos los materiales y equipos necesarios para llevar a cabo la producción y comercialización de los distintos derivados del cerdo. Además se especifica todo lo que se utilizará para la adecuación de cada área de la empresa, recalcando que algunos de estos serán adquiridos en la ciudad de Loja y otra parte en cantón Calvas, a continuación se detalla cada uno de estos recursos:

Cuadro # 39

Local de la empresa	
Descripción	Cantidad
Oficina de 3m de ancho por 3m de largo (gerencia ,secretaría y bodega)	3
Sala de 4m de ancho por 5m de largo	1
Baño de 4m de ancho por 5m de largo	1
Zona de faenamiento 4m de ancho por 5m de largo	1
Zona de despresado 4m de ancho por 5m de largo	1

Fuente: Sra. Laura Romero

Elaborado por: El autor

Cuadro # 40

Local de ventas	
Descripción	Cantidad
Un local de 4m de ancho por 5m de largo	1

Fuente: Centro comercial Cariamanga

Elaborado por: El autor

Cuadro # 41

Adecuaciones	
Descripción	Cantidad
Luminaria	5
Pintado de las oficinas	1
Grifería	2

Fuente: Ferretería Rosales

Elaborado por: El autor

Cuadro # 42

Maquinaria y equipo de producción	
Descripción	Cantidad
Molino de carne	1
Mezcladora o embutidora	1
Cocina Industrial (2 quemadores)	1
Frigorífico Industrial	1
Atadora de embutidos	1
Cámara de cocción	1
Soplete	1

Fuente: Almacén Hnos. Ochoa - Loja

Elaborado por: El autor

Cuadro # 43

Muebles y enseres de producción	
Descripción	Cantidad
Mesas de acero inoxidable doble tablero de 2m de largo, 90cm de alto y 80cm de fondo	2
Sillas de plástico	4

Fuente: Almacén Hnos. Ochoa - Loja

Elaborado por: El autor

Cuadro # 44

Herramientas	
Descripción	Cantidad
Cuchillos grandes tramontina	3
Cuchillos medianos tramontina	2
Cuchillos pequeños tramontina	3
Hacha tramontina	3
Tablas de corte	1
Moldes de acero Inoxidable	5
Recipientes de agua	5
Ollas Industriales (100 litros)	2
Balanza	1

Fuente: Almacén Cristal-Loja

Elaborado por: El autor

Cuadro # 45

Materia prima directa	
Descripción	Cantidad
Cerdos	15

Fuente: Proveedores de la localidad – Calvas

Elaborado por: El autor

Cuadro # 46

Materia prima indirecta	
Descripción	Cantidad
Fundas estampadas de 1 lb. (5x8)	280
Fundas estampadas de 2 lb. (6x10)	546
Fundas estampadas de 3 lb. (7x11)	278
Fundas estampadas de 4 lb. (9x14)	159

Fuente: DISENAST – Loja

Elaborado por: El autor

Cuadro # 47

Muebles y enseres de administración	
Descripción	Cantidad
Escritorio tipo gerente	1
Escritorio tipo secretaría	1
Sillas giratorias	2
Archivador de tres gavetas	1
Juego de sala	1

Fuente: Comercial Ordóñez Jaramillo

Elaborado por: El autor

Cuadro # 48

Muebles y enseres de ventas	
Descripción	Cantidad
Silla de oficina	1
Mesa para caja registradora	1

Fuente: Comercial Ordóñez Jaramillo

Elaborado por: El autor

Cuadro # 49

Equipo de ventas	
Descripción	Cantidad
Balanza digital marca torey electrónica	1
Frigorífico de 4 bandejas con congelador de tapa, todo en acero, motor francés	1

Fuente: Almacén Hnos. Ochoa

Elaborado por: El autor

Cuadro # 50

Equipo de oficina para ventas	
Descripción	Cantidad
Caja registradora	1
Sumadora casio DR-240Tm	1
Calculadora	1

Fuente: Electro línea – Loja

Elaborado por: El autor

Cuadro # 51

Equipo de computación administración	
Descripción	Cantidad
Computador de mesa Intel Core i3 Incluye	1
*Teclado Genius Slim Star Multimedia	
*Mouse Óptico Genius	
*Lector de memorias	
*Impresora multifuncional Canon MP 250/s/c	
Gratis: mesa, pad mouse, camara web, regulador de voltaje y flash memory	

Fuente: Electrocompu – Loja

Elaborado por: El autor

CUADRO # 52

Útiles de oficina	
Descripción	Cantidad
Esferos	6
Lápices	6
Borradores	2
Perforadora	1
Grapadora	1
Caja de grapas	2
Resma de papel	1
Cuaderno de contabilidad	1
Carpetas de cartón	3

Fuente: Bazar y librería "Paolita"

Elaborado por: El autor

CUADRO # 53

Equipo de seguridad	
Descripción	Cantidad
Extintores	2
Botiquín de primeros auxilios	2

Fuente: Empresa ESCI (Empresa de Suministros contra incendios – Loja)

Elaborado por: El autor

CUADRO # 54

Equipo de protección individual	
Descripción	Cantidad
Orejas	2
Gafas	2
Mascarilla	2
Guantes de malla de acero	2
Codera	2
muñequera	2
Zapatos impermeables	2

Fuente: Comercial Trujillo y Almina Comercial

Elaborado por: El autor

CUADRO # 55**Útiles de aseo**

Descripción	Cantidad
Papel	16
escobas	2
Trapeadores	2
Recogedores Plásticos	2
Basureros plásticos	3
Cubeta con exprimidor	2
Ambiental de limpieza	3
Cepillo para inodoro	1
Toalla	2
Franela	2
Guantes de caucho	2
Fundas para basura	9

Fuente: Comercial Trujillo y Almina Comercial

Elaborado por: El autor

Cuadro # 56

Para producir 2097 libras de Salchicha		
Cantidad	Descripción	Unidad de medida
1125	Carne pura	libras
266.69	Jamón o papada	libras
36831	cubitos de hielo	unidad
36	harina de trigo	libras
18	sal	libras
15	humo líquido	litros
21	ácido ascórbico (100 unidades)	caja
9	fosfato de potasio	libras
4.5	nuez moscada	libras
4.5	pimienta blanca molida	libras
9	nitrito de sodio	libra
3	cebolla en polvo	libras
3	ajo en polvo	libras

Fuente: supermaxi

Elaborado por: El autor

CUADRO # 57

Para producir 2097 libras de Mortadela		
Cantidad	Descripción	Unidad de medida
1125	Carne pura	libras
266.69	Jamón o papada	libras
36831	cubitos de hielo	unidad
36	harina de trigo	libras
18	sal	libras
4.5	nuez moscada	libras
4.5	pimienta blanca molida	libras
3	cebolla en polvo	libras
3	ajo en polvo	libras

Fuente: supermaxi

Elaborado por: El autor

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

MARCO JURÍDICO

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la, ley entre ellos están:

❖ Acta Constitutiva

Es el documento certificador de la información legal de la empresa, en este se deben incluir los datos referenciales con los cuales se constituye la empresa.

❖ Razón Social

La razón social de la empresa será: Empresa Productora y Comercializadora de embutidos de carne de chancho”

❖ Domicilio

La empresa estará ubicada en:

Provincia: Loja

Cantón: Calvas

Parroquia: La Nube

Calles: Colinas de San Juan

❖ **Objeto Social**

La empresa Productora y Comercializadora de embutidos de carne de chanco “FERSA” pretende ofrecer derivados de cerdo higiénicos y de calidad, a precios cómodos satisfaciendo de esta manera las expectativas de los consumidores de la zona urbana del cantón Calvas.

❖ **Capital Social**

El capital suscrito mínimo de la empresa deberá ser de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción

❖ **Tiempo de duración**

La duración de la empresa Productora y Comercializadora de embutidos de carne de chanco “FERSA” será de 5 años que es la vida útil del proyecto.

❖ **Administradores**

La empresa Productora y Comercializadora de embutidos de carne de chanco “FERSA” contará con un Gerente quien responderá por las acciones de la misma.

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.

Requisitos para el permiso municipal:

- Copia del RUC
- Copia de la cédula del encargado de la empresa
- Llenar un formulario que será entregado en el municipio
- Adjuntar el balance general de la empresa
- Declarar el capital de operación de la empresa
- Pago de patente municipal aproximadamente 432 dólares anuales
- Pago de la obtención de recipientes domiciliario de basura
- Permiso de cuerpo de bomberos
- Permiso del ministerio de salud

Requisitos para obtención de los recipientes de basura:

- Petición dirigida al jefe de residuos sólidos
- Rentas: aquí se otorgara el título de crédito
- Pago en recaudaciones de 11.20 dólares por cada recipiente de basura.

Requisitos para la obtención del permiso de bomberos:

- Copia del RUC
- Copia de cédula de la persona encargada de la empresa

- Llenar la solicitud dirigida al Jefe de Bomberos en la cual constará el tipo de empresa y su localización
- Inspección correspondiente por un perito de la institución: se dará la señalización y el tipo de extintores que corresponda.
- Cancelar la tasa correspondiente fijada en este tipo de empresa por un valor de 20 dólares anual en Banco Nacional de Fomento.

Requisitos para obtención del permiso del Ministerio de Salud:

- Exámenes de laboratorio de sangre, eses y orina
- Certificado médico
- Permiso de los bomberos
- Copia del RUC
- Informe de sanidad
- Finalmente estos papeles serán enviados al Control Sanitario a la ciudad de Loja donde darán el visto bueno y obteniendo así el permiso correspondiente.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

Misión.

Ofrecer embutidos de carne de chancho de buena calidad, a precios accesibles acorde a las necesidades de las familias de la zona urbana del cantón Calvas.

Visión

Para el 2016 posicionarnos en la mente de los pobladores del cantón Calvas, y tener una participación del 40% de ventas totales, promoviendo el desarrollo económico del lugar trabajando siempre con honradez, responsabilidad, preocupándonos continuamente por la satisfacción de las necesidades de los clientes internos y externos.

Organización

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es la estructura organizativa con que cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece niveles jerárquicos de autoridad.

Por ello se tomará en cuenta los siguientes niveles jerárquicos:

- **Nivel Legislativo.-** Este nivel se encargará de fijar políticas, normas y procedimientos que regirán las actividades de la empresa y está conformado por la Junta General de Accionistas.
- **Nivel Ejecutivo.-** Es el que ejecuta los planes y programas, estará a cargo del control del control de la empresa y la conforma el Gerente.

- **Nivel Asesor.-** Será la persona contratada en forma temporal, para aconsejar, apoyar a los otros niveles sobre diferentes temas jurídicos y esta integrados por el asesor jurídico.
- **Nivel auxiliar.-** Sirve de ayuda a los otros niveles, estará integrado por la secretaria.
- **Nivel Operativo.-** Aquí se encuentran con los diferentes departamentos que se encargan de ejecutar las labores cotidianas de la empresa. Está integrado por contabilidad, producción y comercialización, es decir, está conformado por el contador, faenador y vendedor.

GRAFICO # 17

ORAGNIGRAMA ESTRUCTURAL

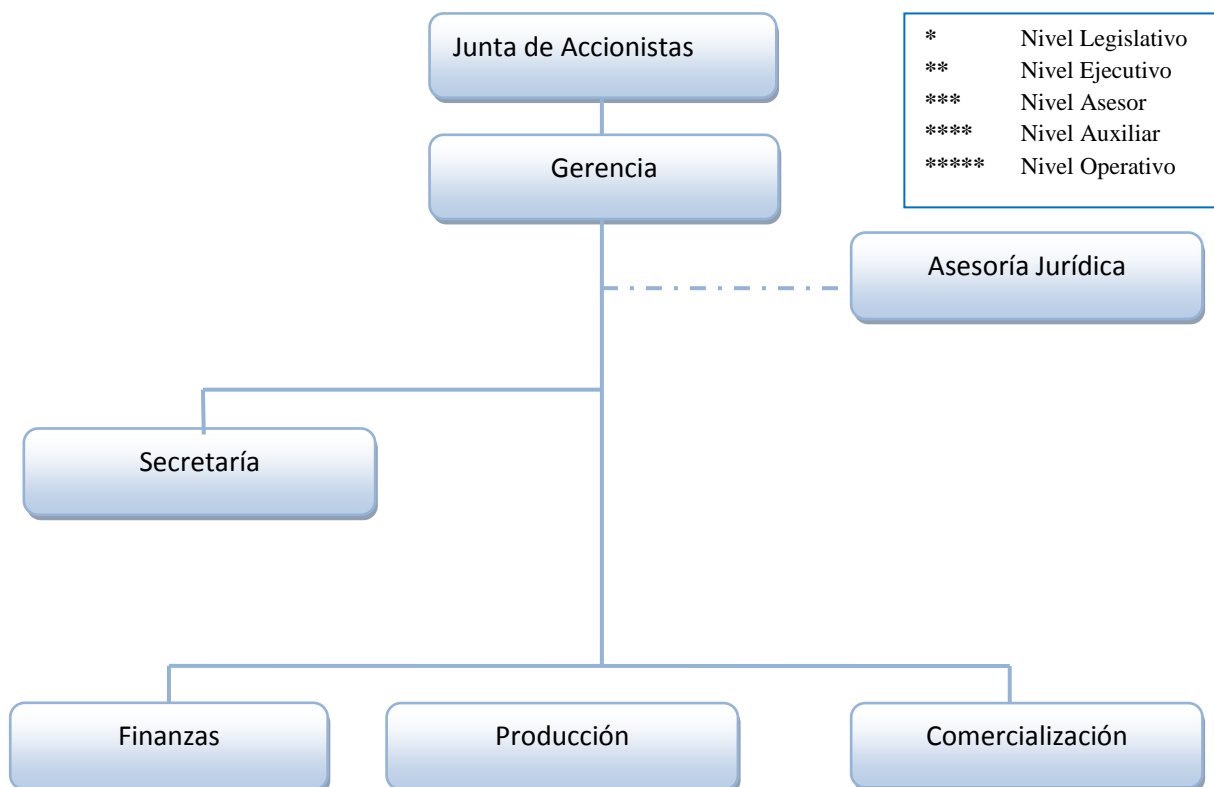


GRAFICO # 18

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

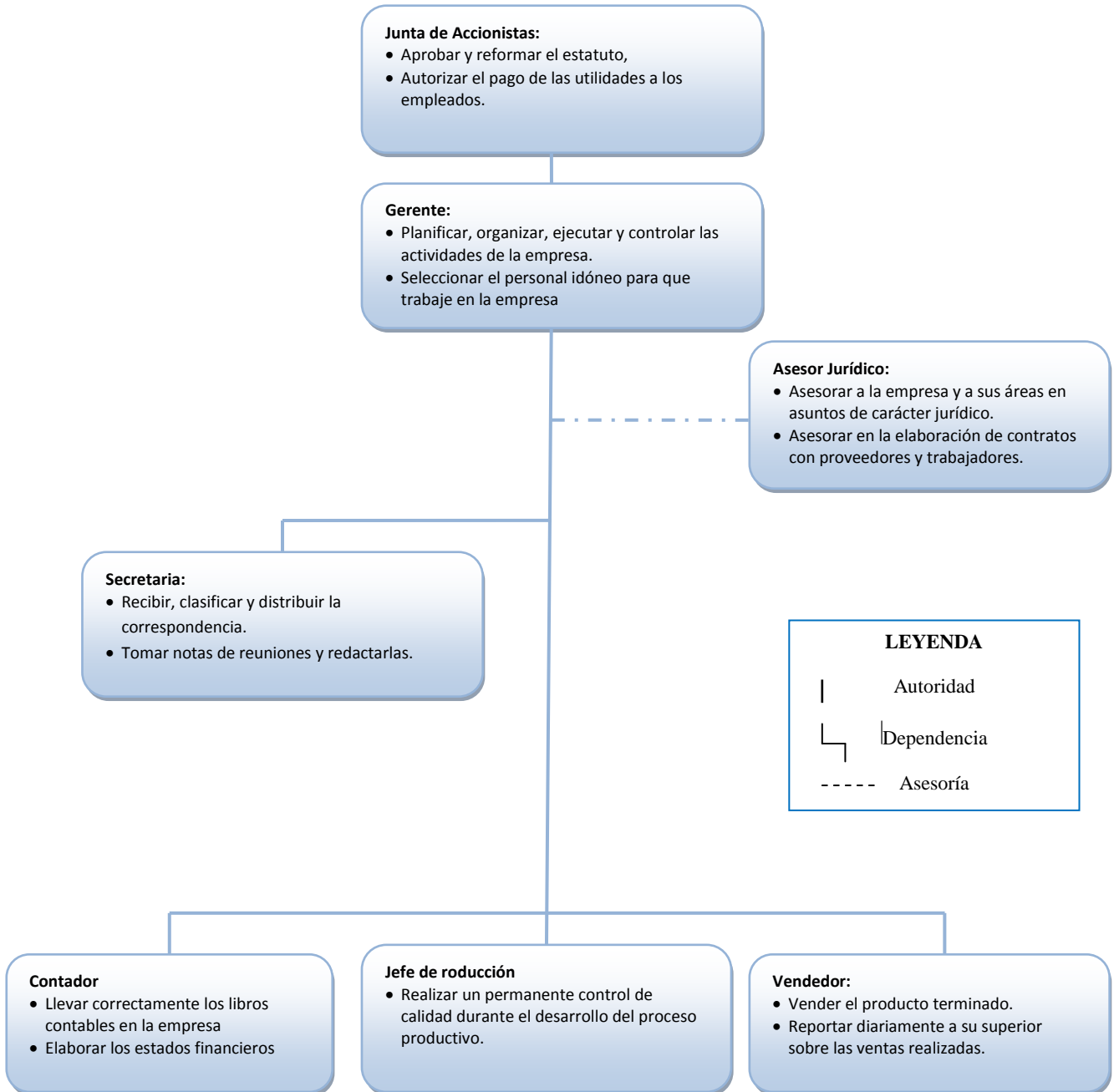
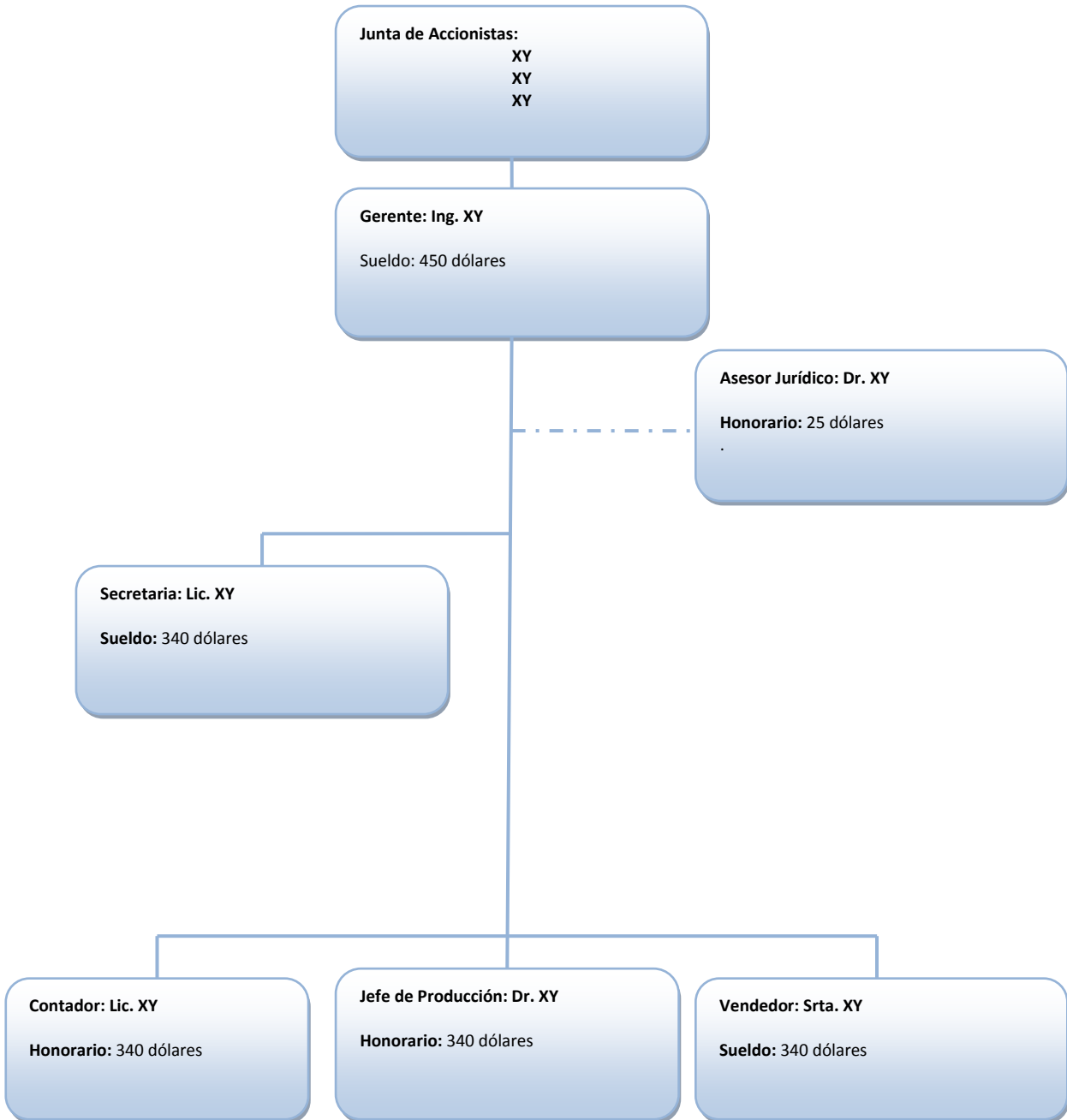


GRAFICO # 19

ORGANIGRAMA POSICIONAL



Manual de funciones

Consiste en detallar los puestos los puestos y la funciones que van a cumplir los empleados de la empresa Productora y Comercializadora "FERSA". A continuación de detalla el manual de funciones correspondiente a cada puesto:

CÓDIGO: 001

NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente

SUPERIOR INMEDIATO: Junta General de socios

SUBALTERNO: Todo el personal

JORNADA DE TRABAJO: 8 horas

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Planificar, organizar y dirigir y controlar eficientemente los recursos de la empresa. Realizar estudios de mercado para conocer los gustos y preferencias de los consumidores.

FUNCIONES:

- Cumplir y hacer cumplir las normas, políticas y reglamentos dictados por la Junta General de accionistas
- Elaborar informes administrativos y económicos para la Junta General de Accionistas.
- Resolver los problemas presentados por los subordinados.
- Coordinar y supervisar las actividades de os empleados de la empresa.
- Contratar el personal necesario para el normal funcionamiento de la empresa.
- Planificar y organizar las siguientes actividades de la empresa.
- Realizar planes de marketing, de personal y finanzas
- Realizar campañas publicitarias en los medios de comunicación para posicionar la empresa.
- Realizar promociones innovadoras a los consumidores.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Es el representante legal de la empresa y es nombrado por la Junta General de Accionistas. Es responsable de las decisiones que se tomen en la empresa.

REQUISITOS:

- Tener título en Ingeniería Comercial.
- Experiencia de 2 años en funciones similares.
- Curso de capacitación en relacione humanas

CÓDIGO: 002

NIVEL JERÁRQUICO: Asesor

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

SUBALTERNO: Ninguno

JORNADA DE TRABAJO: De acuerdo a los requerimientos de la empresa, por tanto será ocasional.

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Aconsejar e informar sobre proyectos en el área jurídica relacionados con la empresa.

FUNCIONES:

- Asesorar a la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, y más áreas que tengan que ver con la empresa.
- Redacta convenios, poderes y otros documentos de carácter legal.
- Asesorar contratos con proveedores y trabajadores.
- Patrocinar la defensa de la empresa en litigios de cualquier índole, relacionada con sus actividades.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Mantiene autoridad funcional más no de mando, en razón de que aconseja y recomienda, no toma decisiones y su participación es individual.

REQUISITOS:

- Poseer título de abogado
- Experiencia de un año en funciones similares.

TIPO DE CONTRATO:

Se dará un acuerdo por el representante de la empresa y el asesor jurídico, el mismo que recibirá servicios profesionales bajo el amparo del código civil.

CÓDIGO: 003

NIVEL JERÁRQUICO: Auxiliar

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria

PERIOR INMEDIATO: Gerente

SUBALTERNO: Ninguno

JORNADA DE TRABAJO: 8 horas

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Estar en contacto con el gerente y registrar e interpretar las actividades de la empresa, implantar el sistema de archivos de la empresa.

FUNCIONES:

- Redactar y mecanografiar todo tipo de correspondencia, así como: oficios, circulares y memorándums de la empresa.
- Custodia los documentos de la empresa
- Llevar archivos y correspondencia.
- Manejar comunicaciones.
- Elaborar informes.
- Elaborar actas de sesiones.
- Recibir y enviar correspondencia interna y externa de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos.
- Tiene autoridad funcional más no de mando ya que auxilia en cualquier actividad que así lo requieren los departamentos que conforman la empresa.

REQUISITOS:

- Título de bachiller en Contabilidad y secretariado en español
- Experiencia mínima de 1 año en funciones similares
- Cursos de relaciones humanas, computación básica Word y Excel, y manejo de documentación mercantil.

TIPO DE CONTRATO:

Según el Artículo 11 del código de trabajo el contrato será por tiempo fijo

CÓDIGO: 004

NIVEL JERÁRQUICO: Operativo

TÍTULO DEL PUESTO: Contador (a)

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

SUBALTERNO: Ninguno

JORNADA DE TRABAJO: De acuerdo a los requerimientos de la empresa, por tanto será de una hora

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Registrar e interpretar las actividades mercantiles de la empresa.

FUNCIONES:

- Registrar todos los ingresos y egresos económicos de la empresa.
- Llevar y custodiar los libros contables necesarios para el trabajo.
- Elaborar los estados financieros de la empresa.
- Declarar impuestos y realizar inventarios.
- Presentar informes y análisis de tipo contable

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Llevar correcta y profesionalmente la contabilidad de la empresa y responsabilidad en el manejo de operaciones contables de la empresa.

REQUISITOS:

- Poseer título de licenciada en contabilidad y auditoría.
- Experiencia de 2 años en funciones similares.
- Cursos de relaciones humanas, computación básica de Word y Excel, y tributación.

TIPO DE CONTRATO:

Se dará un acuerdo por el representante de la empresa y el contador, el mismo que recibirá honorarios profesionales bajo el amparo del código civil.

CÓDIGO: 005

NIVEL JERÁRQUICO: Operativo

TÍTULO DEL PUESTO: Supervisor Veterinario

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

SUBALTERNOS: Faenador

JORNADA DE TRABAJO: 1 hora

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Responsable de planificación y ejecución del programa de producción o faenamiento del cerdo.

FUNCIONES:

- Establecer programas de trabajo a fin de cumplir con la producción oportuna.
- Revisar que los cerdos a sacrificarse estén en buenas condiciones, es decir, que no se encuentren con ninguna enfermedad que perjudique a la población.
- Realizar un permanente control de calidad durante el desarrollo de los procesos de producción

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Planificar, organizar, y controlar los procesos de producción de los distintos derivados del cerdo.

REQUISITOS:

- Título: Médico Veterinario
- Experiencia: Dos año en las labores similares.

TIPO DE CONTRATO:

Según el Art 17 del código de trabajo el tipo de contrato será ocasional, el mismo que recibirá honorarios profesionales.

CÓDIGO: 006

NIVEL JERÁRQUICO: Operativo

TÍTULO DEL PUESTO: Faenador

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

SUBALTERNOS: Ninguno

JORNADA DE TRABAJO: 4 horas

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Desarrollar el proceso de faenamiento del cerdo.

FUNCIONES:

- Sacrificar a los cerdos
- Faenar, lavar, despresar y poner en las tinas o recipientes los distintos derivados del cerdo
- Limpiar el lugar el lugar donde se realiza el proceso faenado.
- Dar mantenimiento a los equipos y herramientas de producción
- Entregar reportes del proceso diariamente.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Estar capacitado en el manejo de todas las herramientas necesarias para el faenamiento del cerdo.

REQUISITOS:

- Título: Ninguno
- Ser mayor de edad
- Conocer el proceso de faenamiento del cerdo.

TIPO DE CONTRATO:

Según el Art 82 el código de trabajo inciso segundo el tipo de contrato de jornada parcial.

CÓDIGO: 007

NIVEL JERÁRQUICO: Operativo

TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

SUBALTERNOS: Ninguno

JORNADA DE TRABAJO: 8 horas

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Se encarga de vender y promocionar el producto asignado.

FUNCIONES:

- Vender y receptar pedidos diarios.
- Atender con amabilidad y respeto a los consumidores.
- No cobrar precios que sean diferentes a los estipulados por la empresa
- Hacer depósito de lo recaudado durante el día.
- Mantener limpio el sitio, así como los utensilios que utiliza para la venta.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Es responsable de vender los derivados del cerdo a los consumidores.

REQUISITOS:

- Título: Título de bachiller en contabilidad o carreras afines.
- Conocimientos básicos en computación básica
- Cursos relacionados con las ventas.
- Experiencia ninguna

TIPO DE CONTRATO:

Según el Art 11 el código de trabajo el contrato será por tiempo fijo.

En esta etapa se da a conocer cuáles son las inversiones que realizará la empresa tanto en activos fijos, diferidos y circulantes. Así mismo se dará a conocer las fuentes de financiamiento, es decir, de donde se obtendrá el crédito para financiar parte de la inversión.

INVERSIONES

Esta parte del estudio constituye los desembolsos del dinero que son necesarios para la puesta en marcha de la empresa, aquí se tomará en cuenta los siguientes activos:

ACTIVOS FIJOS

Son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles y que se utilizan en el proceso de faenamiento del cerdo y en la adecuación de cada una de las oficinas de la empresa entre estos tenemos: maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de computación y equipo de oficina, sumando un total de 6.788,02 dólares a continuación se detallan cada uno de ellos

Maquinaria y equipo de producción

Está constituido por todo lo que se necesita para el faenamiento obtención de todos los derivados del cerdo.

CUADRO # 58

Maquinaria y Equipo de producción

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Molino de carne	610	610
1	Mezcladora o embutidora	1,000	1,000
1	Cocina Industrial (2 quemadores)	500	500
1	Frigorífico Industrial	590	590
1	Atadora de embutidos	2,200	2,200
1	Cámara de cocción	1,500	1,500
1	Soplete	200	200
1	Balanza digital marca torey electrónica	220	220
TOTAL			6,820

Fuente: Almacén Hnos. Ochoa – Loja

Elaborado por: El autor

Muebles y enseres de producción

Comprende todos los muebles que se necesitan para la adecuación del lugar donde se realizará la obtención de cada uno de los derivados del cerdo.

Cuadro # 59

Muebles y enseres de producción

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Mesas de acero inoxidable	580	580
4	Sillas de plástico	7.5	30
TOTAL			610

Fuente: Almacén Hnos. Ochoa

Elaborado por: El autor

Muebles y enseres de administración

Comprende todos los muebles que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas como son: secretaría, gerencia y sala de espera.

CUADRO # 60

Muebles y enseres de administración

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Escritorio tipo gerente	170	170
1	Escritorio tipo secretaria	90	90
2	Sillas de oficina	20	40
1	Archivador de tres gavetas	120	120
1	Juego de sala	200	200
TOTAL			620

Fuente: Comercial Ordóñez Jaramillo

Elaborado por: El autor

Equipo de computación para administración

Constituye una herramienta importante en el desarrollo de las actividades de la empresa, la misma que ahorra tiempo y costos permitiendo la obtención de la información financiera inmediata y actualizada.

CUADRO # 61

Equipo de computación administración

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Computador de mesa Intel Core i3	905.02	905.02
TOTAL			905.02

Fuente: Electrocompu

Elaborado por: El autor

EQUIPOS DE OFICINA

Son los equipos que se utilizará para que exista un buen desenvolvimiento en lugar de venta de los derivados.

Cuadro # 62 Equipos de oficina

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Central Telefónica	78.00	78.00
1	Teléfonos inalámbricos	98.00	98.00
2	Calculadoras Casio	34.00	68.00
TOTAL			244

HERRAMIENTAS

Son los utensilios que serán utilizados para el proceso de despresado del cerdo

**Cuadro # 63
Herramientas**

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
3	Cuchillos grandes tramontina	17.20	51.60
2	Cuchillos medianos tramontina	12.30	24.60
3	Cuchillos pequeños tramontina	7.20	21.60
3	Hacha tramontina	15.00	45.00
1	Tablas de corte	4.50	4.50
5	Moldes de acero Inoxidable	50.00	250.00
5	Recipientes de agua	80.00	400.00
2	Ollas Industriales (100 litros)	250.00	500.00
1	Balanza	21.00	21.00
TOTAL			1,318

CUADRO # 64

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo de producción	6,820
Muebles y enseres de producción	610
Muebles y enseres de administración	620
Equipo de computación administración	905.02
Equipos de Oficina	244
Herramientas	1,318
TOTAL	10,517

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son los costos que se originan en la fase de formulación y al inicio de la puesta en marcha del proyecto, es decir, antes de su total ejecución y gastos de reclutamiento, selección y contratación del personal dando un total de 1.323.20 dólares, a continuación de detalla cada uno de ellos.

Adecuaciones

Comprende luminarias y pintado de todos los sitios de trabajo en la empresa, además de la colocación de grifería en el lugar donde se va a realizar el faenamiento y también en el baño.

CUADRO # 65

Adecuaciones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
5	Luminarias	3	15.00
55	Pintado de las oficinas (55 m ²)	2.76	151.8
2	Grifería	10	20.00
TOTAL			186.80

Fuente: Ferretería Rosales

Elaborado por: El autor

Permisos de funcionamiento.

Está dado por el dinero que se va a pagar por la patente municipal, pago de recipientes de basura y permisos de funcionamiento otorgados por los bomberos

CUADRO # 66

Permisos de Funcionamiento

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Pago de patente	432	432.00
1	Pago de recipientes de basura	22.40	22.40
1	Permiso de bomberos	20	20.00
TOTAL			474.40

Fuente: Municipio de Calvas

Elaborado por: El autor

Gastos de constitución

Esta dado por el dinero que se da por la inscripción y registro de la empresa.

CUADRO # 67

Gastos de constitución

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Registro mercantil	40.00	40.00
1	Constitución legal de la empresa	550	550.00
TOTAL			590.00

Fuente: Registro Mercantil, Abogado en Leyes

Elaborado por: El autor

Gastos de reclutamiento, selección y contratación de personal

Son todos los componentes que hacen posible laborar normalmente durante un período de tiempo establecido.

CUADRO # 68

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
100	Aviso hojas volantes	0.05	5.00
7	Anuncios por radio	1	7.00
1	Test psicológico	20.00	20.00
1	Contratos	40.00	40.00
Total			72.00

Fuente: Radio Ecuasur Fm – Imprenta Cosmos

Elaborado por: El autor

CUADRO # 69

RESUMEN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Adecuaciones	256.80
Permiso de funcionamiento	474.40
Gastos de constitución	590.00
Gastos de reclutamiento, selección y contratación de personal	72.00
TOTAL	1,323.2

Inversión en Activo Circulante o Capital de Trabajo

Constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación del proyecto durante un período productivo hasta que el mismo genere sus ingresos por venta de los productos, a continuación se detallan los siguientes rubros: arriendo del inmueble, materia prima directa e indirecta, útiles de oficina, equipo de seguridad, útiles de aseo, servicios básicos, combustible y mantenimiento, herramientas, publicidad, promociones, sueldos de personal, dando así un total de 11.486,49 a continuación se detalla cada uno de ellos:

Arriendo del local.

Se refiere al lugar donde va a funcionar la empresa, además del local que se utilizará para vender los derivados.

CUADRO # 70

Arriendo del local de la empresa

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
1	Oficinas, planta de producción y baño	100	100	1200
TOTAL			100	1200

Fuente: Sra. Laura Romero

Elaborado por: El autor

CUADRO # 71

Arriendo del local de ventas

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
1	Un cuarto (centro comercial)	80	80	960
TOTAL			80	960

Materia prima directa.

Son los recursos o elementos que son utilizados directamente en la producción, en este caso los cerdos.

CUADRO# 72

Materia prima directa

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
20	cerdos	250	5,000.00	60,000.00
TOTAL			5,000.00	60,000.00

Fuente: Proveedores de la localidad

Elaborado por: El autor

Materia prima indirecta.

Son los recursos que de una u otra manera están ligados a la producción en este caso los ingredientes que serán utilizados para la elaboración de la salchicha y la mortadela

CUADRO # 73

Materia prima indirecta para la mortadela

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
36,831.00	cubitos de hielo	0.000	3.683	44.20
36.00	harina de trigo (lb)	0.600	21.600	259.20
18.00	sal (lb)	0.250	4.500	54.00
4.50	nuez moscada (lb)	3.380	15.210	182.52
4.50	pimienta blanca molida (lb)	3.000	13.500	162.00
3.00	cebolla en polvo (lb)	2.000	6.000	72.00
3.00	ajo en polvo (lb)	3.500	10.500	126.00
2,097.33	Fundas estampadas de 1 lb.	0.040	83.893	1,006.72
TOTAL			158.89	1,906.64

CUADRO # 74

Materia prima indirecta para la salchicha

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
36,831.00	cubitos de hielo	0.001	36.83	441.97
36.00	harina de trigo (libra)	0.600	21.60	259.20
18.00	sal (libra)	0.250	4.50	54.00
15.00	humo líquido (litro)	52.440	786.60	9,439.20
21.00	ácido ascórbico (100 unidades)	25.000	525.00	6,300.00
9.00	fosfato de potasio (lb)	0.100	0.90	10.80
4.50	nuez moscada(lb)	3.380	15.21	182.52
4.50	pimienta blanca molida (lb)	3.000	13.50	162.00
9.00	nitrito de sodio (lb)	0.682	6.14	73.64
3.00	cebolla en polvo (lb)	2.000	6.00	72.00
3.00	ajo en polvo (lb)	3.500	10.50	126.00
2,097.33	Tripas de colágeno (lb)	0.030	62.92	755.04
TOTAL			1,489.70	17,876

Útiles se oficina de administración

Son aquellos bienes tangibles y de uso exclusivo para las labores administrativas de la empresa.

CUADRO # 75

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Cantidad Anual	Total año 1
4	Esferos	0.25	1.00	12	12.00
4	Lápices	0.25	1.00	12	12.00
2	Borradores	0.15	0.30	12	3.60
1	Perforadora	2.00	2.00	1	2.00
1	Grapadora	2.00	2.00	1	2.00
2	Caja de Grapas	0.25	0.50	6	3.00
1	Resma de papel	4.50	4.50	6	27.00
3	Carpetas de cartón	0.15	0.45	12	5.40
TOTAL			11.75		67.00

Útiles de aseo.

En este rubro existen varios implementos que van a servir para el aseo y limpieza de la oficina y de la zona de faenamiento entre estos tenemos: papel, escoba, trapeadores, etc.

CUADRO # 76

Útiles de aseo

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Cantidad Anual	Total año 1
16	Papel	0.25	4.00	12	48.00
2	Escobas	2.00	4.00	2	8.00
2	Trapeadores	2.00	4.00	2	8.00
2	Recogedores plásticos	2.00	4.00	1	4.00
3	Basureros de plástico	3.50	10.50	1	10.50
2	Cubeta con exprimidor	6.00	12.00	1	12.00
3	Ambiental de limpieza	2.00	6.00	12	72.00
1	Cepillo para inodoro	1.50	1.50	2	3.00
2	Toalla	2.00	4.00	3	12.00
2	Franela	1.00	2.00	3	6.00
2	Guantes de caucho	1.20	2.40	4	9.60
9	Fundas para basura	0.20	1.80	12	21.60
TOTAL			56.20	55.00	214.70

Servicios básicos.

Son los servicios indispensables para el funcionamiento de la empresa, lo conforman el agua potable teniendo el 70% del valor total utilizado en producción el 10% en administración y el 20% restante en ventas; luz eléctrica se la distribuyó de la siguiente manera el 40% en producción, 15% en administración y el 45% restante para ventas; teléfono se utilizará 50% del valor total para administración y el otro 50% para ventas; y el gas que será utilizado únicamente por el departamento de producción.

CUADRO # 77

Servicios Básicos

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual	Producción (60%)	Administración (30%)	Ventas (10%)
600	Agua: metros cúbicos	0.10	60.00	720	36.00	18.00	6
420	Luz: kilovatio/hora	0.08	33.60	403.2	20.16	10.08	3.36
400	Teléfono: minutos	0.09	36.00	432	21.60	10.80	3.6
36	Gas	2.25	81.00	972	81.00		
TOTAL			210.60	2,527	158.76	38.88	12.96

Flete para transportar el producto.

Es el alquiler del vehículo para transportar el desde la empresa hasta el sitio de expendio del mismo

CUADRO # 78

Flete para transporta el producto

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Annual
52	Flete diario	2.00	104.00	8.67
TOTAL			104.00	8.67

Fuente: Cooperativa de transporte 14 de Octubre

SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.

Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en el área administrativa, la componen un gerente, la secretaria, contador el asesor jurídico.

CUADRO # 79

Sueldo Personal Administrativo

Provisiones sociales

Nro.	Cargo	Honorarios	Sueldo Básico	Total Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal 12.15%	Total de provisiones	Total
1	Gerente		450.00	450.00	37.50	28.33	37.50	18.75	54.68	626.76	1,076.76
1	Asesor Jurídico	25.00		25.00						25.00	50.00
1	Contador		340.00	340.00	28.33	28.33	37.50	14.17	41.31	489.64	829.64
1	Secretaria		340.00	340.00	28.33	28.33	37.50	14.17	41.31	489.64	829.64
Total		25.00	1,130.00	1,155.00	94.17	85.00	112.50	47.08	137.30	1,631.05	2,786.05

Fuente: Ministerio de trabajo

Elaborado por: El autor

SUELDOS DEL PERSONAL DE VENTAS

Se refiere a los sueldos para el personal que trabaja en el área de ventas, lo conforman el vendedor

CUADRO # 80

Sueldo Personal de Ventas					Provisiones sociales							
Nro.	Cargo	Honorarios	Sueldo Básico	Total Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal 12.15%	Total de provisiones	Horas Extras	Total
1	Vendedor		340.00	340.00	28.33	26.57	28.33	14.17	41.31	138.72	16.00	494.72
Total			340.00	340.00	28.33	26.57	28.33	14.17	41.31	138.72	16.00	494.72

SUELDOS DEL PERSONAL OPERATIVO

La mano de obra directa es aquella que está relacionada directamente en el proceso productivo, los puestos son: un asesor veterinario y un Faenador.

CUADRO # 81

Mano de Obra Directa					Provisiones sociales						
Nro.	Cargo	Honorarios	Sueldo Básico	Total Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal 12.15%	Total de provisiones	Total
1	Veterinario	140.00								140.00	140.00
2	Faenador		340.00	340.00	28.33	26.57	28.33	14.17	41.31	478.72	818.72
Total		140.00	340.00	340.00	28.33	26.57	28.33	14.17	41.31		958.72

Fuente: Ministerio de trabajo
Elaborado por: El autor

CUADRO # 82
DETERMINACIÓN DEL MONTO A INVERTIR

ACTIVOS	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
Fijos			
Maquinaria y equipo de producción	6,600.00		
Muebles y enseres de producción	610.00		
Muebles y enseres de administración	620.00		
Herramientas	1,318.30		
Equipo de oficina	244.00		
Equipo de computación de administración	905.02		
Total de activos fijos			10,297.32
Diferidos			
Adecuaciones	186.80		
Permisos de funcionamiento	474.4		
Gastos de constitución	590.00		
Gastos de reclutamiento, selección y contratación de l personal	72.00		
Total de activos diferidos			1,323.20
CAPITAL DE TRABAJO			
COSTOS DE PRODUCCION			
Materia Prima Directa	5,000.00		
Mano de Obra Directa	958.72		
TOTAL COSTO PRODUCCION		5,958.72	
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION	1,557.76		
Materia Prima Indirecta	1,557.76		
Arriendo del local de la empresa	100.00		
Equipo de seguridad	74.00		
Servicios Básicos (Agua, Luz y Combust.)	158.76		
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE PRODUC.		3,448	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION			9,407.00
COSTOS OPERATIVOS			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	2,786		
Útiles de oficina	11.75		
Útiles de aseo	56.20		
Servicios básicos	38.88		
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		2,893	
Gastos de Venta			
Sueldos y Salarios	494.72		
Arriendo del local de ventas	80.00		
Transporte del Producto Terminado	104.00		
Publicidad	24.00		
Promociones	31.50		
TOTAL GASTOS DE VENTA		734.22	
TOTAL GASTOS OPERATIVOS			3,627.09
TOTAL MONTO DE LA INVERSION			24,654.61

Fuente: Cuadro # 64,69

Elaborado por: El autor

PRESUPUESTOS DE COSTOS

Es un instrumento que permite determinar y asignar los recursos requeridos para la consecución de los objetivos que han sido propuestos para los años de vida útil del proyecto.

Está conformado por los siguientes elementos: Costos de producción, Costos indirectos de fabricación, Gastos administrativos, Gastos de ventas.

La proyección de cada uno de los rubros se la hizo de la siguiente manera:

- M.O.D, M.O.I, sueldos del personal administrativo, sueldo de personal de ventas para el primer año se suman y se multiplican por doce meses, para los años posteriores se proyectan con la tasa de incremento del sueldo básico que es del 10%.
- La M.P.D, M.P.I, servicios básicos, herramientas, combustible y mantenimiento, útiles de oficina, útiles de limpieza, equipo de seguridad, publicidad y promociones para el primer año se multiplican por doce meses y para los años siguientes se proyectan tomando en cuenta la tasa de inflación anual que es de 3,30%.
- Las depreciaciones se las realiza de acuerdo a la siguiente fórmula: valor del bien menos valor residual multiplicado por el porcentaje de depreciación, esta será constante para cada año.
- La amortización de diferido se suman todos los costos de estos activos y se los divide para los cinco años de vida útil del proyecto, va a ser constante para cada año.

CUADRO # 83

	Años				
PRESUPUESTO DE COSTOS	1	2	3	4	5
Costo Primo					
Materia Prima directa	60,000	63,252	66,680	70,294	74,104
Mano de obra directa	5,937	6,530	6,884	7,573	8,330
subtotal de Costo Primo	65,937	69,782	73,564	77,867	82,434
Costos Generales de Fabricación (prod.)					
M.P.I de mortadela	13.241	13.958	14.715	15.512	16.353
M.P.I de salchicha	116.57	122.89	129.55	136.57	143.98
Arriendo	1,200	1,265	1,334	1,406	1,482
Equipo de seguridad	6.17	6.50	6.85	7.22	7.62
Servicios Básicos	2,527	2,664	2,809	2,961	3,121
Depreciación de Maquinaria y equipo	660	660	660	660	660
Depreciación de Muebles y enseres	61	61	61	61	61
Depreciación de Herramientas	131.83	131.83	131.83	131.83	131.83
Total de Costos Indirectos de Producción (fabricación)	4,716	4,925	5,146	5,379	5,624
Total de costos de producción	70,653	74,708	78,711	83,246	88,058
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Gastos de Administración					
Sueldos y salarios	33,433	36,776	40,453	44,499	48,949
Útiles de Oficina	67.00	73.70	81.07	89.18	98.09
Útiles de Aseo	214.70	236.17	259.79	285.77	314.34
Servicios Básicos	466.56	513.22	541.03	570.36	601.27
Dep. de muebles y enseres de administración	62.00	62.00	62.00	62.00	62.00
Dep. de Equipos de oficina	24.40	24.40	24.40	24.40	24.40
Dep. Equipo de computación	298.66	298.66	298.66	328.52	328.52
Total de gasto de administración	34,566	37,984	41,720	45,859	50,377
Gastos de Ventas					
Sueldos y salarios	5,937	6,258	6,598	6,955	7,332
Arriendo del local de ventas	960.00	1,012	1,067	1,125	1,186
Servicios Básicos	155.52	163.95	172.84	182.20	192.08
Publicidad	288.00	303.61	320.07	337.41	355.70
Promociones	378.00	398.49	420.09	442.85	466.86
Depreciación de activos	328.52	328.52	328.52	328.52	328.52
Total de gasto de Ventas	8,047	8,465	8,906	9,371	9,861
OTROS GASTOS					
Amortización de activos diferidos	264.64	264.64	264.64	264.64	264.64
Total de otros gastos	264.64	264.64	264.64	264.64	264.64
Total de costos de operación	42,877	46,714	50,891	55,494	60,503
Costo total de producción	113,530	121,421	129,602	138,740	148,561

Fuente: Cuadro #58 – ANEXO 4 Y 5

Elaborado por: El autor

COSTOS

COSTO UNITARIO.

El costo unitario se determinará de acuerdo al porcentaje del peso del cerdo, es decir, del total del presupuesto de costos de cada año, se procederá a sacar el porcentaje otorgado a cada derivado para así poder obtener el costo unitario, el mismo que se lo obtiene dividiendo el costo para cada total e libras de cada derivado a continuación se demuestra el siguiente procedimiento.

$$\text{SALCHICHA} = 113,542 * 50\%$$

$$\text{SALCHICHA} = 56,771 \text{ dólares}$$

$$\text{COSTO UNITARIO} = \text{Costo total} / \text{unidades producidas}$$

$$\text{COSTO UNITARIO} = 56,771 / 25,168$$

$$\text{COSTO UNITARIO} = 2.26 \text{ dólares}$$

**CUADRO # 84
COSTO UNITARIO**

COSTO UNITARIO								
Derivados	Libras	Porcentaje	Costos Año 1	Año 1	Producción lb	Costo unitario	% de Utilidad	Precio de venta
Salchicha	97	50%	113,530	56,765	25,168	2.26	10.84	2.50
Mortadela	56	50%	113,530	56,765	25,168	2.26	-11.33	2.00
TOTAL	153							

Fuente: Cuadro # 37,83
Elaborado por: El autor.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Está dado por el dinero que se espera recibir por la venta de los distintos derivados del cerdo, en este presupuesto se multiplica el precio de venta por la cantidad de cada derivado el mismo que se lo obtiene del costo unitario más la utilidad. Por ejemplo el costo unitario de la salchicha es de 2.26 dólares más la utilidad de 10.83% da el precio de venta de 2.50 dólares.

PRECIO DE VENTA= COSTO UNITARIO + % DE UTILIDAD

PRECIO DE VENTA= 2.26 * 10.83%

PRECIO DE VENTA= 2.50

TOTAL DE INGRESOS= PRECIO DE VENTA * UNIDAD PRODUCIDA

TOTAL DE INGRESOS= 2.50* 25,168

TOTAL DE INGRESOS= 62.920 dólares

CUADRO # 85
PRESUPUESTO DE INGRESOS

Derivados	Producción lb	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
		precio de venta	total de ingresos	precio de venta	total de ingresos	precio de venta	total de ingresos	precio de venta	total de ingresos	precio de venta	total de ingresos
salchicha	25,168	2.50	62,920	2.58	64,933	2.67	67,199	2.76	69,464	2.85	71,729
mortadela	25,168	2.00	50,336	2.07	52,098	2.13	53,608	2.20	55,370	2.28	57,383
Otros ingresos											
Carne con hueso	2,600	2.20	5,720	2.07	5,382	2.13	5,538	2.20	5,720	2.28	5,928
chuleta	1,040	2.60	2,704	2.69	2,798	2.77	2,881	2.87	2,985	2.96	3,078
costilla	2,080	2.20	4,576	2.27	4,722	2.35	4,888	2.43	5,054	2.51	5,221
cuero	3,900	2.20	8,580	2.27	8,853	2.35	9,165	2.43	9,477	2.51	9,789
vísceras	2,080	0.70	1,456	0.72	1,498	0.75	1,560	0.77	1,602	0.80	1,664
patas	520	1.25	650	1.29	670.8	1.33	691.6	1.38	717.6	1.42	738.4
Total			136,942		140,954		145,530		150,389		155,530

Fuente: Cuadro # 84
Elaborado por: El autor

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

En todo proyecto es necesario determinar los costos fijos y los costos variables.

Se entiende por costos fijos aquellos valores en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción; mientras que los costos variables están en relación directa con los niveles de producción de cada derivado de cerdo que brinde la empresa.

CUADRO # 86
COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Costos Fijos y Variables	Años									
	1		2		3		4		5	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Costo Primo										
Materia prima directa		60,000.00		63,252.00		66,680.26		70,294.33		74,104.28
Mano de obra directa		5,937		6,530		6,884		7,573		8,330
Total de Costo Primo		65,937		69,782		73,564		77,867		82,434
Costos proceso de producción										
Materia prima Indirecta		129.813		136.849		144.266		152.086		160.329
Servicios básicos de producción		2,527		2,664		2,809		2,961		3,121
Utensilios de aseo de producción	214.70		236.17		259.79		285.77		314.34	
Equipo de seguridad	6.17		6.50		6.85		7.22		7.62	
Depreciación de maquinaria	660.00		660.00		660.00		660.00		660.00	
Depreciación de herramientas	131.83		131.83		131.83		131.83		131.83	
Dep. de muebles y enseres	61.00		61.00		61.00		61.00		61.00	
Total de costos de producción	1,074	2,657	1,096	2,801	1,119	2,953	1,146	3,113	1,175	3,282
GASTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y salarios	33,433		36,776		40,453		44,499		48,949	
Servicios básicos	466.56		513.22		541.03		570.36		601.27	
Útiles oficina	67.00		73.70		81.07		89.177		98.09	
Arriendo	1,200.00		1,265.04		1,333.61		1,406		1,482	
Dep. de muebles y enseres	62.00		62.00		62.00		62.00		62.00	
Dep. de equipo de oficina	24.40		24.40		24.40		24.40		24.40	
Dep. de equipo de computo	298.66		298.66		298.66		328.52		328.52	
Total de gastos administrativos	35,551.16		39,012.81		42,794.14		46,979		51,545	
GASTOS DE VENTAS										
Sueldos y salarios	5,937		6,258		6,598		6,955		7,332	
Arriendo del local de ventas	960.00		1,012		1,067		1,125		1,186	
Servicios básicos	155.52		163.95		172.84		182.20		192.08	
Publicidad	288.00		303.61		320.07		337.41		355.70	
Promociones	378.00		398.49		420.09		442.85		466.86	
Total gastos de ventas	7,718.13		8136.45		8,577.45		9,042.35		9,532.44	
OTROS GASTOS										
Amortización de activos diferidos	264.64		264.64		264.64		264.64		264.64	
Total de otros gastos	264.64		264.64		264.64		264.64		264.64	
TOTAL COSTOS	44,608	68,594	48,509	72,583.29	52,756	76,517.31	57,432	80,979.84	62,517	85,715.78
TOTAL DE COSTOS DE PRO.	136,942		140,953.80		145,530		150,389		155,530	

Elaborado por: El autor

Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de Equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos en el cual la empresa no obtendrá ni pérdidas ni ganancias

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{VT}\right)}$$

$$PE = \frac{44.608}{1 - \left(\frac{68.594}{136,942}\right)}$$

$$PE = \frac{44.608}{1 - 0.50089819}$$

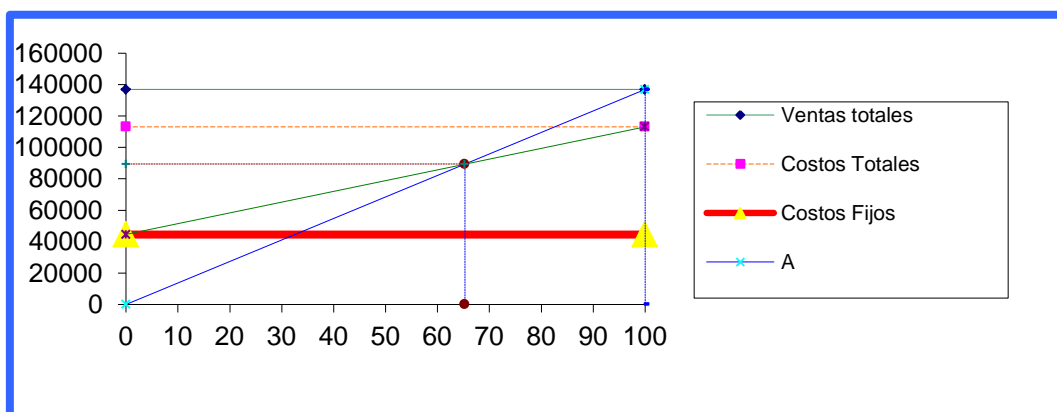
$$PE = \frac{44.608}{0.49910181}$$

$$PE = 89.376 \text{ dólares}$$

Punto de equilibrio en función de la capacidad utilizada.

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 \quad PE = \frac{44.608}{136.942 - 68.504} \times 100 = 65.27\%$$

GRAFICO # 20



ESTADOS FINANCIEROS

Es la información sintetizada de los ingresos y egresos que se generan en la empresa en un periodo económico.

Balance General.

Es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa aquí se presenta los activos propiedad de la empresa, los pasivos deudas de la empresa y el patrimonio, es decir, lo que realmente es propiedad de la empresa.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un estado financiero que muestra la situación económica, es decir, si existen pérdidas y ganancias

CUADRO # 87

ESTADO DE RESULTADOS					
ESTADO DE RESULTADOS	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ventas	136,942	140,954	145,530	150,389	155,530
Valor residual			9.05		4,715
Total de ingresos	136,942	140,954	145,539	150,389	160,246
EGRESOS					
Costos de producción	70,653	74,708	78,711	83,246	88,058
Costos de operación	42,877	46,714	50,891	55,494	60,503
Total de egresos	113,530	121,421	129,602	138,740	148,561
Utilidad Bruta	23,412	19,533	15,937	11,648	11,684
15% de utilidad a los trabajadores	3,512	2,930	2,391	1,747	1,753
Utilid. antes de Imp. A la renta	19,900	16,603	13,547	9,901	9,932
25% de Impuesto a la renta	4,975	4,151	3,387	2,475	2,483
Utilidad antes de Reservas	14,925	12,452	10,160	7,426	7,449
Reserva Legal 10%	1,493	1,245	1,016	743	745
Utilidad Neta	13,433	11,207	9,144	6,683	6,704

Fuente: Cuadro # 83,85

Elaborado por: El auto

FLUJO DE CAJA.

Permite presentar la diferencia entre los ingresos efectivamente recibidos y los egresos realmente pagados.

**CUADRO # 88
FLUJO DE CAJA**

FLUJO DE CAJA	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ventas		136,942	140,954	145,530	150,389	155,530
Capital Propio	24,655					
Capital Financiado	0.00					
Valor al rescate				9.05		4,715
Total de ingresos	24,654.61	136,942.00	140,953.80	145,538.85	150,388.68	160,245.60
Egresos						
Activo fijo	10,297.32					
Activo diferido	1,323.20					
Total costos de producción	9,407.00					
Capital de trabajo	3,627.09					
Costos de prod. Y operación		113,530	121,421	129,602	138,740	148,561
Amortización de activos diferidos		264.64	264.64	264.64	264.64	264.64
15% utilidad a trabajadores		3,512	2,930	2,391	1,747	1,753
25% impuesto a la renta		4,975	4,151	3,387	2,475	2,483
Total de egresos	24,655	122,281	128,766	135,643	143,227	153,061
FLUJO DE CAJA	0,00	14,661	12,187	9,895	7,161	7,184

Fuente: Cuadro # 64,82,83,87

Elaborado por: El autor

EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación financiera se la realiza con el objetivo de tomar una decisión de aceptación o rechazo del proyecto.

Los indicadores utilizados para evaluar son los siguientes:

Valor Actual Neto (VAN)

Los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática y se suman los resultados obtenidos.

El Valor Actual Neto es el valor unitario que resulta de restar la suma de los flujos descontados de la inversión inicial, la tasa utilizada para descontar los flujos es la tasa del costo del capital o la tasa de interés del préstamo otorgado.

Los criterios de decisión son:

- ✓ Si el VAN es > 1 se debe realizar el proyecto.
- ✓ Si el VAN es $= 1$ es indiferente el proyecto.
- ✓ Si el VAN es < 1 no es viable el proyecto.

**CUADRO # 89
VALOR ACTUAL NETO**

Año	Flujo de caja	Factor Actualizado	Flujo de Caja Actualizado
0		12.50%	
1	14,661	0.888888889	13,032
2	12,187	0.790123457	9,630
3	9,895	0.702331962	6,950
4	7,161	0.624295077	4,471
5	7,184	0.554928957	3,987
Sumatoria Flujo Neto			38,069
Inversión			24,655
Sumatoria Flujo Neto - Inversión			13,414

Fuente: Cuadro # 82,88
Elaborado por: El autor

$$VAN = \sum \text{deflujo de caja} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 38,069 - 24,655$$

$$VAN = 13,414$$

El resultado que da este indicador VAN acerca del proyecto es viable ya que el resultado es mayor a 1.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define la TIR como la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos netos de caja sea igual a la inversión.

Los criterios de decisión son:

- ✓ Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.
- ✓ Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto.
- ✓ Si la TIR es igual que el costo de capital el proyecto es indiferente.

CUADRO # 90
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		36.00%		37.00%	
0	-24,655.00		-24,655.00		-24,655.00
1	14,660.66	0.735294	10,779.90	0.729927	10,701.21
2	12,187.38	0.540657	6,589.20	0.532793	6,493.36
3	9,895.40	0.397542	3,933.84	0.388900	3,848.33
4	7,161.25	0.292310	2,093.31	0.283869	2,032.86
5	7,184.21	0.214934	1,544.13	0.207204	1,488.59
			285.38		-90.66

Fuente: Cuadro # 82,88
Elaborado por: El autor

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 36 + 1 \frac{285.38}{285.38 - 90.66}$$

$$TIR = 36.76\%$$

La TIR es mayor al costo del capital del proyecto por lo tanto según este indicador el proyecto es viable.

Periodo de Recuperación del Capital

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

CUADRO # 91

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL			
Anos	Inversión	Flujo neto	Flujo neto acumulado
0	-24655.00		
1		14660.66	14660.66
2		12187.38	26848.04
3		9895.40	
4		7161.25	
5		14660.66	
TOTAL		58565.35	

Fuente: Cuadro # 80,86
Elaborado por: El autor

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de los primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}} \right)$$

$$PRC = +2(24655 - 26848.04) / 12187.38$$

$$PRC = +2(2193.04) / 12187.38$$

$$PRC = 2 - 0.1799435$$

$$PRC = 1.82$$

$$PRC = 0.82 * 12 = 9.84$$

$$PRC = 0.84 * 30 = 25.2$$

El tiempo que se tarda en recuperar la inversión es de, 1 año 9 meses 25 días.

Relación Beneficio/ Costo

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

- Si la Relación Ingresos/Egresos es igual a 1 el proyecto es indiferente.
- Si la Relación Ingresos/Egresos es mayor a 1 el proyecto es rentable.
- Si la Relación Ingresos/Egresos es menor a 1 el proyecto no es rentable.

CUADRO # 92

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

RELACION BENEFICIO COSTO						
años	Costo operación	Factor actualizado	valor actual	Ingresos	Factor Actual	Valor actual
0		0.112			0.112	
1	113529.77	0.8992806	102095.1158	136942.00	0.899281	123149.2806
2	121421.22	0.8087056	98194.01234	140953.80	0.808706	113990.1209
3	129601.53	0.7272532	94253.12489	145529.80	0.727253	105837.0121
4	138740.22	0.6540047	90736.75427	150388.68	0.654005	98354.89939
5	148561.12	0.5881337	87373.802	155530.44	0.588134	91472.69285
			472652.81			532804.01

Fuente: Cuadro # 83,87
Elaborado por: El autor

Con los resultados aplicamos la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} \quad RBC = \frac{53280.01}{472652.81} = 1,13$$

Esto indica que por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene una ganancia de 0.13 centavos.

Análisis de Sensibilidad.

Cualquier tipo de análisis requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios y fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variables más sensibles a un incremento o disminución de precios.

CUADRO # 93

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 22% EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTOS OPERACIÓN	INCREMENTO DE LOS COSTOS	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		22.00%			31.00%		32.00%	
						24,655.00		24,655.00
1	113,529.77	138,506.32	136,942.00	-1,564.32	0.76336	-1,194.14	0.75758	-1,185.09
2	121,421.22	148,133.88	140,953.80	-7,180.08	0.58272	-4,183.95	0.57392	-4,120.80
3	129,601.53	158,113.86	145,529.80	-12,584.06	0.44482	-5,597.67	0.43479	-5,471.41
4	138,740.22	169,263.07	150,388.68	-18,874.39	0.33956	-6,408.96	0.32939	-6,216.95
5	148,561.12	181,244.57	155,530.44	-25,714.13	0.25921	-6,665.23	0.24953	-6,416.56
						605.05		1,244.19

NTIR = Tm + Dif. Tasa (VAN menor/ VAN menor – VAN mayor)

NTIR = 31 + 0.5 (605.05 / 605.05 – (-1244.19))

NTIR = 30.05%

Diferencia de TIR

Porcentaje de Variación

Sensibilidad

Dif. Tir = Tirproy. – Nueva Tir

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proyecto) * 100

Sensibilidad = % Var / Nueva Tir

Dif. Tir = 36.76% – 30.05%

% Var = (6.71% / 36.76) * 100

Sensibilidad = 18.24% / 30.05

Dif. Tir = 6.71%

% Var = 18.24% Sensibilidad = 0,6069869

La empresa soporta el 22,00% en el incremento de los costos pasado este porcentaje la empresa es sensible

CUADRO # 94

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 19.00% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTOS DE OPERACIÓN	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			19.00%		29.00%		30.00%	
						24,655.00		24,655.00
1	113,529.77	136,942.00	110,923.02	-2,606.75	0.7752	-2,020.74	0.7692	-2,005.19
2	121,421.22	140,953.80	114,172.58	-7,248.64	0.6009	-4,355.89	0.5917	-4,289.14
3	129,601.53	145,529.80	117,879.14	-11,722.39	0.4658	-5,460.68	0.4552	-5,335.63
4	138,740.22	150,388.68	121,814.83	-16,925.39	0.3611	-6,111.95	0.3501	-5,926.05
5	148,561.12	155,530.44	125,979.66	-22,581.47	0.2799	-6,321.26	0.2693	-6,081.85
						384.48		1,017.14

NTIR=Tm + Dif. Tasa (VAN menor/ VAN menor – VAN mayor)

NTIR= 30+ 2 (384.48 /384.48 – (-1017.14))

NTIR= 28.39%

Diferenciade TIR

Porcentaje de Variación

Sensibilidad

Dif. Tir=Tirproy. – Nueva Tir% **Var.** = (Dif. Tir / Tir del proyecto)*100 **Sensibilidad** = %

Var /Nueva

Dif. Tir=36,76 – 28,39%

% Var = (8.37 /36.76)*100

Sensibilidad =22.76% / 28.39

Dif. Tir= 8.37%

% Var = 22.76%

Sensibilidad = 0.8016547

La empresa soporta el 19.00% en el incremento de los costos pasado

este porcentaje la empresa es sensible

h. CONCLUSIONES

- Para obtener la información necesaria en la elaboración del Estudio de Mercado, se aplicó encuestas destinadas a las personas del sector urbano del cantón Calvas y a los comerciantes del mismo. De acuerdo a la información procesada se tiene que la **demanda** de embutidos de chancho es de 2.377,409y la **oferta** de 37.076
- Del estudio se genera que en el Cantón Calvas se ofrecen diferentes clases de embutidos con los cuales competirá la empresa a crearse.
- El costo unitario para el primer año de cada embutido de chancho es de: salchicha \$2.26 y su P.V 2.50 y mortadela el costo unitario es de \$2.26 y su P.V. 2.00
- El total de costos para el primer año se de 227,084
- El total de ingresos para el primer año es de 136,942
- El punto de equilibrio para el primer año en cuanto a la capacidad instalada es de 65.27% y en función de las ventas es de 89,375
- La empresa se localizará, en el barrio Colinas de San Juan, de la ciudad de Cariamanga, sitio de fácil acceso ya que las calles se encuentran en

buen estado facilitando de esta manera el transporte de la materia prima (chanchos) y a la vez los derivados de chancho a su centro de venta.

➤ Al evaluar financieramente el proyecto se tomó en consideración los diferentes indicadores económicos obteniendo los siguientes resultados

- Valor Actual Neto (VAN) positivo de 13.414 dólares
- Tasa Interna de Retorno (TIR) 36.76%
- Relación Beneficio Costo (RBC) 1.13

i. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos y ver la factibilidad del proyecto se propone las siguientes recomendaciones:

- El presente proyecto luego de demostrar su viabilidad técnica y financiera, debería ser acogido por los inversionistas del Cantón Calvas a fin de ponerlo en marcha dado los beneficios sociales y económicos que brindaría tanto a los inversionistas como a la sociedad.
- La puesta en marcha del proyecto, significará la creación de plazas de trabajo, contribuyendo en forma directa a disminuir el desempleo del sector.
- El Gobierno debe emprender en nuevas políticas que contribuyan a incentivar el fomento de la actividad de embutidos en la Provincia propiciando nuevas inversiones en la producción de embutidos aprovechando los recursos existentes en este sector.
- Las instituciones cuyas funciones la de fomentar el desarrollo regional como el Gobierno Provincial de Loja, el Municipio de Calvas, el Ministerio de Agricultura y Ganadería deben apoyar la elaboración de

investigaciones como la presente a fin de contribuir con el desarrollo socio económico de los sectores en estudio.

- A la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja que continúe con su labor de apoyo permanente en la elaboración de estudios e investigaciones que tengan como objetivo la creación de nuevas empresas en esta Provincia.

j. BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel - Evaluación de proyectos/ 4ta edición 2001 – pags 7, 8, 43, 44, 48, 50 51,52, 53, 54
- Comercio y mercadotecnia. Pag - 103
- Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. NassirSapag, Reinaldo Sapag. Pag, 111.
- Gabriel Baca Urbina – Elaboración de Proyectos - 3ra Edición – Pag. 135, 137
- Juan José Miranda Miranda - Gestión de Proyectos - 4ta edición- año 2003. Pag. 119, 122, 128, 133,134
- Juan José Miranda Miranda - Gestión de Proyectos - 4ta edición- año 2003. Pag. 183 – 189
- M. WEIERS, Ronal - Investigación de mercados/ 96-125, 451, 452, 453
- Marcelo Cordoba Padilla- Formulación y Evaluación de proyectos. Pag. 209, 224, 225, 226
- Mercedes Bravo Valdivieso – Contabilidad General - 5ta Edición – págs. 239 – 242
- MIRANDA MIRANDA Juan José - Gestión de proyectos/ 4ta edición 2003 – pag. 95, 107, 109, 110.

- Módulo X- “Elaboración y Evaluación de proyectos de inversión”
- Folleto de Administración y Gestión Empresarial / Niveles Jerárquicos / págs., 133, 134, 136,137
- Folleto de contabilidad y finanzas empresariales – análisis de sensibilidad
- Folleto de contabilidad y finanzas empresariales. Pag. 184, 185
- Folleto de mercadotecnia – punto de equilibrio
- Folleto de proyectos Inversión – Inversión y Financiamiento
- Folleto PDF – Depreciaciones
- Folleto PDF – Proyectos de Inversión – Inversión y financiamiento
- Folleto de contabilidad y finanzas empresariales. Pág. 182, 183
- [Es.wikipedia.org/wiki/precio](https://es.wikipedia.org/wiki/precio)
- [Es.wikipedia.org/wiki/publicidad-86k](https://es.wikipedia.org/wiki/publicidad-86k)
- [Promonegocios.net/mercadotecnia/promoción-definicion-concepto.html-27k-](https://promonegocios.net/mercadotecnia/promoción-definicion-concepto.html-27k-)
- Internet- Cesar Patricio García- Capacidad Teórica – Instalada – Utilizada
- www.scribd.com/doc/6181169/Estudio-Tecnico - 291k-pdf
- Internet. Documento PDF

- Internet. www.monografias.com/cdiseño del producto
- Internet – Documento PDF – Diagramas de Flujo.
- www.economia.unam.mx/pasoapaso/pdf/define/DefinicionesEstudioTecnico.pdf
- www.monografias.com - Proyectos de Inversión
- Documento de Pdf- Tipos de Compañía - Base Legal
- www.elprisma.com - Organigrama
- www.monografias.com – Organigramas
- www.promonegocios.net - Tipos de Organigramas
- Internet - Documento de Diseño de Organigrama
- www.elprisma.com - Manuales Administrativos
- www.gestiopolis.com - Importancia de los Manuales Administrativos
- www.monografias.com - Organigrama Empresarial
- Documentos de Depreciaciones y Amortizaciones
- www.gestiopolis.com- punto de equilibrio
- www.monografias.com – Activos Fijos y Diferidos
- www.monografias.com – Depreciaciones y Amortizaciones
- www.monografias.com – presupuestos- pág. 1

K. ANEXOS

ANEXO 1

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMBUTIDOS DE CARNE DE CHANCHO EN EL CANTÓN CALVAS DE LA PROVINCIA DE LOJA”

PROBLEMA:

EXISTE UNA BAJA CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE EMBUTIDOS, YA QUE NO SE TOMA LA IMPORTANCIA DEBIDA A LOS ASPECTOS DE: HIGIENE, SALUD, SABOR Y PRECIO.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de embutidos de carne de chancho en el cantón Calvas provincia de Loja.

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado para investigar las preferencias del consumidor de embutidos, la competencia de la oferta y la demanda para ofrecer un producto de calidad y conocer la aceptación del mismo.
- ✓ Efectuar un estudio técnico, organizacional y legal.
- ✓ Elaborar un estudio económico.
- ✓ Evaluar financieramente el proyecto.

METODOLOGÍA

Método Científico: Este método se lo utilizó como soporte para recopilar información de documentos de consulta y así se pudo sustentar el marco teórico del proyecto, así mismo al generar nuevos conocimientos que enriquecieron el intelecto.

Método Inductivo: Este método permitirá conocer cuáles son los gustos y preferencias de los habitantes del cantón Calvas en cuanto al consumo de embutidos se refiere, los cuales estarán representados por la muestra tomada, y luego se inducirá los datos hacia toda la población. Se lo utiliza cuando se hace cada estudio para determinar finalmente la factibilidad o no del negocio.

Método Deductivo: Este método se lo va a emplear al basarnos en referentes históricos relacionados principalmente con el tema del proyecto, ya que de esta manera tendremos un juicio más claro de los contenidos, a la vez nos facilitará desarrollar el estudio del proyecto de factibilidad, porque de éste dependerá los resultados que se pretendan lograr.

Así mismo es muy importante señalar las técnicas de investigación que permitieron obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto, entre las que se tiene:

- ✓ **La Observación:** La observación constituirá un valioso instrumento ya que servirá para conocer de una manera rápida los gustos y preferencias de los habitantes del cantón Calvas en el consumo de embutidos.
- ✓ **Entrevista:** importante herramienta que se la aplicará a los diferentes actores inmersos en el mercado de embutidos, para así obtener información más precisa y detallada de la elaboración, producción y comercialización de este producto.

- ✓ **Encuesta:** Se aplicará a los habitantes del cantón Calvas, con la finalidad de poder recopilar información necesaria que ayudará a saber los gustos y preferencias que estos tienen al momento de adquirir y consumir embutidos.

✓

Población

La población estará determinada por:

Según los datos proporcionados por el INEC considerando el último censo oficial del 2010 se registra una población de 28.185 cifra que se la proyectara para el 2011, obteniendo una población actual de: 31.888

$$VF = PV(1 + i)^n$$

En donde:

VF= Valor futuro

PV = El capital inicial (población total)

i= Tasa de crecimiento

n = número de años

$$VF = PV(1 + i)^n$$

$$VF = 28.185(1.025)^2$$

$$VF = 29.612 \rightarrow 2010$$

$$VF = PV(1 + i)^n$$

$$VF = 29.612(1.025)^3$$

$$VF = 31.888 \quad 2011 \quad \rightarrow$$

Según la proyección realizada para el año 2011 se obtiene como resultado una población de 31.888

Por lo tanto:

EQUIVALE

Muestra

4 personas	Una familia
31.888 personas	7.972 familias

La fórmula para determinar el número de encuestas que se va a realizar a los ciudadanos del cantón Calvas es la siguiente:

Formula de la Muestra

$$\frac{NZ^2PQ}{(N - 1)E^2 + Z^2PQ}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Total de la población

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

Z = Nivel de confianza

E = Error experimental

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N - 1)E^2 + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{31888(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(31888 - 1) + (0.05)^2(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{31888(3.8416)(0.25)}{31887(0.0025) + 3.8416(0.25)}$$

$$n = \frac{31888(0.9604)}{79.7175 + 0.9604}$$

$$n = \frac{30625.2352}{80.6779}$$

$$n = 379 \text{ encuestas}$$

Población por parroquias:

PARROQUIAS	TOTAL
TOTAL	28.185
CARIAMANGA URBANO	11.149,84
PERIFERIA	8.643,17
COLAISACA	2.252,43
EL LUCERO	2.491,36
UTUANA	1.637,76
SANGUILLIN	2.010,44

ANEXO 2

Proyecto de factibilidad para la creación de una productora y comercializadora de embutidos de carne de chanco.

Provincia:..... Ciudad..... Barrio.....
Fecha.....

Le solicitamos nos colabore con la siguiente información, la cual tiene por objeto conocer su opinión acerca de embutidos de carne de chanco. Marque con una X su respuesta

1.- ¿Cuál es el promedio de ingreso familiar?

Menos de 100 ()

101 – 300 ()

301 – 500 ()

Más de 500 ()

2.- ¿En su hogar, se consume embutidos?

SI ()

NO ()

3.- ¿Por qué razón se consume embutidos en su hogar?

Porque le gusta ()

Por su costumbre ()

Por su fácil preparación ()

Por su contenido alimenticio ()

Por su presentación ()

Por su sabor ()

Porque puede ser combinada con otros alimentos ()

4.- ¿Con qué frecuencia consume embutidos de chanco?

Marque la opción que crea conveniente

a. Una vez por semana ()

b. Dos veces por semana ()

c. Cada quince días ()

- d. Una vez al mes ()
- e. Otros.....

5.- ¿Quiénes consumen más embutidos en su hogar?

- Niños ()
- Jóvenes ()
- Adultos ()

6.- ¿En dónde compra habitualmente los embutidos de chanco?

- a. Mercado ()
- b. Tiendas ()
- c. Frigoríficos ()

7.- ¿Qué tipo de embutido de chanco adquiere, qué cantidad consume semanalmente y cuál es el precio que paga?

Del 1 al 9 seleccione la opción que prefiera

		Cantidad semanal	Precio final
a. Salchicha	()	
.....			
b. Mortadela	()
c. Jamón	()
d. Chorizo	()
e. Chuleta	()
Otros.....	

8.- ¿Si en la localidad existiera una empresa que faene y comercialice embutidos de chanco higiénicamente estaría dispuesto a comprar en la misma? Indique

- SI ()
- NO ()

9.- ¿Con qué frecuencia compraría?

Señale con una X la opción que crea conveniente.

- a. Cada semana ()
- b. Cada quince días ()
- c. Cada mes ()
- d. Otros.....

10.- ¿Qué tipo de embutido de chancho adquiriría y qué cantidad compraría semanalmente?

Del 1 al 5 marque el literal de su preferencia

- | | | Cantidad semanal |
|--------------------|-----|------------------|
| 1. Carne pura | () | |
| 2. Carne con hueso | () | |
| 3. Lomo | () | |
| 4. Chuleta | () | |
| 5. Costilla | () | |
| Otros..... | | |

11. ¿Cómo le gustaría la presentación del producto?

- a. En funda plástica ()
- b. Bandeja ()

12. ¿Qué promociones le gustaría que le brinde ésta empresa calvense?

- a. Descuentos ()
- b. Regalos ()
- c. Otros.....

13. ¿Qué radio escucha usted frecuentemente? Indique

- | | | Horario |
|---------------------|-----|---------|
| a. Radio Ecuasur | () | |
| b. Radio Cariamanga | () | |
| c. Ninguno | () | |

Gracias por su colaboración

ANEXO 3

ENCUESTAS DE LOS LOCALES COMERCIALES

Proyecto de factibilidad para la creación de una productora y comercializadora de embutidos de carne de chanco.

Provincia:..... Ciudad..... Barrio.....
Fecha.....

Le solicitamos nos colabore con la siguiente información, la cual tiene por objeto conocer su opinión acerca de embutidos de carne de chanco. Marque con una X su respuesta

1.- ¿Cuántos años de actividad tiene su negocio?

Menos de 5 años ()

5 a 10 años ()

10 a 15 años ()

15 a 30 años ()

2.- ¿Qué tipo de embutidos de chanco adquiere, que cantidad vende semanalmente y cuál es su precio de venta?

	Cantidad semanal	Precio venta
f. Salchicha ()
g. Mortadela ()
h. Jamón ()
i. Chorizo ()
j. Chuleta ()
Otros.....

3.- ¿Qué cantidad de embutidos vende semanalmente?

	Cantidad semanal
k. Salchicha ()
l. Mortadela ()
m. Jamón ()
n. Chorizo ()
o. Chuleta ()
Otros.....

4.- ¿Cómo califica usted las ventas de su negocio?

Muy buena ()

Buenas ()

Regulares ()

Malas ()

5.- ¿El local que está actualmente manejando es?

Propio ()

Arrendado ()

6.- ¿En qué rango se encuentra el valor de alquiler de su local?

Menos de 200 dólares ()

De 201 a 500 dólares ()

De 501 a 700 dólares ()

Más de 701 ()

Ninguno ()

7.- ¿Qué tipo de promociones suele dar cuando vende embutidos?

Mayor contenido del producto por el mismo precio ()

Productos complementarios gratis o a bajo precio ()

Concursos y premios ()

Muestras y degustaciones ()

Regalos sorpresa ()

Descuentos ()

Otros ()

**ANEXO 4
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

ACTIVOS	COSTO	VIDA UTIL	% DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	V/ RESIDUAL
Maquinaria y Equipo	6,600.00	10 años	10%	660.00	3,300.00
Muebles y Enseres Producc.	610.00	10 años	10%	61.00	305.00
Muebles y Enseres Administ.	620.00	10 años	10%	62.00	310.00
Equipos de oficina	244.00	10 años	10%	24.40	122.00
Herramientas	1,318.30	10 años	10%	131.83	659.15
Equipo de Computación (1 año)	905.02	3 años	33%	298.66	9.05
Equipo de Computación (4 año)	995.52	3 años	33%	328.52	9.96

**ANEXO 5
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCION	COSTO	Tiempo	Amortización
Activos Diferidos	1,323	5 años	264.64

ÍNDICE

CARÁTULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO	1
b. RESÚMEN	2
SUMMARY.....	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DELITERATURA.....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	66
f. RESULTADOS.....	71
g. DISCUSIÓN	94
h. CONCLUSIONES	169
i. RECOMENDACIONES	171
j. BIBLIOGRAFÍA	173
k. ANEXOS	176
ÍNDICE	187