

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE QUESO SECO EN EL CANTÓN CELICA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

Paulina Carlina Trelles Ordoñez

DIRECTOR:

Dr. Luis Quijipe Salinas Mg.

LOJA - ECUADOR
2014

CERTIFICACIÓN

**Dr. Luis Quizhpe Salinas Mg.
DIRECTOR DE TESIS**

CERTIFICA

Que el presente trabajo investigativo previo a la obtención del grado de Ingeniera en Administración de Empresas, de la autoría de: Paulina Trelles, titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE QUESO SECO EN EL CANTÓN CELICA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**, ha sido realizado bajo mi supervisión y dirección cumpliendo con todas las normas y requerimientos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, en su estructura de fondo y forma, autorizando su presentación para los fines pertinentes.



**Dr. Luis Quizhpe Salinas Mg.
DIRECTOR DE TESIS**

AUTORÍA

Yo, Paulina Trelles, declaro ser autora del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y 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.

Autora: Paulina Carlina Trelles Ordoñez

Firma: .....

Cédula: 1719751115

Fecha: Septiembre del 2014

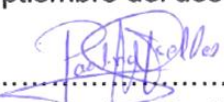
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Paulina Carlina Trelles Ordoñez, declaro ser autora de la Tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE QUESO SECO EN EL CANTÓN CELICA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA", como requisito para optar al Grado de: Ingeniera en Administración de Empresas: 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 12 días del mes de Septiembre del dos mil catorce, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTORA: Paulina Carlina Trelles Ordoñez

CÉDULA: 1719751115

DIRECCIÓN: Celica (Calles Av. 12 de diciembre y 24 de mayo)

CORREO ELECTRÓNICO: paulinatrelles_1@hotmail.com

TELÉFONO: 657-290 **CELULAR:** 0997085277

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dr. Luis Quizhpe Salinas Mg.

TRIBUNAL DE GRADO:

Dr. Ángel Cabrera Achupallas. (Presidente)

Mg. Edison Espinoza Bailón (Vocal)

Mg. Galo Salcedo López . (Vocal)

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia, Carrera de Administración de Empresas, institución que ha permitido lograr la culminación de una etapa trascendental de mi vida profesional, siendo la plataforma para el impulso del progreso del país.

A mi Director de tesis, Ing. Luis Quizhpe, quien con su acertada guía y aporte incondicional ha contribuido en la culminación de la presente tesis.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron en el desarrollo y culminación del presente trabajo.

LA AUTORA

DEDICATORIA

A mis padres por todo su apoyo, mis hijos, Nicol Anahi Peter Antonio, los mejores regalos que Dios me ha dado quienes han soportado las consecuencias del trabajo realizado. Realmente mis hijos constituyen la armonía de mi vida, nunca les podré estar suficientemente agradecida por haber venido a este mundo para darme el impulso para continuar formándome como profesional.

A mis padres por estar a mi lado, apoyarme incondicionalmente, desvelarse conmigo y darme la fuerza para lograr el objetivo de ser una excelente profesional y una mejor persona.

A las personas que pasaron por mi vida y me apoyaron con sus palabras de aliento, su abrazo, cariño y fuerza para continuar el camino hacia el objetivo fijado. Gracias a todos los que creyeron en mí.

Paulina Trelles

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA DE QUESO SECO EN EL CANTÓN CELICA Y
SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

b. RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en el cantón Celica, Provincia de Loja teniendo como objetivo principal el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la provincia de Loja.

Con este propósito se efectuó el análisis basado en métodos tales como el inductivo, deductivo, descriptivo, analítico, estadístico y la aplicación de técnicas de investigación como la observación directa y la aplicación de encuestas a una muestra de 399 consumidores potenciales en la provincia de Loja.

A través de la metodología descrita se realizó el estudio de mercado en donde se conoció que existe una demanda insatisfecha de 5.714.109 libras de queso seco para el primer año de vida útil del proyecto. En el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada de la planta es de 190.080 unidades de queso seco, pero al tratarse de una empresa nueva se ha estimado prudente iniciar con un 75% de su capacidad total, la misma que se incrementará en un 10% para el segundo año, llegando a alcanzar el 95% de la producción para los otros cuatro años que completan el tiempo de vida útil del proyecto. Esta decisión se ha tomado en vista de que se requiere tiempo para penetrar en el mercado y mejorar la eficiencia de la empresa.

La planta estará ubicada en el cantón Celica, en las calles Aurelio González y Panamericana, que de acuerdo a la aplicación de la matriz de microlocalización resultó tener la calificación más alta en comparación a otras dos opciones planteadas, frente a los factores críticos de ponderación como: cercanía al cliente, vías de acceso y comunicación, transporte, infraestructura y servicios básicos.

La Organización Administrativa y luego del análisis respectivo se ha determinado la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, la razón social que la empresa utilizará será Quesos “Don Q” Cía. Ltda. Por las condiciones favorables que nos permiten ofrecer productos de excelente calidad, obtener rentabilidad y sobre todo implementar fuentes de trabajo.

En el estudio financiero se muestra el monto de la inversión inicial de \$50.338,75 y su financiamiento será 20% con aportaciones de capital de los socios y 80% con crédito bancario.

En la evaluación económica se obtuvo los siguientes resultados: VAN positivo de \$79.262,38. El periodo de Recuperación de Capital (PRC) será en un año, cinco meses, diecinueve días. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 63,15% que resulta mayor que la tasa de costo de capital 11,20%. La relación Beneficio/Costo (RBC) arrojó un indicador de 1,30, lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 30 centavos de dólar. El análisis de sensibilidad demostró que el proyecto puede soportar un incremento de sus costos hasta en un 18,15% y una disminución en sus ingresos de 13,98%.

ABSTRACT

This research was conducted in the canton Celica, Loja Province with the main objective of the feasibility study for the creation of a company producing dried cheese in Canton Celica and marketing in the province of Loja.

For this purpose based on methods such as inductive, deductive, descriptive, analytical, statistical, and applying research techniques such as direct observation and the use of surveys to a sample of 399 potential consumers in the province of Loja analysis was performed .

Through the methodology described market research where it was learned that there is an unmet demand for 5,714,109 pounds of dry cheese for the first year of life of the project was conducted. The technical study found that the installed capacity of the plant is 190,080 units of dry cheese, but it is a new company has been deemed prudent to start with 75% of its total capacity, the same will increase by 10 % for the second year, reaching 95% of production to the final four years completing the lifetime of the project. This decision was taken in view of time to penetrate the market and improve business efficiency is required.

The plant will be located in the canton Celica, streets Aurelio Gonzalez and Pan, which according to the application of the matrix microlocalization found to have the highest rating in comparison to two other options put forward, against the critical weighting factors as : proximity to customers, access roads and communication, transportation, infrastructure and basic services.

The Administrative Organization and then the respective analysis has determined the implementation of a Limited Liability Company, company name the company used is Cheese "Don Q" Cia. By Ltda favorable conditions that allow us to offer excellent quality products, especially for cost-effectiveness and implement jobs.

In business study the amount of the initial investment of \$ 50,338.75 shown and financing will be 20% with capital contributions from partners and 80% with bank credit.

Positive NPV of \$ 79,262.38: In the economic evaluation, the following results were obtained. The period of Recovery Capital (PRC) will be in one year, five months, nineteen days. The Internal Rate of Return (IRR) of the project is 63.15% which is higher than the cost of capital rate of 11.20%. The Benefit / Cost (RBC) ratio showed a gauge of 1.30, meaning that for every dollar invested a profit of 30 cents is obtained. Sensitivity analysis showed that the project can support an increase in its costs by up to 18.15% and a decrease in revenue of 13.98%.

Therefore based on the criteria of financial evaluation concludes that it is feasible to implement the project.

Finally, conclusions and recommendations are set.

c. INTRODUCCIÓN

En nuestro país existe gran cantidad de grupo organizados que incurren en el campo agroindustrial o desean hacerlo con la finalidad de dar valor agregado a los productos agrícolas que ellos mismos producen, generar empleo y aumentar el ingreso familiar.

Muchas de estas agrupaciones carecen de medios económicos para contratar asesores profesionales en campos tales como: Tecnología de alimentos, Administración de Empresas, Marketing, por lo que es importante responder a las necesidades de estos pequeños productores.

De ahí que la propuesta mencionada tiene por finalidad, ofrecer asesoría técnica necesaria en el proceso productivo de lácteos, específicamente queso seco, crear fuentes de trabajo, implementar métodos para asegurar la calidad de los productos, su manejo higiénico y además si así lo requieren los productores, generar recomendaciones en el plano administrativo y agronómico.

Ante lo expuesto se consideró relevante la elaboración del presente estudio titulado “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la provincia de Loja”, propuesta que permitirá el aprovechamiento de la producción de leche en la zona.

Por lo tanto he considerado elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la provincia de Loja y de este modo además dar cumplimiento al requerimiento de la Universidad Nacional de Loja, previo a obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas, en la Modalidad de Estudios a Distancia (MED).

Para realizar este proyecto de factibilidad se debió cumplir con los siguientes objetivos:

- ✓ Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del mercado potencial, real y efectivo para la producción y comercialización de queso seco en la provincia de Loja.
- ✓ Elaborar un estudio técnico para crear la nueva empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la provincia de Loja, para determinar el tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada, y además su localización.
- ✓ Realizar un estudio organizacional de la empresa, para determinar el tipo de organización, su razón social y su estructura orgánica funcional.
- ✓ Estructurar el análisis financiero, con el fin de conocer la inversión necesaria y mediante la evaluación económica financiera comprobar la factibilidad de este proyecto.
- ✓ Determinar conclusiones y recomendaciones.

Este trabajo investigativo contribuirá con información necesaria para nuestros queridos lectores y para estudiantes que cursen la carrera de Administración de Empresas, ya que es una fuente totalmente fidedigna.

d. REVISION DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

EL QUESO

“El **queso** es un alimento sólido elaborado a partir de la leche cuajada de vaca, cabra, oveja, búfalo, camello u otros mamíferos rumiantes.

La leche es inducida a cuajarse usando una

combinación de cuajo (o algún sustituto) y acidificación. Las bacterias se encargan de acidificar la leche, jugando también un papel importante en la definición de la textura y el sabor de la mayoría de los quesos. Algunos también contienen mohos, tanto en la superficie exterior como en el interior.



Para los antiguos griegos "el queso era un regalo de los dioses". Hay centenares de variedades de queso. Sus diferentes estilos y sabores son el resultado del uso de distintas especies de bacterias y mohos, diferentes niveles de nata en la leche, variaciones en el tiempo de curación, diferentes tratamientos en su proceso y diferentes razas de vacas, cabras o el mamífero cuya leche se use. Otros factores incluyen la dieta del ganado y la adición de agentes saborizantes tales como hierbas, especias o ahumado. Que la leche esté o no pasteurizada también puede afectar al sabor.”¹

“Para algunos quesos se cuaja la leche añadiéndole ácidos tales como vinagre o jugo de limón. Sin embargo, la mayoría se acidifican en

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Queso>

grado menor gracias a las bacterias que se le añaden, que transforman los azúcares de la leche en ácido láctico, a lo que sigue la adición de cuajo para completar el proceso de cuajado. El cuajo es una enzima tradicionalmente obtenida del estómago del ganado lactante, pero actualmente también se producen sustitutos microbiológicos en laboratorio. También se han extraído «cuajos vegetales» de varias especies de la familia de cardos *Cynara*.²

TIPOS DE QUESO

QUESOS FRESCOS

“Los quesos frescos son aquellos en los que la elaboración consiste únicamente en cuajar y deshidratar la leche. A estos quesos no se les aplican técnicas de conservación adicionales, por lo que aguantan mucho menos tiempo sin caducar. Su mantenimiento se podría comparar al de los yogures, pues es necesario conservarlos en lugares refrigerados. El hecho de procesar la leche en menor medida hace que tengan sabores suaves y texturas poco consistentes.



Con estas características, son utilizados como ingredientes para ensaladas, como el queso de Burgos, uno de los más consumidos en España. En Italia el queso por excelencia en las ensaladas es la mozzarella, que se elabora

² <http://es.wikipedia.org/wiki/Queso>

introduciendo la cuajada de la leche en agua caliente, de tal forma que se van creando masas en forma de bolas por efecto de la temperatura. En ciertas zonas del sur italiano se consume la mozzarella a las pocas horas de su elaboración. La mozzarella también es el más utilizado como ingrediente de las pizzas, sin embargo, para ello se utiliza una variedad más deshidratada, que no corresponde a un queso fresco.

También se utilizan quesos frescos en postres, o como ingredientes de salsas. El mascarpone italiano y el queso quark alemán son ejemplos de ello, con texturas muy cremosas.”³

QUESOS CURADOS

El curado de los quesos consiste en el añejamiento de los mismos, en un proceso en el que se secan y adicionalmente se aplican técnicas de conservación, como el salado o el ahumado. El tiempo necesario para considerar a un queso como curado puede variar de uno a otro, pero en general se requiere un mínimo de año y medio o dos años.

El proceso de curado hace que obtenga una textura bastante más dura y



seca, así como que se incremente la intensidad de su sabor, propiedad muy deseada entre los amantes del queso. Sin embargo, muchas personas no toleran los sabores fuertes, por lo que es fácil encontrar distintas variantes de curado

³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Queso>

para un mismo queso, catalogándolos normalmente como tiernos, semicurados y curados.

Ejemplos de quesos curados pueden ser el queso manchego o el gouda. El parmesano también se cura, pudiendo sobrepasar tiempos de tres años. Tienen una textura extremadamente dura, lo que facilita su consumo de forma rallada, como condimento o relleno de pastas italianas.

QUESOS CREMOSOS

El queso tiene un estado natural sólido, sin embargo es posible obtener una textura más cremosa aumentando significativamente la cantidad de nata, y por lo tanto de grasa. Estos tipos de queso se consumen normalmente acompañados de pan, siendo común el uso de los mismos en tostadas.

Ciertos quesos franceses tienen una gran tradición por su textura cremosa. El queso camembert, de características similares al brie, es uno de los más famosos, característico por su corteza blanca florida, consumida junto al queso y que le da un toque de sabor amargo. La denominación de origen de este queso lo obliga a comercializarse siempre de forma redonda, e incluido en una caja de madera.



Un tipo de queso de producción más moderna es el queso crema, comúnmente llamada *queso philadelphia*. Se trata de una crema blanca, distribuida en tarrinas similares a las de margarina o mantequilla. Se

consume ampliamente en desayunos y postres, y una variedad de Estados Unidos es el ingrediente principal de algunas tartas de queso.

QUESOS VERDES Y AZULES



Estos quesos se distinguen por la presencia de mohos, los cuales les dan sus colores verdes o azulados. Quizá sea la variedad que más rechazo pueda causar a simple vista, debido al color y al fuerte olor, que puede

recordar al de la descomposición. Sin embargo, su intenso sabor es uno de los más apreciados por los *gourmets* del queso.

PROPIEDADES NUTRICIONALES DEL QUESO

Valor nutricional por cada 100 g de queso			
Elemento	Tipo de queso		
	fresco	curado	Semicurado
Calorías	100	405	327
Agua	80,9	36	42,6
Carbohidratos	3,8	0	0
Proteínas	8,1	26	24,7
Lípidos (g)	5,9	33,5	25,4
Ácidos saturados (g)	3,73	21,32	16,02
Ácidos monoinsat. (g)	1,69	9,49	7,41
Ácidos poliinsat. (g)	0,18	0,95	0,62
Colesterol (mg)	20	110	80
Sodio (mg)	35	700	450
Potasio (mg)	115	100	120
Fósforo (mg)	60	470	450
Calcio (mg)	115	740	900
Hierro (g)	0,4	0,4	0,3
Retinol (µg)	58	310	215
Carotenoides (µg)	70	205	135
B12 (mg)	0,8	1,5	1,47
Vitamina C (mg)	1,1		
Vitamina D (µg)	0,1	0,26	0,18
Vitamina E (mg)	0,15	0,8	0,8

QUESO SECO O QUESILLO

El quesillo es un alimento elaborado a partir de leche de vaca sin pasteurizar, característico de gran parte de las zonas rurales y semirurales de países de Sudamérica. Es un alimento producido en su gran parte de manera artesanal y bajo condiciones sanitarias inadecuadas; lo que lo convierte en un excelente sustrato para los microorganismos, convirtiéndolo en un vehículo de transmisión de enfermedades.

El quesillo forma parte de la dieta básica de la población Lojana, por tal motivo su producción se convierte en una de las actividades productivas de mayor importancia en la región. Actualmente el 50% del abastecimiento de quesillo en los mercados de la ciudad proviene de los sectores de: Saraguro, Santiago, San Lucas, Jimbilla, Zalapa, Yangana, Chinguilanchi, Manú, Mazaca, Las Palmas, Cenen, Imbana, Celica; el otro 50% lo cubren Cuenca y Zamora Chinchipe.

El quesillo es un producto considerado de alto riesgo por su composición, está el hecho de las malas prácticas de almacenamiento, comercialización y venta al que es sometido el quesillo antes de llegar al consumidor, lo que incrementa el nivel de contaminación y riesgo a la salud del consumidor



MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO DE INVERSION

“Es una propuesta de acción técnico-económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios”.⁴

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

“Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto, además de ser un conjunto de información que nos permite tomar la mejor decisión. Si procede o no su estudio, desarrollo o implementación. Su

⁴ Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial, modulo X, Loja 2009.

confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen los estudios técnico, financiero, de mercado y administrativo.”⁵

Un proyecto está formado por cuatro estudios principales:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero
- Estudio de Organización

ESTUDIO DE MERCADO

“El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.”

MERCADO

“Es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago.

Producto.- “Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso”.⁶

Precio.- Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio, es decir, el valor de una mercancía o servicio en términos monetarios.

⁵ Nassir Sapag Chain, Proyectos de inversión: formulación y evaluación. Person Educación, 2007.

⁶ ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. Norma S.A., 1991.

Plaza.- Es el camino que recorre un producto o servicio desde el fabricante hasta su consumidor.

Promoción.- Tiene que ver con el sistema de difusión y consecución de la aceptación del producto por parte de los consumidores.

DEMANDA

“Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo según determinadas condiciones de precios, calidad, ingresos, gastos de los consumidores, etc.”⁷

“Demanda potencial.- Se llama Demanda Potencial a la Demanda que existe en el Mercado para el consumo de diversos productos y que, por diversos factores, no ha llegado a cubrir las necesidades del Consumidor.

Demanda efectiva.-Se halla constituida por el segmento de Demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.

Demanda insatisfecha.- Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

⁷ Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995.

Proyección de la demanda.- Se la utiliza para determinar el monto futuro del consumo a través de la vida útil del proyecto.

OFERTA

“Relación que muestra las cantidades de un bien o servicio que el productor o vendedor está dispuesto y en posibilidades de vender a varios precios durante un periodo dado, estando las demás cosas constantes”⁸

Proyección de la oferta.- Estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

Oferta global.- Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.

ESTUDIO DE TECNICO

TAMAÑO

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima.

“Capacidad instalada.- Volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

⁸William, Mc Eachern (WMc), Microeconomía: Una introducción contemporánea, México DF, Thomson Learnign, 2003.

Capacidad utilizada.- Proporción de la capacidad instalada de una empresa que utiliza. También se considera a la parte de la capacidad para producir.”⁹

“Tamaño de proyecto-demanda.- Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay bastante demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

Tamaño de proyecto-suministros e insumos.- Teniendo bastante demanda es lógico que la empresa requiera de bastantes suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un buen programa de producción.

Tamaño de proyecto-financiamiento.- La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para poderse endeudar en cualquier maquinaria, lo debe hacer con las mejores condiciones de pago que le puedan ofrecer las entidades financieras.

LOCALIZACIÓN

Consiste en seleccionar el mejor lugar de emplazamiento del proyecto tomando en cuenta factores cuantitativos y cualitativos como cercanía a los grupos de interés, que incluye el acceso a clientes y proveedores, accesibilidad vial de la zona, seguridad, competencia directa e infraestructura presente en la zona.

⁹NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968.

Fuerzas locacionales.- Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.

Factores de localización.- Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo esta evaluación son: **geográficos, institucionales, sociales y económicos.**

INGENIERÍA DEL PROYECTO

En este punto se definirá cómo pretende operar el negocio y con qué recursos, por ese motivo se deben considerar tanto recursos físicos como humanos, así como la definición de la operación del proyecto.

Proceso de producción.- El Proceso de Producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la Tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).

“Diagrama de flujo.- Un diagrama de flujo u organigrama es una representación diagramática que ilustra la secuencia de las operaciones que se realizarán para conseguir la solución de un problema”.¹⁰

¹⁰ QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos.

Distribución de la planta.- Es aquella donde esta ordenado todos las áreas específicas de un planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

“ESTUDIO DE ORGANIZACIONAL

Entendemos por estructuras organizacionales como los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado.

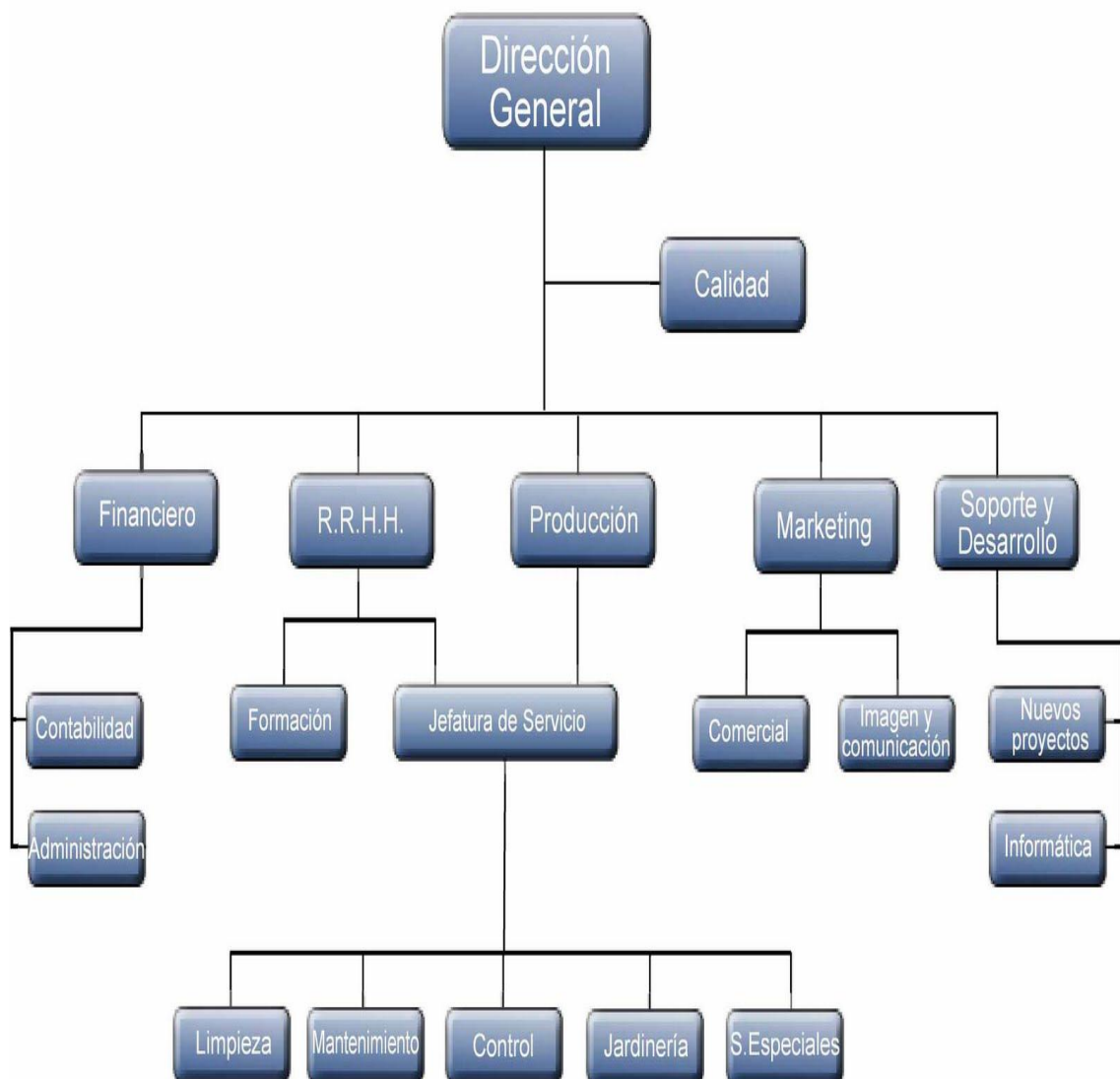
Niveles jerárquicos.- Son aquellos que responden a un mismo tipo estructural funcional y jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de responsabilidad, en la jurisdicción y en el tamaño de sus unidades.

- **Nivel Legislativo Directo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo.-** Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador.

- **Nivel Asesor.-** Son los asesores Jurídicos o asesores profesionales de otras áreas.
- **Nivel de Apoyo.-** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo.-** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.”¹¹

Organigrama.- Representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o parte de ella, y de las relaciones que guardan entre sí las unidades administrativas que la integran.

¹¹Libro “Planeación Y Organización De Empresas”, de Guillermo Gómez Ceja, Mc Graw Hill, México. 1994.



Manual de funciones.- Los manuales tienen por objeto el decirle a cada empleado por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones, e interrelaciones dentro y fuera de la empresa. Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos.

- ✓ Relación de dependencia
- ✓ Dependencia Jerárquica
- ✓ Naturaleza del Trabajo
- ✓ Tareas principales
- ✓ Tareas secundarias
- ✓ Responsabilidades
- ✓ Requerimiento para el puesto.¹²

CARGO: Gerente.

Denominación: Gerente

Número De Cargos: Uno (1)

Nivel: Directivo

Dependencia: Junta de Directiva

Naturaleza del Cargo

Profesional con aptitudes para administrar una empresa, con amplia experiencia en manejo de personal. Capacidad de ejercer labores de planeación, coordinación, y control en las actividades administrativas y financieras de la organizacional.

Funciones

1. Representar a la empresa ante los usuarios, los terceros y ante toda clase de autoridad del orden administrativo y jurisdiccional.
2. Vela por la conservación de los bienes de la empresa, y por su adecuado aprovechamiento y utilización.
3. Supervisa y evalúa los planes y programas de acuerdo a las actividades programadas.
4. Celebra y ejecuta los actos y contratos que fueren necesarios de conformidad, con las leyes y demás disposiciones vigentes.
5. Crea un grupo de trabajo armónico.
6. Armonizar en todas las decisiones, todos los actos y todos los requerimientos del futuro inmediato y a largo plazo.
7. Fija objetivos en cada uno de los departamentos.
8. Motiva y comunica al personal.
9. Elabora informes administrativos
10. Elabora informes económicos – financieros y de venta
11. Registra y controla los pagos de bienes y servicios.
12. Lleva el control de Inventario.
13. Lleva la contabilidad de la empresa.

Requisitos:

Estudios: Profesional en Administración de Empresas.

Experiencia: Un año.

ESTUDIO DE FINANCIERO

INVERSIÓN

“La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

Inversiones fijas.- Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

Inversiones diferidas.- Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico.

Capital de trabajo.- “Considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.”¹³

¹³ “Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión”._Centro De capacitación Ocupacional Integral. Loja-Ecuador. Año 1995.

“FINANCIAMIENTO

El financiamiento ayuda a que la empresa pueda solventar su inversión. Este puede darse con capital propio o ajeno.

Fuentes internas de financiamiento.- Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto.

Fuentes externas de financiamiento.- Son aquellas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones.

Usos de fondos.- Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.

COSTOS E INGRESOS

COSTOS

Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

Costos Directos.- Son aquellos que puede ser directamente identificados con un producto específico sobre una base consistente y lógica.

Costos Indirectos.- Son aquellos que no pueden ser directamente identificados con un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

Costos de producción.- Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

Gastos de administración.- Son aquellos que corresponde a aquellos resultantes de la administración de la empresa independientemente del aspecto productivo de la industria.

Gasto de ventas.- Son los resultantes directamente de la venta final del producto, de manera que también forma parte del costo total.

Gastos Financieros.- Están determinados por el uso del dinero ajeno, es decir, son los gastos resultantes de la contratación de los préstamos o créditos necesarios para impulsar un proyecto.

Costos fijos.- Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Costo variable.- Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.”¹⁴

INGRESOS

“Puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios”. ¹⁵

“PUNTO DE EQUILIBRIO

¹⁴ SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

¹⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>

Se dice que una Empresa está en su Punto de Equilibrio cuando no genera ni Ganancias, ni Pérdidas. Es decir cuando el Beneficio es igual a cero.

Para un determinado costo fijo de la Empresa, y conocida la Contribución Marginal de cada producto, se puede calcular las cantidades de productos o servicios y el monto total de ventas necesario para no ganar ni perder; es decir para estar en Equilibrio.

Para determinar el punto de equilibrio se lo puede realizar utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, además se puede utilizar la forma gráfica para su representación.”¹⁶

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

¹⁶ www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r24982.DOC

obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.

Valor Actual Neto (VAN)

Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial.

El valor actual es el método más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

$$VAN = [SUMATORIA DE LOS FLUJOS ACTUALIZADOS \\ - LA INVERSIÓN INICIAL]$$

Los criterios de aceptación o rechazo son: Si el VAN es mayor que cero, mostrará cuánto se gana con el proyecto. Si el VAN es igual a cero, la rentabilidad del proyecto es igual a la tasa i que se quería lograr sobre el capital invertido, y si el VAN es menor a cero, muestra el monto que falta para ganar la tasa i que se quería.

Represente el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de producción.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa interna de retorno conocido como la TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida, su fórmula es:

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencias\ de\ tasas \left(\frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$$

Los criterios de aceptación / rechazo son: La TIR se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior: Así:

TIR es mayor que la tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar

Si la TIR es menor a la tasa de interés de oportunidad, se rechaza, y

TIR es igual a la tasa de interés de oportunidad, hay indiferencia frente al proyecto.

Relación Costo- Beneficio.

El indicador beneficio / costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto

Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión original, consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

$$P.R.C = \text{Año que cubre la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \text{suma primeros flujos}}{\text{flujo del periodo que supera la inversión}} \right)$$

Análisis de Sensibilidad

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad $> a 1$ el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad $= a 1$ el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad $< a 1$ el proyecto no es sensible.

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

e. MATERIALES Y METODOS

Para elaborar este proyecto de tesis se ha requerido de los siguientes recursos:

Recursos Humanos

- Paulina Trelles

Recursos Materiales

- Materiales de oficina
- Materiales bibliográficos
- Computadora
- Calculadora

METODOS

Método Inductivo

Este método permitió en la investigación el análisis, la concepción y comprensión de la realidad específica del sector productor de queso seco, información obtenida con la aplicación de encuestas para luego proyectarla a una población o realidad, esta información servirá para definir premisas y características generales de segmentación de mercado de la población objetivo.

Método Deductivo

Este método proporcionó información acerca del mercado en estudio para determinar el tamaño de la muestra, además ayudó en la recopilación de

información de las necesidades colectivas y afirmaciones generales del mercado productor y consumidor de queso seco, que debieron ser particularizadas para establecer el estudio de mercado, técnico, financiero, y otros que requirió el proyecto para determinar la viabilidad de la inversión, así como, en la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

Método Analítico

A través de este método se pudo analizar e interpretar los resultados que se obtuvieron de las encuestas a ser aplicadas, de tal modo que se pudo estructurar el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero del presente proyecto.

Método Descriptivo

Este método permitió analizar y determinar las características de consumo y oferta del queso seco, en base a las necesidades del consumidor y describir todas las características de la empresa productora de queso seco a crearse en el cantón Celica y su comercialización en la Provincia de Loja.

Método Científico

Con este método se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la preparación académica, tanto en su aspecto teórico como en su fase práctica para que la información recabada en esta investigación sea utilizada en la elaboración del Proyecto de Factibilidad para la creación de

una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la Provincia de Loja

Método Estadístico

Este método se aplicó para reunir, organizar y analizar datos numéricos ya que ayudará a resolver problemas y representarlos gráficamente; a través de éste método se pudo medir los resultados obtenidos de la encuesta.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN:

La Observación

Esta técnica fue aplicada en el desarrollo de todo el proyecto, y se pudo observar en el estudio de mercado que si existe demanda insatisfecha y que al realizar el estudio técnico, financiero con su evaluación económica si existe factibilidad de desarrollar este proyecto.

Encuesta

Esta técnica ayudó a recolectar la información mediante formularios, de esta manera se obtendrán datos estadísticos de la información que se requiere para determinar el tipo de necesidad que tiene el consumidor y a la vez poder desarrollar alternativas de solución a las mismas.

DETERMINACIÓN DE LA POBLACION Y MUESTRA

Población:

Para la siguiente investigación se tomó como muestra la información obtenida en el Censo de Población y Vivienda del 2010 realizado por el INEC, que para el 2010 estableció una población total de 448.966 habitantes en la Provincia de Loja. Es necesario proyectar este dato al 2013 con una tasa de crecimiento poblacional de 1.52% establecida por el INEC y que nos da como resultado 469.783 habitantes al 2013.

Debido a que el queso seco es un producto de consumo familiar es necesario determinar el número de familias existentes en la provincia de Loja, para lo cual a la cantidad total de habitantes al 2013, la dividimos para 4 integrantes promedio de un grupo familiar y obtenemos como resultado 117.446 familias en la Provincia de Loja al 2013.

Cuadro N° 1

Determinación de Población Provincia de Loja al 2010

Tasa de crecimiento poblacional		
1,52%		
Año	Población Económicamente Activa Provincia de Loja	Nº Familias
2010	448.996	112.249
PROYECCIÓN 2010 – 2013		
2011	455.821	113.955
2012	462.749	115.687
2013	469.783	117.446

Fuente: Redatam INEC

Elaboración: La Autora

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

$$Pf = 112.249 (1 + 0.0152)^3$$

$$Pf = 112.249 (1,04629)$$

$$Pf = 117.446$$

Muestra

El total de familias al 2013 en la provincia de Loja es 117.446

Datos:

N = 117.446

e = 0.05 (5% error de la muestra)

Con la aplicación de la siguiente fórmula se determinará la muestra a encuestar:

$$n = \frac{N}{1 + e^2(N)}$$

$$n = \frac{117.446}{1 + 0.05^2(117.446)}$$

$$n = \frac{117.446}{294,62}$$

$$n = 398,64 \cong 399$$

Se determina por consiguiente que el total de encuestas a aplicar en la provincia de Loja es de 399 encuestas.

DISTRIBUCION MUESTRAL

La distribución muestral es lo que resulta de considerar todas las muestras posibles que pueden ser tomadas de una población. Su estudio permite calcular la probabilidad que se tiene, dada una sola muestra, de acercarse al parámetro de la población. Mediante la distribución muestral se puede estimar el error para un tamaño de muestra dado.

Cuadro N° 2

DISTRIBUCION MUESTRAL

Nº	Cantones	Habitantes 2013	Familias 2013	Coficiente Muestral	Número de Encuestas
1	Loja	224834	56209	0,00339731	191
2	Calvas	29490	7373	0,00339731	25
3	Catamayo	32056	8014	0,00339731	27
4	Celica	15138	3785	0,00339731	13
5	Chaguarpamba	7493	1873	0,00339731	6
6	Espíndola	15484	3871	0,00339731	13
7	Gonzanamá	13305	3326	0,00339731	11
8	Macara	19898	4975	0,00339731	17
9	Paltas	24903	6226	0,00339731	21
10	Puyango	16231	4058	0,00339731	14
11	Saraguro	31580	7895	0,00339731	27
12	Sozoranga	7811	1953	0,00339731	7
13	Zapotillo	12882	3221	0,00339731	11
14	Pindal	9045	2261	0,00339731	8
15	Quilanga	4538	1135	0,00339731	4
16	Olmedo	5095	1274	0,00339731	4
TOTAL POBLACIÓN		469.783	117.446		399

Elaboración: La Autora

f. RESULTADOS

ANÁLISIS DE ENCUESTA APLICADA A CLIENTES

1. ¿Consume Ud. queso?

CUADRO Nº 3

CONSUMIDOR DE QUESO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	346	87%
No	53	13%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de la muestra encuestada, el 87% respondió que sí consumen queso. Solo un 13% no consumen este tipo de producto. La razón para no consumir queso se resumen en dos: Primero por estética, es decir

para no engordar y segundo por salud, para evitar tener luego, niveles elevados de colesterol y triglicéridos.

2. ¿Es usted consumidor de queso seco?

CUADRO Nº 3
CONSUMIDOR DE QUESO SECO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	332	96%
No	14	4%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 96% es consumidor de queso seco. Solo un pequeño porcentaje del 4% no consume este tipo de queso. Esto se debe

a que los consumidores no les gusta el sabor que tiene el queso seco y no intentan probar esta opción.

3. ¿Cuántas libras de queso seco consume Ud. semanalmente?

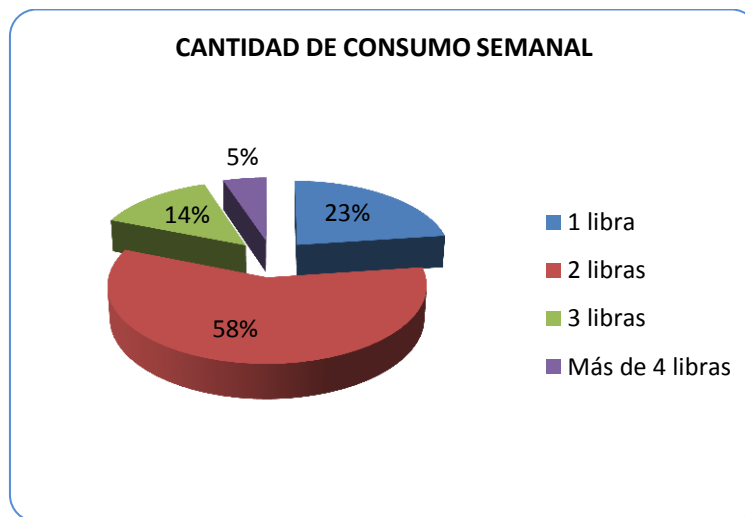
CUADRO Nº 5

CANTIDAD DE CONSUMO SEMANAL

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 libra	76	23%
2 libras	193	58%
3 libras	46	14%
Más de 4 libras	17	5%
TOTAL	332	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 58% consumen dos libras semanales de queso seco. El 23% consume 1 libra semanal. El 14% tres libras semanales de queso seco y el 5% más de 4 libras semanales.

Con esto se deduce que en la provincia de Loja existe un alto consumo de queso seco y este producto es parte de la dieta básica de los lojanos.

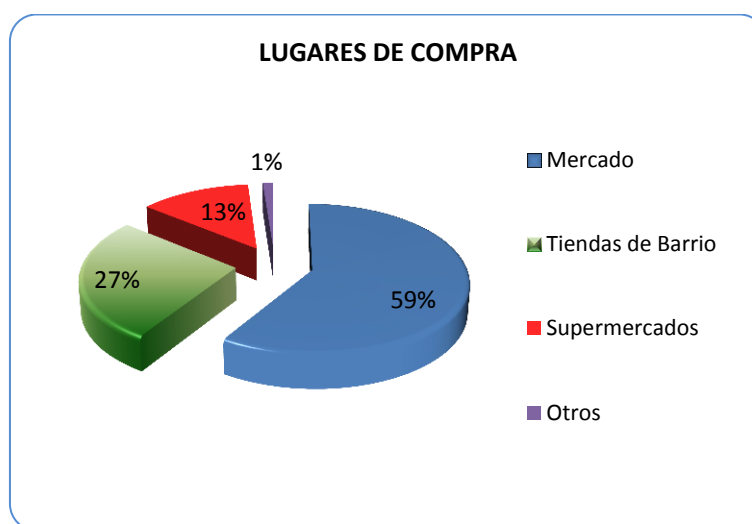
4. ¿En qué lugares acostumbra Ud. adquirir el producto?

CUADRO Nº 6
LUGAR DE COMPRA

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mercado	196	59%
Tiendas de Barrio	89	27%
Supermercados	43	13%
Otros	4	1%
TOTAL	332	99%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 59% compra queso seco en el mercado. El 27% lo adquiere en tiendas de barrio. El 13% en supermercados. Esta

información es importante al momento de definir los canales de distribución, pues de este modo estableceremos el canal más apropiado para llegar hasta el consumidor final.

5. ¿Cuál es el precio promedio que paga Ud. por la libra de queso?

CUADRO Nº 7

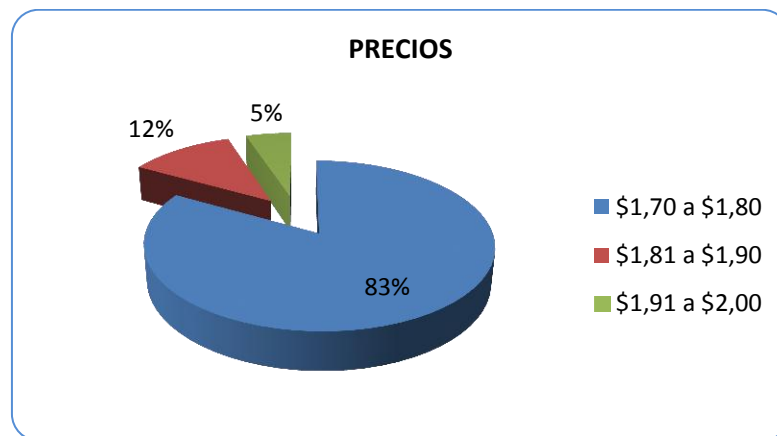
PRECIO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
\$1,70 a \$1,80	276	83%
\$1,81 a \$1,90	39	12%
\$1,91 a \$2,00	17	5%
TOTAL	332	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 83% paga entre \$1,70 a \$1,80. El 12% paga entre \$1,81 a \$1,90. Y un 5% entre \$1,91 a \$2,00. La mayoría de consumidores de queso seco pagan por el consumo del producto un

precio accesible, pues no es ni barato para sacrificar su calidad, ni caro para no acceder al producto.

6. ¿Conoce Ud. el valor nutricional del queso seco?

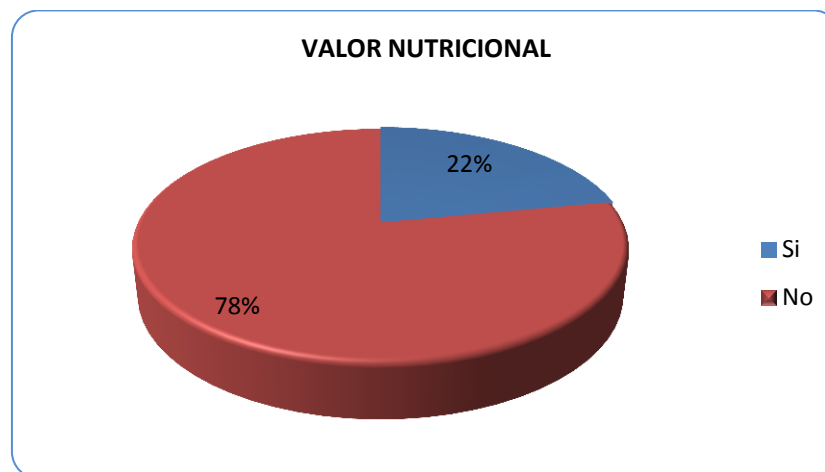
CUADRO Nº 8
VALOR NUTRICIONAL DEL QUESO SECO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	22%
No	259	78%
TOTAL	332	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 78% desconoce el alto valor nutricional que tiene el queso seco dentro de nuestra dieta diaria. Solo un 22% indica conocer de su gran valor nutritivo. Este resultado nos permitirá definir la

importancia de realizar una campaña de información en cuanto a las propiedades alimenticias del queso seco.

7. ¿Si se creara una empresa de producción de queso seco en el cantón Celica para su comercialización en la Provincia de Loja, estaría Ud. dispuesto a adquirir este producto?

CUADRO Nº 9

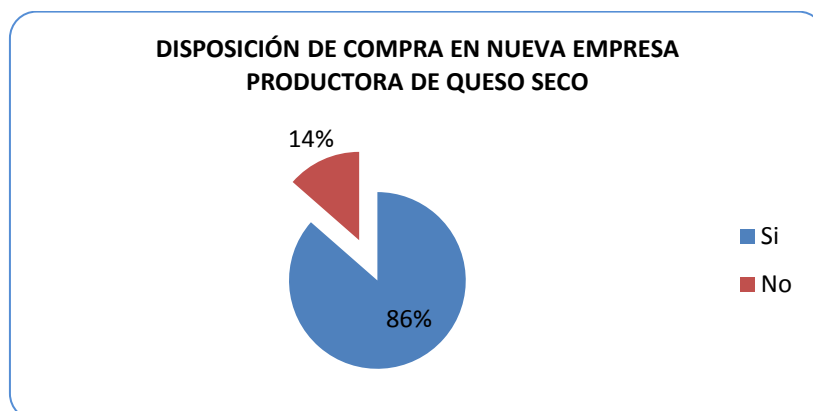
DISPOSICIÓN DE COMPRA EN NUEVA EMPRESA PRODUCTORA DE QUESO SECO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	287	86%
No	45	14%
TOTAL	332	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 86% está dispuesto a adquirir el producto en referencia en caso de crearse una empresa de producción para el mismo en el cantón Celica. Apenas un 14%, no muestra ningún interés.

Esto nos indica que se puede contar con un mercado efectivo para el consumo de los queso seco que se proyecta producir en el cantón Celica y comercializarlo en la Provincia de Loja.

8. ¿A través de qué medio de publicidad le gustaría conocer sobre el queso seco?

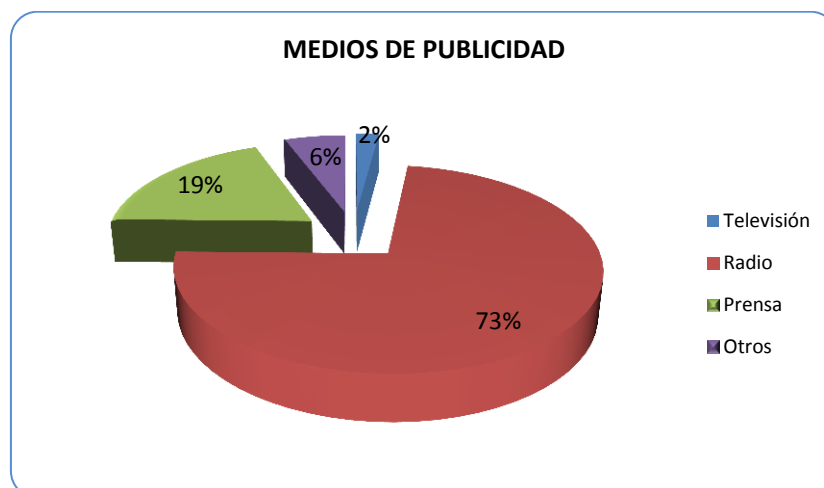
CUADRO Nº 10
MEDIOS DE PUBLICIDAD

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	7	2%
Radio	243	73%
Prensa	63	19%
Otros	19	6%
TOTAL	332	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada el 73% prefiere recibir publicidad sobre el producto a través de la radio local. El 19% a través de la prensa. El 6% a través de otro medio de comunicación. Y solo un 2% a prefiere la televisión. Una vez determinado que medio de publicidad prefieren los consumidores, es importante a continuación establecer que medios de información (emisoras radiales) en el cantón Celica tienen mayor audiencia y acogida para difundir la publicidad respectiva.

9. ¿Cuál de las siguientes radios es de su preferencia?

CUADRO N° 11

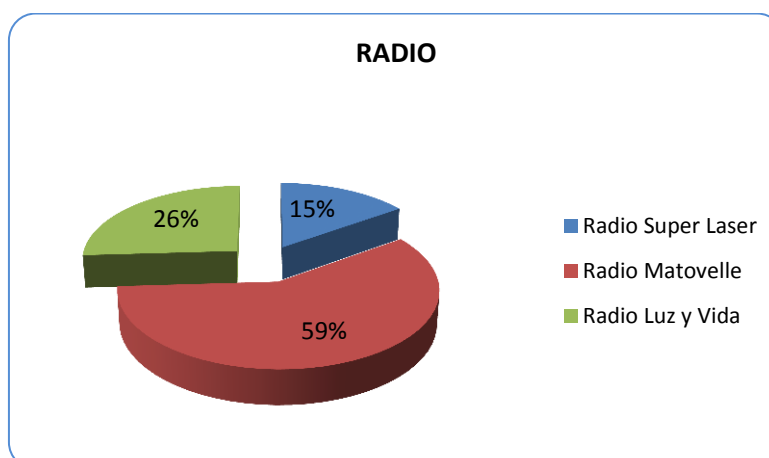
RADIO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Radio Súper Laser	37	15%
Radio Matovelle	143	59%
Radio Luz y Vida	63	26%
TOTAL	243	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada el 59% tiene mayor preferencia por la Radio Matovelle al momento de sintonizar una emisora radial. El 26% tiene inclinación y preferencia por la Radio Luz y Vida. Mientras el 15% prefiere Radio Súper Láser. Es importante notar que hay más emisoras locales, pero de las cuales las tres anteriores son las de mayor sintonía y por tanto se debe contratar el anuncio o cuña radial con la emisora de mayor audiencia local para lograr el conocimiento del nuevo producto.

10. ¿Cuál es el horario en que usted tiene mayor acceso a escuchar radio?

CUADRO N° 12

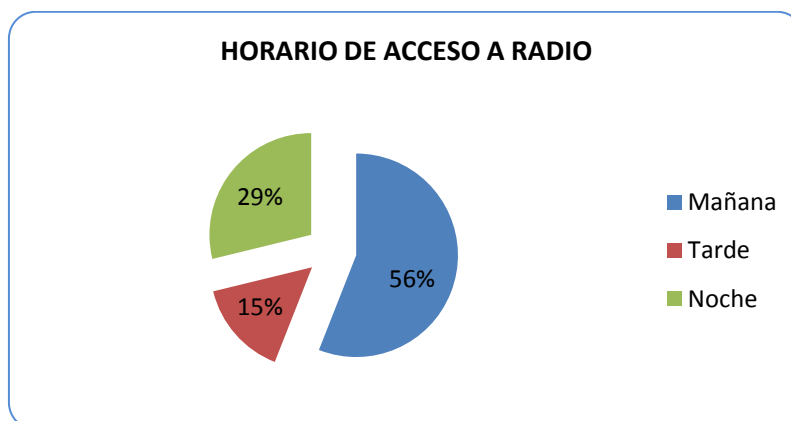
HORARIO DE ESCUCHAR RADIO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	136	56%
Tarde	37	15%
Noche	70	29%
TOTAL	243	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 56% escucha radio en la mañana. El 15% en la tarde. Y el 29% en la noche. Es importante conocer este detalle de modo se pueda contratar la transmisión de cuñas radiales en programas matutinos, momento de mayor audiencia local.

11. ¿Cuál de los siguientes periódicos es de su preferencia?

CUADRO N° 13

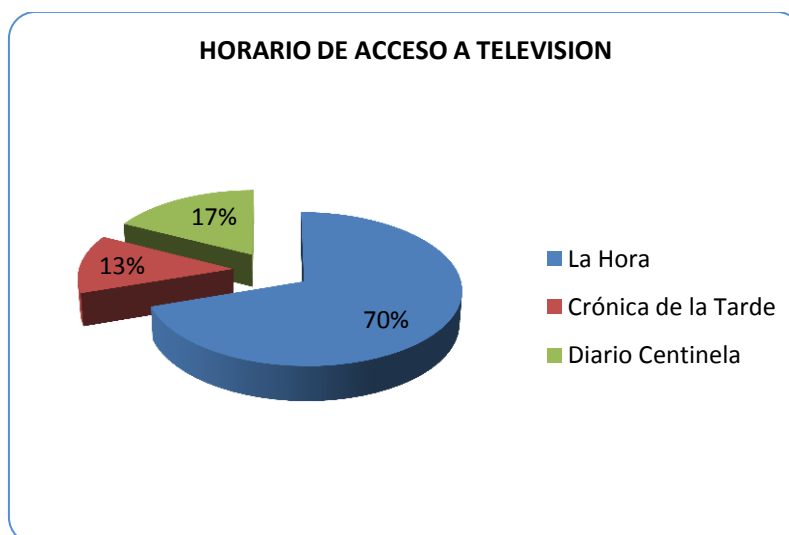
PERIODICOS

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	44	70%
Crónica de la Tarde	8	13%
Diario Centinela	11	17%
TOTAL	63	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 70% tienen preferencia por el Diario La Hora al momento de informarse del acontecer local. El 17% tiene preferencia por el Diario Centinela y el 13% por el diario Crónica de la Tarde. Esta pregunta no tiene especial relevancia para el presente proyecto después de que se ha determinado que el medio de comunicación que más prefieren los consumidores para conocer sobre el nuevo producto, es la radio.

12. ¿Qué tipo de promociones le gustaría Ud. recibir por la compra de este producto?

CUADRO N° 14

PROMOCIONES

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Degustaciones	321	97%
Otros	11	3%
TOTAL	332	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la muestra encuestada, el 97% prefieren como medio promocional las degustaciones en el punto de venta. El 3% prefiere recibir otro tipo de variedades promocionales.

ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE QUESO SECO EN LA PROVINCIA DE LOJA

A pesar de que este proyecto está orientado a implementarse en el Cantón Celica, es importante notar que solo la planta de producción se establecerá en dicho lugar. El resultado de la producción se comercializará alrededor de la provincia de Loja, tal como indica una de las secciones del tema de este proyecto.

En la provincia de Loja existen aproximadamente 3.700 ganaderos que diariamente a través de su ganado, producen en promedio 30 litros de leche destinados para el consumo directo de la misma o para sub-producir otros alimentos como el queso y el yogurt.

Por tanto con la aplicación de la siguiente fórmula se determinará la muestra a encuestar de estos productores:

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{N}}{\mathbf{1 + e^2(N)}}$$
$$\mathbf{n} = \frac{3.700}{1 + 0.05^2(3.700)}$$

$$n = \frac{3.700}{10,25}$$

$$n = 360,97 \cong 361$$

Se determina por consiguiente que el total de encuestas a aplicar a los productores o ganaderos en la provincia de Loja es de 361 encuestas.

1. ¿Es usted productor de queso seco?

CUADRO N° 15
COMERCIALIZACIÓN DE QUESO SECO

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	287	80%
No	74	20%
TOTAL	361	100%

Fuente: Encuestas a Oferentes

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los oferentes encuestados el 80% indican que producen queso seco que lo comercializan alrededor de la provincia de Loja. El 20% de estos productores o ganaderos dirigen su producto para el consumo directo del mismo.

2. ¿Considera que el precio por libra al cual usted vende su producto es:

CUADRO N° 16

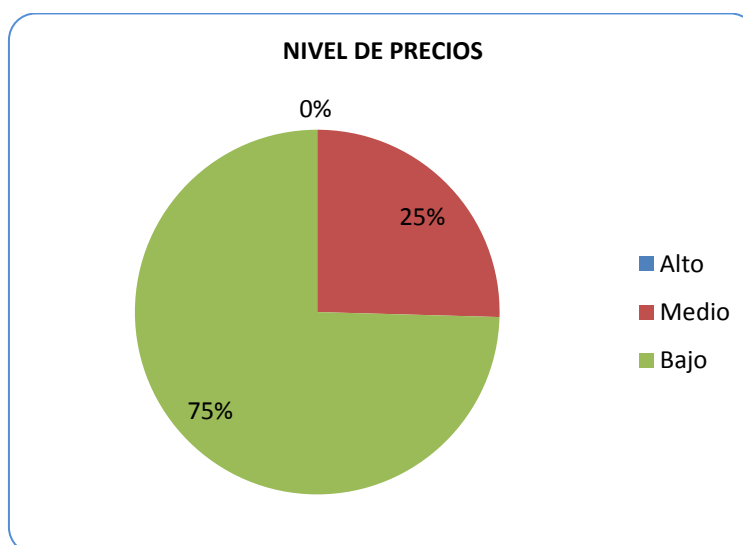
NIVEL DE PRECIOS

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Alto	0	0%
Medio	73	25%
Bajo	214	75%
TOTAL	287	100%

Fuente: Encuestas a Oferentes

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los ganaderos encuestados el 75% indican que el nivel de precios del queso seco que producen es de nivel bajo. Mientras que el 25% indica que el precio que manejan es de nivel medio.

3. ¿Cómo califica la calidad del queso seco que usted oferta?

CUADRO N° 17

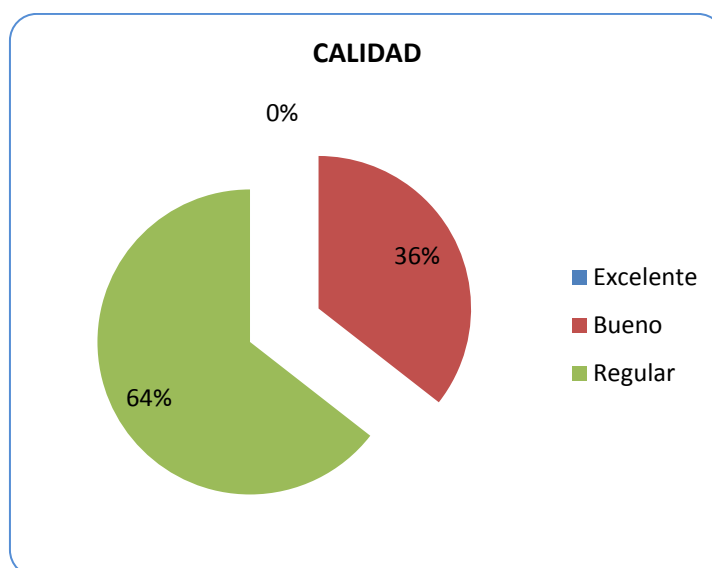
CALIDAD

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Bueno	102	36%
Regular	185	64%
TOTAL	287	100%

Fuente: Encuestas a Oferentes

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los oferentes encuestados el 36% indica que el queso seco que comercializa es de buena calidad. Mientras que el 64% opina que la calidad es regular por falta de mayores conocimientos.

4. ¿Cuántas libras de queso seco usted comercializa diariamente?

CUADRO N° 18

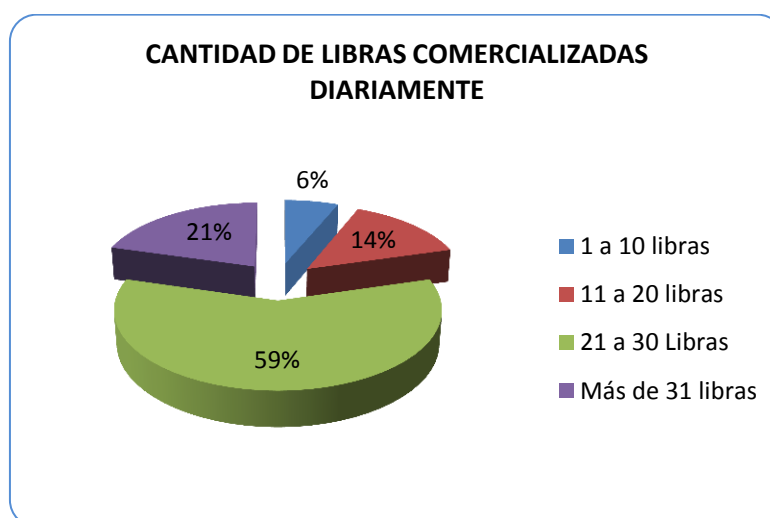
CANTIDAD DE LIBRAS COMERCIALIZADAS DIARIAMENTE

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
1 a 10 libras	18	6%
11 a 20 libras	41	14%
21 a 30 Libras	169	59%
Más de 31 libras	59	21%
TOTAL	287	100%

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los oferentes encuestados el 59% indica que comercializa entre 21 a 30 libras diarias de queso seco. El 21% vende diariamente más de 31 libras. El 14% produce y comercializa entre 11 a 20 libras de queso seco. Y un 6% entre 1 a 10 libras. Indican que este tipo de producto tiene una amplia demanda en toda la provincia de Loja.

5. ¿A través de qué medios de comunicación usted oferta su producto?

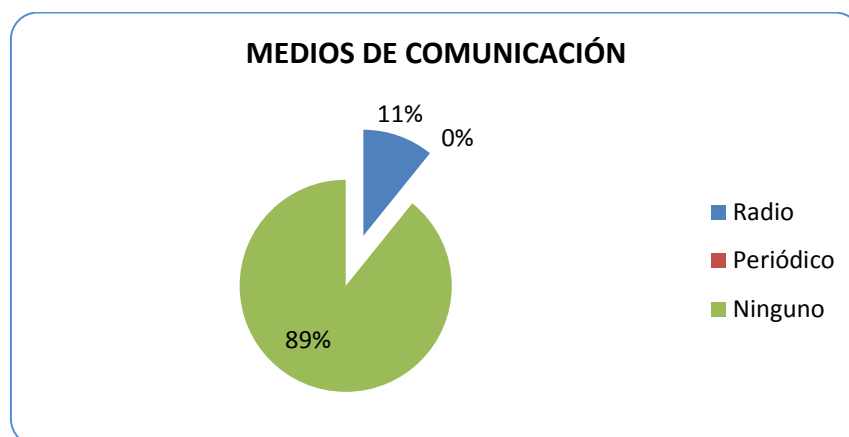
CUADRO N° 19
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Radio	31	11%
Periódico	0	0%
Ninguno	256	89%
TOTAL	287	100%

Fuente: Encuestas a Oferentes

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los oferentes encuestados el 89% indica no hace uso de ningún medio de comunicación para ofertar su producto. Solo 11% lo hace a través de la radio en alguna ocasión.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc. Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace referencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo).

Estudio de la Demanda

En cualquier estudio de mercado el análisis y cuantificación de la demanda es un aspecto muy importante, pues ello constituye la primera prueba de factibilidad para la ejecución o no de un proyecto.

La demanda de queso seco se refiere a la cantidad de este producto que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer su necesidad, en un periodo de 5 años.

Para la proyección de la demanda se proyectará hasta el año 2018 a una tasa de crecimiento poblacional de un 1,52% anual según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, INEC.¹⁸

Cuadro Nº 20

PROYECCIÓN DE NUMERO DE FAMILIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA

Año	Tasa de Crecimiento Poblacional	Nº Familias proyectadas para Provincia de Loja
2013	1,52%	117.446
2014		119.231
2015		121.043
2016		122.883
2017		124.751
2018		126.647

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Está dada por el total de personas que consumen queso.

¹⁸ Instituto Nacional de Estadística y Censo /INEC, <http://www.inec.gob.ec>

Para obtener la demanda potencial se multiplicó el total familias del cuadro N° 21, por el porcentaje obtenido de la encuesta realizada mediante pregunta N° 1 a los demandantes que en un 87% (Cuadro N° 3), consumen queso.

Cuadro N° 21

PROYECCION DEMANDA POTENCIAL

AÑO	Nº Familias proyectadas para Provincia de Loja	Porcentaje	Demanda Potencial de consumidores de queso en la Provincia de Loja
2013	117446	87%	102.178
2014	119231		103.731
2015	121043		105.308
2016	122883		106.908
2017	124751		108.533
2018	126647		110.183

Fuente: Cuadro N° 3

Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL

Para obtener la demanda real se multiplicó la demanda potencial (102.178 familias consumidoras de queso) por el porcentaje obtenido de la encuesta a los demandantes según pregunta N° 2, donde el 92% (Cuadro N° 4) consumen queso seco.

Cuadro N° 22

PROYECCION DEMANDA REAL

AÑO	Demanda Potencial de consumidores de queso en la Provincia de Loja	Porcentaje	Demanda Real de consumidores de queso seco en la provincia de Loja
2013	102.178	96%	98.091
2014	103.731		99.582
2015	105.308		101.095
2016	106.908		102.632
2017	108.533		104.192
2018	110.183		105.776

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: La Autora

CONSUMO PROMEDIO ANUAL

Es la cantidad del producto que va a consumir cada usuario o cliente anualmente.

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$X = \frac{\sum X_m(F)}{N}$$

X= Consumo promedio anual
 X_m= Punto medio
 F= Frecuencia
 N= Universo
 Σ = Sumatoria Total

Cuadro N° 23

DETERMINACION CONSUMO PER CAPITA ANUAL

ALTERNATIVAS	X _m	F	X _m (F)
1 libra	1	76	76
2 libras	2	193	386
3 libras	3	46	138
Más de 4 libras	4	17	68
Σ X_m (F)			668

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

El promedio de consumo semanal es de 668 libras de queso seco.

668 libras de queso seco semanal x 4 semanas = 2672 libras de queso seco mensuales.

2672 libras de queso seco mensual x 12 meses = 32.064 libras de queso seco al año.

$$\text{Promedio Anual Per Cápita} = \frac{32.064}{332} = 96,58$$

El consumo promedio per cápita anual es de 96,58 libras de queso seco por familia.

Cuadro Nº 24

PROYECCION CONSUMO PER CÁPITA

AÑO	Demanda Real de consumidores de queso seco en la provincia de Loja	Promedio Anual Per Cápita	Demanda Real de libras de queso para el consumo familiar en la Provincia de Loja
2013	98.091	96,58	9.473.599
2014	99.582		9.617.598
2015	101.095		9.763.785
2016	102.632		9.912.195
2017	104.192		10.062.860
2018	105.776		10.215.815

Fuente: Cuadro Nº 24
Elaboración: La Autora

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

Una vez calculada la demanda real y el consumo promedio anual per cápita es necesario conocer la demanda efectiva para el consumo de queso seco.

Esta información está señalada en el cuadro N° 9, pregunta N° 7, que determina que un 86% de los consumidores estarían dispuestos a comprar este producto.

Cuadro N° 25
Proyección de la Demanda Efectiva

AÑO	Demanda Real de libras de queso para el consumo familiar en la Provincia de Loja	Porcentaje	Demanda Efectiva de libras de queso seco para el consumo familiar en la Provincia de Loja
2013	9.473.599	86%	8.147.295
2014	9.617.598		8.271.134
2015	9.763.785		8.396.855
2016	9.912.195		8.524.487
2017	10.062.860		8.654.060
2018	10.215.815		8.785.601

Fuente: Cuadro N° 29
Elaboración: La Autora

OFERTA

La oferta para el presente proyecto es la cantidad de queso seco que un cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

En la provincia de Loja, existe una producción empírica de queso seco, pues se lo hace en forma artesanal, sin ningún tipo de presupuesto para materia prima, ni mucho menos un plan elaborado de mercadotecnia. Los competidores para este proyecto constituyen los productores ganaderos que comercializan su producto y no están identificados como tal.

Por lo motivos descritos anteriormente, el análisis de la oferta se basa en la aplicación de encuestas a una muestra de 361 ganaderos y productores de queso seco en la provincia de Loja.

Para determinar la venta promedio mensual y anual recurriremos a los datos obtenidos en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 26

INDICADOR	Xm	F	Xm(F)	Porcentaje
1 a 10	5	18	90	6%
11 a 20	15	41	615	14%
21 a 30	25	169	4225	59%
Más de 31	31	59	1829	21%
Σ Xm (F)		287	6759	100%

Fuente: Encuestas a Oferentes
Elaboración: La Autora

Promedio Diario = 6759 libras diarias

Promedio Mensual = 6759 libras diarias x 30 días = 202.770 libras mensuales

$$X = \frac{\sum Xm(F)}{N}$$

$$\text{Promedio} = \frac{202.700}{287} = 706,52 \cong 707 \text{ libras mensuales vendidas por cada productor}$$

OFERTA ANUAL POR PRODUCTOR = 707 libras mensuales x 12 = 8.484 libras anuales por cada productor.

OFERTA TOTAL EN LA PROVINCIA DE LOJA = 8.484 libras anuales x 287 productores = 2'434.908 libras totales de venta de queso seco.

La vida útil del proyecto será de 5 años, por tal motivo se realiza la proyección la cual se efectúa en base a la tasa de crecimiento de fabricación de Productos alimenticios diversos de 4,6% datos obtenidos del Ministerio de Industrias y Producción. A continuación se presenta el cuadro de la proyección de la oferta.

Cuadro Nº 27

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Años	Tasa de Crecimiento Empresarial	Oferta total anual de producción de queso seco por libras
0	4,60%	2.433.186
1		2.545.113
2		2.662.188
3		2.784.648
4		2.912.742
5		3.046.728

Fuente: Ministerio de Industrias y Producción

Elaboración: La Autora

DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se tomó como referencia la demanda efectiva determinada en el cuadro N° 26; a este resultado se le debe restar la oferta determinada en el cuadro N° 28. Con los datos obtenidos se procedió a determinar la demanda insatisfecha, de la siguiente manera:

Cuadro N° 28

PROYECCIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	Demanda Efectiva de libras de queso seco para el consumo familiar en la Provincia de Loja	Oferta total anual de producción de queso seco por libras	Demanda Insatisfecha de consumo de queso seco en la Provincia de Loja
0	8.147.295	2.433.186	5.714.109
1	8.271.134	2.545.113	5.726.021
2	8.396.855	2.662.188	5.734.667
3	8.524.487	2.784.648	5.739.839
4	8.654.060	2.912.742	5.741.317
5	8.785.601	3.046.728	5.738.873

Fuente: Cuadro N° 26 y 28

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Con el plan de comercialización lo que se espera lograr es que el producto sea introducido en el mercado eficientemente y que este sea aceptado por los posibles consumidores, por lo que se establecerán las siguientes estrategias que ayuden a ser comercializado en la Provincia de Loja.

ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

El producto contará con un empaque transparente en donde se encuentran todas las características de este, incluido el precio de venta al público, valor nutricional, la marca, y se podrá apreciar el producto en su interior, además será empacado al vacío lo cual permitirá que el producto se conserve por más tiempo y su fecha de caducidad (durabilidad) sea mayor. El tamaño del empaque será de 20 x 20 cm, y el peso de este será de una libra (454 gramos).

La empresa tendrá su correspondiente nombre y se ha pensado en algo atractivo y de fácil recordación para el público en general.

GRÁFICO N° 18

LOGO

Queso

Seco

Q



ESTRATEGIA DE PRECIOS

La estrategia de precios que se utilizará para introducir el queso seco en el mercado, será la estrategia de penetración, debido a que el precio que tendrá el producto será inferior al de la competencia, para atraer a los posibles consumidores y así poder entrar al mercado rápidamente y conseguir una gran cuota de este.

ESTRATEGIA DE PLAZA

Para este proyecto se tendrá su planta de producción en el Cantón Celica y para la comercialización contará con un centro de acopio el cual servirá como punto de distribución a los diferentes intermediarios y en el cual habrá un almacén en donde los demandantes de queso seco podrán ir y adquirir el

producto a un precio inferior al que se venderá en tiendas y supermercados en la provincia de Loja.

Gráfico N° 19

CANAL DE DISTRIBUCIÓN



ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

El programa de promoción empezará antes de que la planta entre en operación donde se resaltarán la excelente calidad nutricional del producto. La publicidad para dar a conocer el producto será por medio de la difusión en una radio de la localidad, ya que de acuerdo a la pregunta N° 8 (cuadro N° 10) de la encuesta a la población, se determinó que el 73% tiene preferencia la radio como medio para informar sobre este nuevo producto, por lo tanto es por este medio que se difundirá la imagen de la empresa.

El plan de anuncios por radio tendrá una duración de 6 meses. Se transmitirán anuncios 1 vez diario.

Cuadro Nº 29

PAUTAS RADIALES

Descripción	Cant. Mensual	Precio	Total Mensual	Total Anual
Pautas Radiales	30	3,35	100,50	603,00
TOTAL			100,50	603,00

Fuente: Radio Matovelle

Elaboración: La Autora

Como medios de promoción la empresa encargará la elaboración de llaveros y vasos de vidrio para acompañar inicialmente la comercialización del queso seco propuesto.

Cuadro Nº 30

MEDIOS PROMOCIONALES

Descripción	Cantidad Mensual	Precio	Total Mensual	Total Anual
Llaveros	150	0,35	52,50	315,00
Vasos	100	0,25	25,00	150,00
TOTAL			77,50	465,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se seguirá para la elaboración del queso seco, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo

de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.

Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

El estudio técnico de este proyecto comprenderá las siguientes etapas:



TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

En este apartado del estudio técnico se analiza la capacidad de producción de la planta:

CAPACIDAD DE LA PLANTA

En este apartado del estudio técnico se analiza la capacidad de producción de la planta:

CAPACIDAD INSTALADA

Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanente de la empresa.

Para determinar la capacidad de la planta productora de queso seco es necesario considerar que por cada 10 litros de leche se obtiene 1 kilo de queso seco (2,2 libras de queso seco). En la zona de Céllica hay alrededor de 40 ganaderos que mediante acuerdo previo se encargarán de entregarnos diariamente 60 litros de leche, lo que nos daría un total diario de 2.400 litros de leche.

Con esto podríamos producir 240 kilos de queso seco diarios (528 libras de queso seco). Mensualmente 15480 libras de queso y al final del año un total de 190.080 libras de queso seco que serán comercializados en la Provincia de Loja.

Cuadro Nº 31

PORCENTAJE DE COBERTURA DE MERCADO

AÑO	Demanda Insatisfecha de consumo de queso seco en la Provincia de Loja	Capacidad Instalada de Producción anual de queso seco en libras	PORCENTAJE DE COBERTURA DE DEMANDA
0	5.714.109	190.080	3,3%
1	5.726.021	190.080	3,3%
2	5.734.667	190.080	3,3%
3	5.739.839	190.080	3,3%
4	5.741.317	190.080	3,3%
5	5.738.873	190.080	3,3%

Elaboración: La Autora

Capacidad Utilizada

Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje.

La empresa en su primer año de funcionamiento iniciará con el 75% de su capacidad instalada. En el segundo año subirá un 10%, es decir a 85%. Y desde el tercer año en adelante se producirá hasta el 95% de su capacidad instalada. Esta decisión se la toma para tener la oportunidad en primer lugar de hacer conocer el producto en el mercado y de este modo conseguir ventas e ingresos y en segundo lugar, a partir del crecimiento económico y empresarial de la compañía ir implementando más tecnología y mano de obra que permita alcanzar hasta el tercer año llegar a las 180.756 libras de queso seco producidas.

Cuadro Nº 32

CAPACIDAD UTILIZADA

Año	Capacidad Instalada de Producción anual de queso seco en libras	Porcentaje	Capacidad Utilizada de producción anual de queso seco en libras
1	190.080	75%	142.560
2	190.080	85%	161.568
3	190.080	95%	180.576
4	190.080	95%	180.576
5	190.080	95%	180.576

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización puede tener un efecto condicionador sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto las restricciones físicas que importa como la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.

Para determinar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa se debe tomar en cuenta dos factores claves: macrolocalización y microlocalización.

MACROLOCALIZACIÓN

Aquí se llega a definir la zona general, las ciudades y región en donde se va a localizar la unidad de producción, en este caso es en la provincia de Loja, cantón Celica.

GRAFICO Nº 27

MACROLOCALIZACIÓN



MICROLOCALIZACIÓN

Para el presente proyecto se determinó el lugar más conveniente mediante la matriz de micro-localización donde se realizó un análisis comparativo de localización con el fin de seleccionar aquella alternativa que presentó una apropiada ubicación para que se pueda desarrollar la empresa con éxito.

Para realizar la selección óptima se asignó una calificación entre 1 – 10, siendo 1 menos importante y 10 más importante. Posteriormente se multiplico el peso por la calificación, de esta manera se pudo escoger el sitio con mayor puntuación.

A continuación la tabla indica la clasificación y ponderación en base a los criterios de selección que se asignaron a las opciones de ubicación del proyecto.

- ❖ Zona A: Aurelio Gonzalez y Panamericana
- ❖ Zona B: Jaime Roldós y Av. 10 de Agosto
- ❖ Zona C: Vicente Yaguachi y Manuela Cañizares

CUADRO Nº 33

MATRÍZ DE MICRO-LOCALIZACIÓN

Factores de selección	Peso Asignado	Zona A		Zona B		Zona C	
		Calif .	Ponderación	Calif .	Ponderación	Calif .	Ponderación
Materia Prima Disponible	0,10	9	0,90	8	0,80	8	0,8
Mano de Obra Disponible	0,10	10	1,00	9	0,90	8	0,8
Vías de Acceso o Comunicación	0,10	9	0,9	5	0,50	9	0,9
Medios de Transporte	0,10	8	0,8	5	0,50	7	0,70
Infraestructura Física	0,15	8	1,2	7	1,05	7	1,05
Cercanía al Cliente	0,25	9	2,25	5	1,25	6	1,50
Servicios Básicos	0,20	9	1,8	7	1,40	9	1,80
CALIF. TOTAL	1,00		8,85		6,40		7,55

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

La Zona A resultó ser el mejor sector para ubicar la empresa Quesos “Don Q”, de acuerdo a la ponderación de cada uno de los factores de selección calificados.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

En la elaboración de quesos artesanales no se lleva a cabo todas las operaciones posibles que se requieren en quesería, y el cuidado con el que se realizan es variable. No obstante lo más frecuentes procesos se describe a continuación:

Recepción de la leche

En la recepción la leche cruda debe cumplir ciertos requisitos en cuanto a calidad, disposición y aptitud para la fermentación y será sometida a las siguientes prácticas:

- ❖ Análisis de alcohol (elemental para su aceptabilidad).
- ❖ Filtración (eliminación de impurezas).
- ❖ Eliminación de gases.
- ❖ Tratamiento térmico (opcional para obtener el incremento de microorganismos)
- ❖ Enfriamiento a 4° C (para inhibir el crecimiento microbiológico)
- ❖ Almacenamiento de la leche (a baja temperatura para su mejor conservación)

La leche que se recibe en la quesería debe ser de buena calidad, con contenido bacteriano bajo. Si es posible se debe recibir enfriada de 4 a 6° e cisternas, que se descargan en tanques de acero inoxidable.

Filtración.

A medida que se coloca la leche en las tinajas de recepción, se hace pasar la leche por un lienzo fino para la separación de las partículas más gruesas y luego por un filtro vertical que separa las partículas más pequeñas lo que se conoce como el proceso de filtración. Luego se empieza el bombeo de la leche al primer tanque de almacenamiento.

Tipificación o normalización

Siempre teniendo en cuenta el tipo de queso que vamos a fabricar y la terminología que se va a seguir se prepara la leche, normalizando todos o algunos parámetros:

- ❖ Color
- ❖ El contenido de grasa
- ❖ El diámetro de los glóbulos de la materia grasa
- ❖ La materia proteica
- ❖ La lactosa
- ❖ El contenido en materia mineral
- ❖ El PH
- ❖ El extracto seco.

En la terminología planteada es la adición de sal directamente en una proporción de 7,5 g por litro de leche, previo a la pasteurización, para evitar contaminación cruzada. Y dar a continuación a los siguientes procesos a excepción del salado.

Tratamiento térmico

Con este proceso se intenta estandarizar la cantidad microbiológica, destruyendo los microorganismos patógenos, reducir la flora banal y las encinas no deseados. Se aplica una pasteurización lenta de 65° C durante 30 minutos.

Pre maduración.

Después del tratamiento térmico se enfría hasta la temperatura de inoculación de los cultivos indicadores lácticos. Los microorganismos que los sustituirán, en parte a los que han sido destruidos en la pasteurización y serán los encargados de acidificar la leche y los que en la fase de maduración del queso producirán transformaciones en la cuajada que dará su característica típica. La duración de esta fase dependerá del tipo de queso que se elabore.

Adición de calcio y otros aditivos

Se adiciona sales de calcio para restituir a las que se precipitaron en la pasteurización; para evitar los problemas y tener un buen enlace de caseína en la coagulación, para lo cual se aconseja añadir 0,2g/l de Cl_2Ca . En este proceso también se adiciona otros posibles aditivos, como colorantes, lisozima (Para eliminar el crecimiento de clostridium).

Coagulación

Se lo denomina al cambio de estado físico de la leche con la formación de gel. Éste poseerá diferentes características en base a la forma en que se obtuvo: coagulación enzimática (por acción de un enzima proteolítico), coagulación acida (por acidificación hasta pH 4,6) o mixta (debida a la acción conjunta del enzima y el ácido).

La leche se pondrá a la temperatura de coagulación respectiva, se le adicionará de acuerdo a su característica si es la enzima, el ácido o su mezcla en cantidades suficientes para que la coagulación se produzca en un tiempo determinado. La temperatura y el tiempo de coagulación dependerán del tipo de queso.

Corte después de la coagulación.

Se utiliza para aumentar el área de la superficie y la acelera la expulsión del suero. Se inicia cuando la cuaja tenga firmeza adecuada que resista el proceso de agitación.

Reposo.

Debe permanecer en reposo unos cuantos minutos a una temperatura de 32° C.

Agitación.

Después de reposar se utiliza una pala moviendo la cuajada muy suavemente facilitando la salida del suero del interior hacia el exterior, sin permitir el rompimiento de la cuajada.

Calentamiento y lavado de la cuajada.

Se le adiciona a la cuajada agua caliente, para que obtenga temperatura final de 38° C La temperatura máxima del agua caliente de lavado de la cuajada es de 45°C, con esto se logra una pasta más firme. A mayor temperatura mayor deshidratación de la cuajada.

Agitación Final.

Se realiza a 38°C por minuto, suavemente para evitar romper demasiado la cuajada. Para esto se utiliza un agitador tipo paleta.

Desuerado final.

La cuajada se deja en reposo por 5 minutos para eliminar el resto del agua que sea necesaria.

Salado de la cuajada.

La sal se adiciona sobre la cuajada en una proporción del 1 al 1.5% sobre el queso de la cuajada. Se debe adicionar en forma homogénea.

Moldeado y Prensado.

La cuajada se coloca en los moldes los cuales tiene unos orificios para permitir la salida del suero que se va produciendo con el prensado. La mecánica de esta operación consiste generalmente en ponerle un peso de seis libras por cada libra de queso y cada hora se le agregará más peso hasta llegar a 20 veces el peso del queso.

Enfriamiento.

Se realiza para lograr una buena compactación del queso y para realizar las operaciones posteriores, evitando el deterioro de la calidad del queso. El enfriamiento se realiza a una temperatura del 4 al 6° C, por tiempo de 12 a 18 horas.

Empaque.

Debe estar bien frío, antes de empacarlo deben retirarse los sobrantes de los bordes que pueden causar una mala presentación al producto.

Almacenamiento.

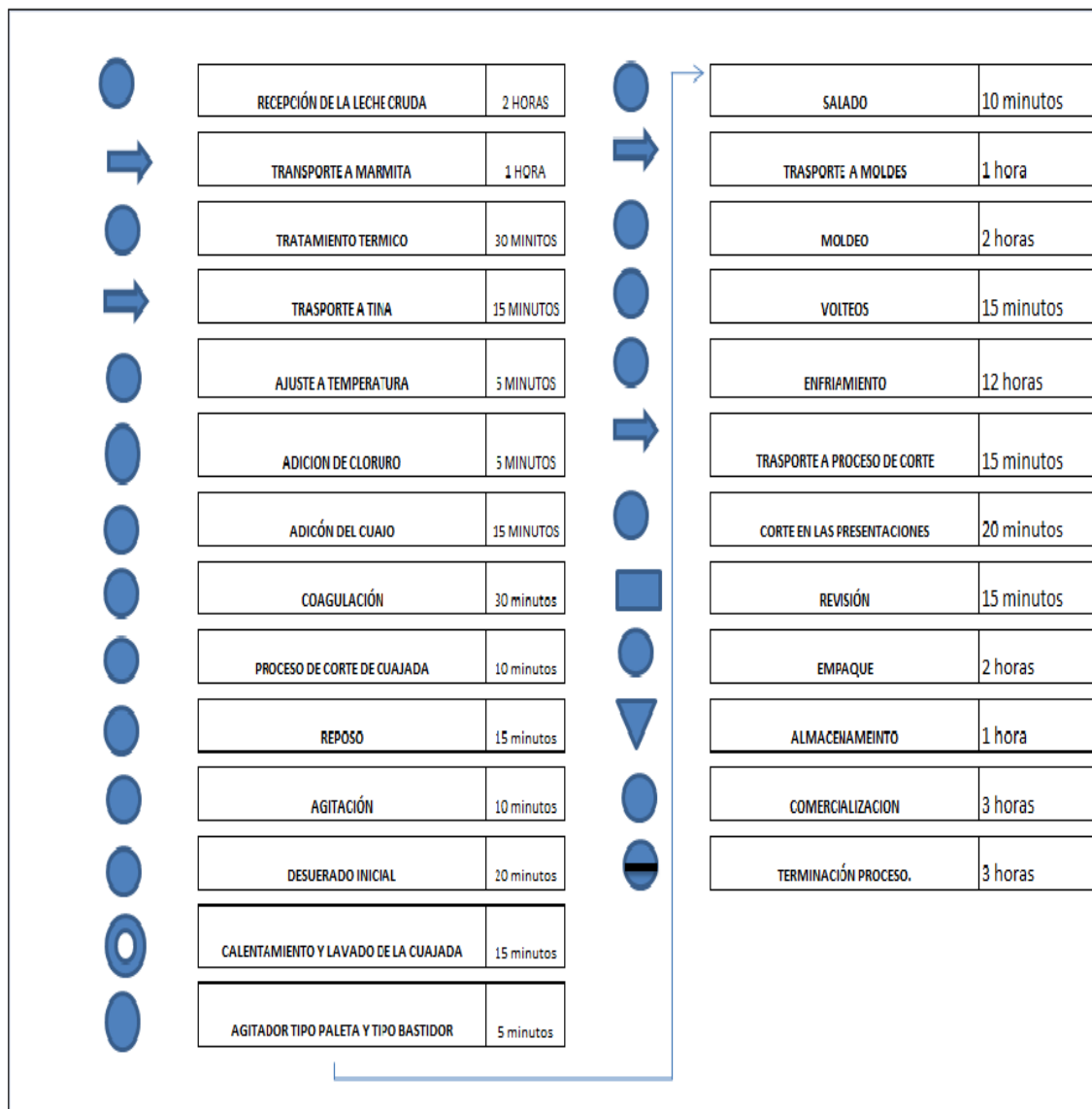
Se debe almacenar en refrigeración a una temperatura de 4°C a 6°C en un tiempo máximo de 30 días, para nuestra producción se hará en un tiempo no mayor a 5 días.

Comercialización

En esta operación se tiene en cuenta el transporte que debe tener sistema de refrigeración, así como para el expendio a mercador, tiendas etc. La temperatura debe tener entre 4 a 6 ° C teniendo una rotación adecuada.

Diagrama N° 1

Flujograma de Producción de Queso seco



SIMBOLOGÍA.	
	OPERACIÓN SIMPLE
	TRANSPORTE
	ESTANDARIZACIÓN
	OPERACIÓN DOBLE
	REVISIÓN
	ALMACENAMIENTO
	TERMINACIÓN DE PROCESO

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para la distribución de la planta se tomó en cuenta las condiciones necesarias que permitan realizar todas las operaciones productivas y administrativas de la manera más eficiente, también se consideró todas las medidas necesarias que ofrezcan seguridad y bienestar a los trabajadores de la planta.

La maquinaria y equipo a utilizarse en los diferentes procesos productivos requiere de un área de 150 m², que se distribuye de la siguiente manera:

Cuadro N° 35

Distribución de áreas

ÁREAS	M2
Administrativa	24
Producción	88
Laboratorio	12
Bodega	18
Cuarto Frío	8
TOTAL	150

ÁREA ADMINISTRATIVA

Estará conformada por la oficina del Gerente y la Secretaria-Contadora, donde se llevarán a cabo las actividades propias de ésta área contando con los equipos y muebles necesarios. El número de personas necesarias para esta área es:

Gerente 1

Secretaria-Contadora 1

ÁREA DE PRODUCCIÓN

El área de producción estará conformada por toda la maquinaria y equipo que interviene en el proceso productivo distribuida de tal manera que haya continuidad en las operaciones, optimizando al máximo los recursos. . El número de personas necesarias para esta área es:

Operario de planta 3

LABORATORIO Y BODEGA

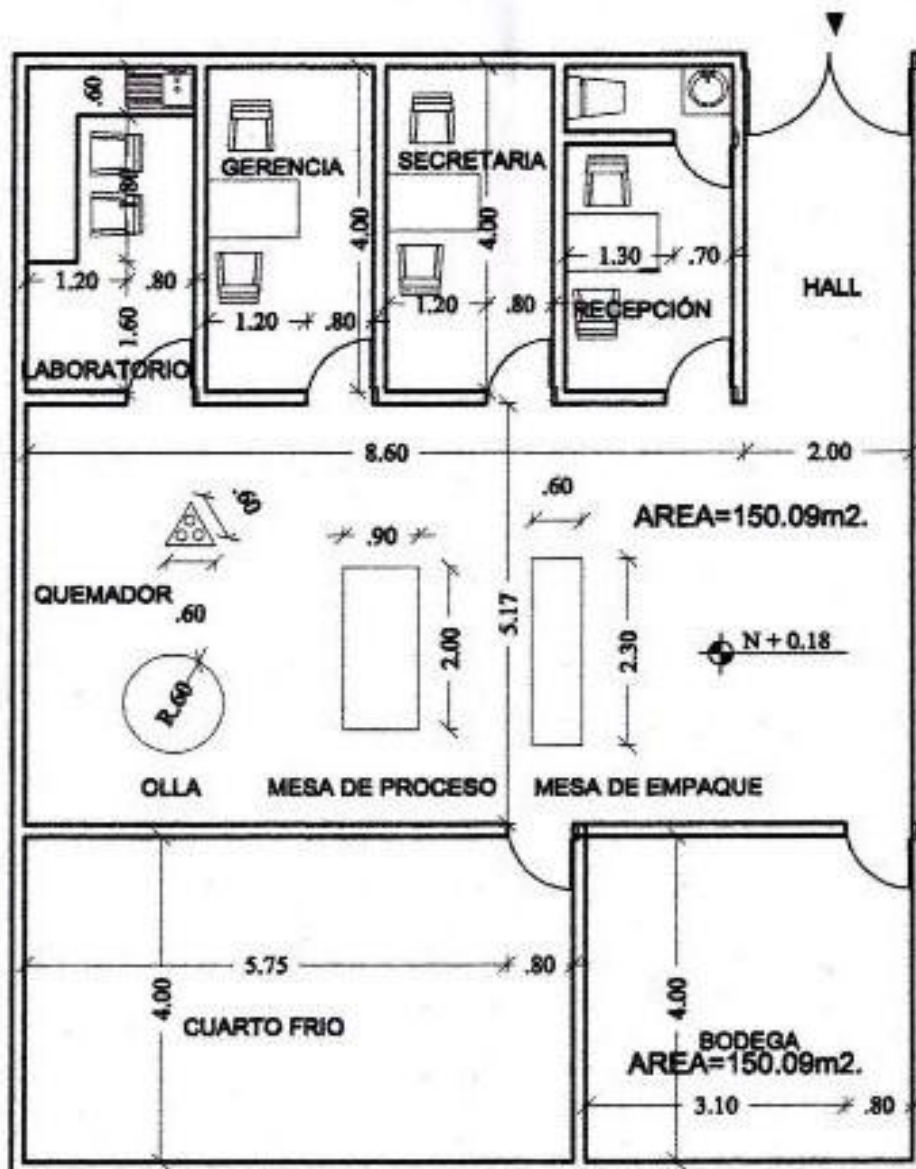
En el laboratorio se analizará las muestras de leche y/o productos terminados, con la aplicación de las diferentes pruebas establecidas, En la bodega se almacenarán los insumos requeridos para la elaboración y envasado de productos.

CUARTO FRÍO

Aquí se almacenará la leche, para que se conserve, al igual que el producto terminado.

GRAFICO Nº 25

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para el presente proyecto se ha establecido el siguiente personal para cumplir funciones administrativas y operativas.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero.

Estructura orgánica

La empresa estará conformada por los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Legislativo: Está conformado por la Junta General de accionistas, es la máxima autoridad de la empresa, y le corresponde: expedir reglamentos internos, generales y específicos de la empresa, expedición de ordenanzas que considere necesarias o la reforma de las vigentes; dictar políticas, y fiscalizar.

Nivel Ejecutivo: Está representado por el Gerente General, constituye la autoridad que orienta y ejecuta la política directriz emanada del nivel legislativo; representa a la empresa en todas las actuaciones de carácter oficial, administrativas, judicial o extrajudicial.

Nivel Asesor: Constituye el órgano consultivo y de apoyo para las decisiones legales de la empresa; su relación de autoridad es indirecta con relación a las unidades del nivel operativo y su función se ejecuta por medio del nivel ejecutivo.

Nivel Auxiliar: Está conformado por el puesto de secretaria-contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo: Es aquel que cumple directamente con los objetivos, y finalidades de la empresa. Ejecuta el proceso productivo. Está conformado por el área de producción y ventas.

GRAFICO Nº 26
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
“QUESOS “DON Q””

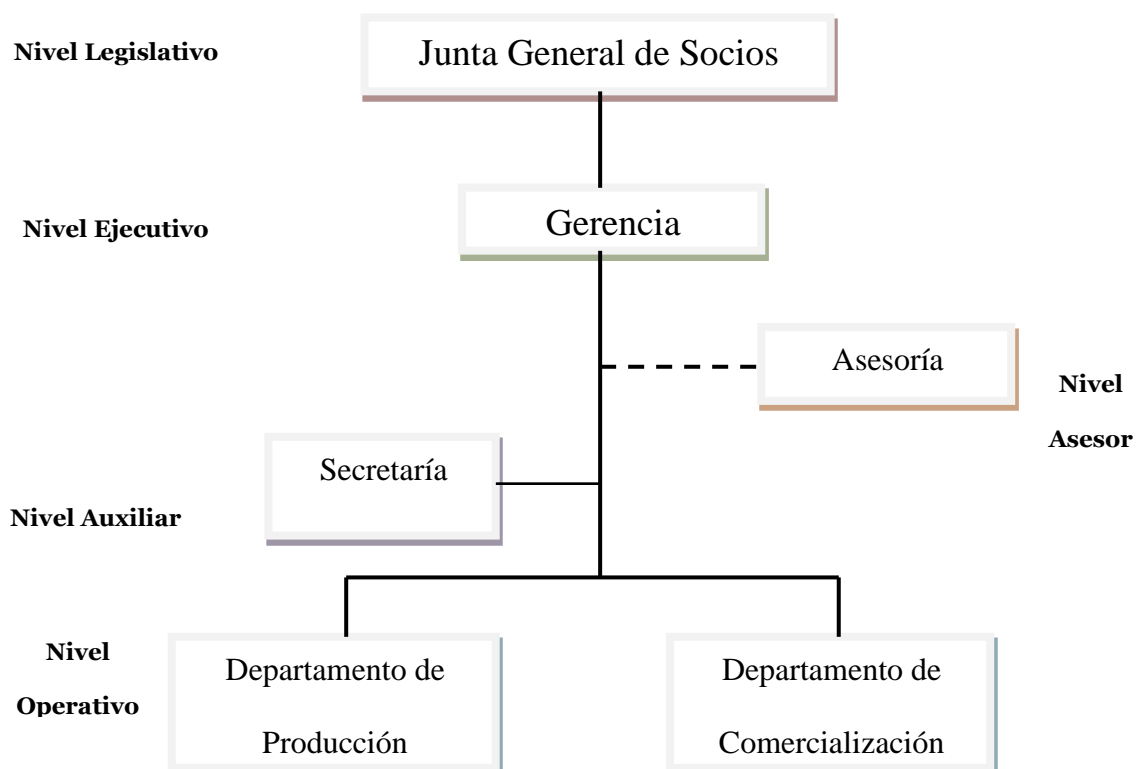


GRAFICO Nº 27
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
“QUESOS “DON Q”

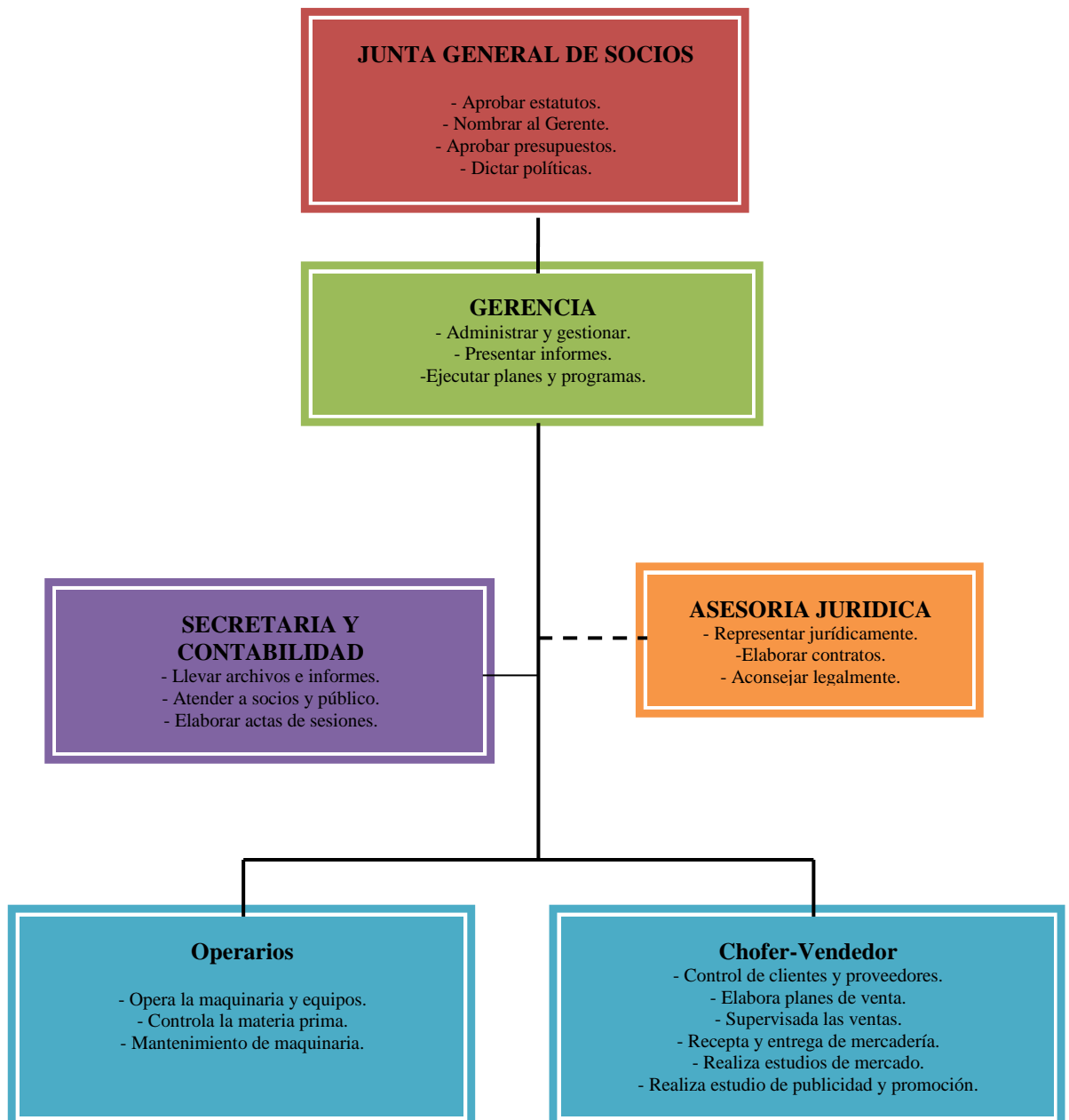
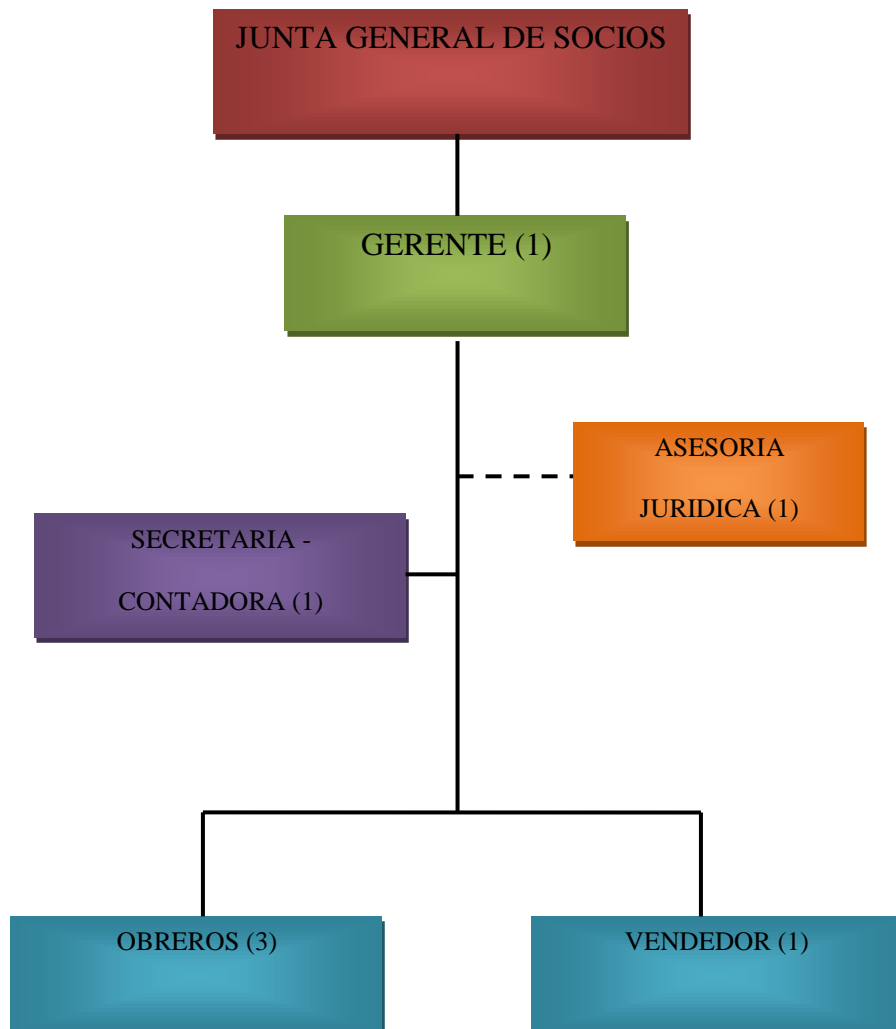


GRAFICO Nº 28
ORGANIGRAMA POSICIONAL
“QUESOS “DON Q”



MANUAL DE FUNCIONES.

A continuación se presenta el Manual de Funciones de cada uno de los niveles jerárquicos de la empresa.

CODIGO:	001
DEPARTAMENTO:	Administración General.
TITULO DEL PUESTO:	GERENTE.
SUPERIOR INMEDIATO:	Junta General de Socios.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO: <ul style="list-style-type: none">- Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos.- Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.	
TAREAS TIPICAS DE GERENCIA: <ul style="list-style-type: none">- Planifica lo que va a realizar en la empresa.- Organiza en forma ordenada los recursos, actividades, materiales, técnicas y humanas.- Ejecuta el plan de acción trazado por la empresa.- Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes respecto a la producción.- Representa judicial y extrajudicialmente a la empresa e interpreta planes y programas más directrices técnicas y de nivel legislativo.- Selecciona el personal idóneo para que trabaje en la empresa.	
TAREAS TIPICAS DE COMERCIALIZACION: <ul style="list-style-type: none">- Planifica programas, políticas y estrategias de comercialización.- Elabora y ejecuta las estrategias de promoción y publicidad de la empresa.- determina los lugares estratégicos y los intermediarios adecuados para la venta de los productos terminados.	

- Analiza las políticas de ventas.
- Responde a las ventas en el mercado de la provincia.
- Entrega los productos en los lugares convenidos.
- Responsabiliza a la mercadería que es asignada al departamento de ventas.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- Es responsable de las tareas administrativas financieras y técnicas en la ejecución de las tareas.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Ingeniero Comercial.
- Experiencia mínima 2 años.
- Cursos de Relaciones humanas, Mercadotecnia, Administración y Computación.

CODIGO:	002
DEPARTAMENTO:	Asesoría Jurídica.
TITULO DEL PUESTO:	ASESOR JURIDICO.
SUPERIOR INMEDIATO:	Junta General de Socios.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Aconseja, asesora e informa sobre todos los proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa. 	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Aconseja a los directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico. - Aconseja e informa sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa. - Representa conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. - Participa en procesos contractuales. - Participa en sesiones de junta General de socios. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Abogado, Doctor en jurisprudencia. - Dos años en funciones similares. 	

CODIGO:	003
DEPARTAMENTO:	Administrativo.
TITULO DEL PUESTO:	SECRETARIA-CONTADORA.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Realiza las labores de secretaria, así como de asistente directa del Gerente de la empresa. 	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas. - Maneja datos e información confidencial de la empresa, tramita pedidos y órdenes del gerente. - Envía y recibe correspondencia de la empresa y mantiene la información administrativa al día. - Lleva los registros contables de la empresa. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones. - Establece buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Secretaria Ejecutiva. - Cursos de secretariado. - Curso de Informática. - Curso de Relaciones Humanas. 	

CODIGO:	005
DEPARTAMENTO:	Producción.
TITULO DEL PUESTO:	OPERARIOS
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Manipular con diligencia y cuidado el equipo para el procesamiento de la materia prima y dar mantenimiento a la misma. 	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir las disposiciones emanadas por sus superiores. - Pesar la cantidad de materia prima a procesar. - Vigilar el proceso de producción. - Controlar el mantenimiento y conservación del equipo y maquinaria a su cargo. - Opera el equipo y maquinaria con responsabilidad. - Evitar desperdicios de materiales. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo que requiere habilidad y destreza. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Bachiller. - Curso de Relaciones Humanas. - Curso de Capacitación en procesos productivos. - Experiencia mínima 1 años. 	

CODIGO:	006
DEPARTAMENTO:	Ventas
TITULO DEL PUESTO:	Chofer-Vendedor
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Es el encargado de la movilización de la materia prima y de los productos terminados. 	
TAREAS TIPICAS DE GERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir órdenes de entrega. - Entrega puntual y en buen estado del producto. - mantenimiento del vehículo a su cargo. - Es responsable de las ventas en el mercado asignado. - Entrega los productos en los lugares convenidos. - Planifica programas, políticas y estrategias de comercialización. - Responsable de la mercadería que se le asigna. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - Requiere de conocimientos de comercialización, distribución y venta de productos. - El puesto requiere de un chofer profesional con criterio formado, responsable, con buena presencia, amable y cordial. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Chofer Profesional. - Curso de Relaciones Humanas - Experiencia mínima 2 años. 	

ESTUDIO FINANCIERO

Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado, recibidas de las distintas casas comerciales consultadas telefónicamente.

ACTIVOS: Este proyecto origina tres clases de activos:

1. Activo Fijo,
2. Activo diferido y
3. Activo Circulante o capital de trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se genera en la instalación de la empresa. Entre estos activos tenemos:

MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCION

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el proceso fundamental para el proceso de transformación, se detalla a continuación:

Cuadro Nro. 36

MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCION

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Enfriadores	4	500,00	2.000,00
Tanques de acero para leche 500 lt	7	225,00	1.575,00
Tinas acero inoxidable para queso y cuajada	6	250,00	1.500,00
Selladora de quesos	1	300,00	300,00
Prensa Hidráulica	1	850,00	850,00
Palas de acero inoxidable	3	25,00	75,00
Liras de acero inoxidable	3	25,00	75,00
Moldes de lata acerada	300	3,00	900,00
Mesa de Acero Inoxidable	2	85,00	170,00
TOTAL			7.445,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Adecuaciones e Instalaciones.- Se ha visto necesario realizar adecuaciones e instalaciones en esta nueva empresa, para asignar los espacios adecuados para el proceso de producción y venta.

Cuadro Nº 37

Adecuaciones e Instalaciones

Descripción	Costo
Pintura Interior	1.000,00
Pintura Exterior	1.500,00
Instalación de Maquinaria	850,00
TOTAL	3.350,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Muebles de Oficina: Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla además la depreciación de este activo fijo.

Cuadro N° 38

Muebles de Oficina

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escritorio Gerencial y silla	1	223,00	223,00
Escritorio Secretaria y silla	1	145,00	145,00
Mesa para Reuniones	1	350,00	350,00
Sillas	10	43,00	430,00
Archivador	1	115,00	115,00
TOTAL			1.263,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Equipo de Computación: será necesario adquirir dos computadoras con su respectiva impresora, porque serán utilizadas por el gerente para controlar todo el desempeño de la organización y por la secretaria – contadora, para la facturación y contabilidad.

Cuadro N° 39

Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computador Intel Pentium	2	730,00	1.460,00
Impresora Multifunción	1	112,00	112,00
Impresora Matricial	1	225,00	225,00
TOTAL			1.797,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina: Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. También se detalla la depreciación respectiva.

Cuadro Nº 40

Equipo de Oficina

Descripción	Cant.	V. Unitario	Costo
Telefax	1	165,00	165,00
Sumadora	1	45,00	45,00
Teléfono Inalámbrico	2	140,00	280,00
TOTAL			490,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Vehículo

Es necesario adquirir un vehículo para la distribución del producto alrededor de la provincia de Loja.

Cuadro Nº 41

Vehículo

Descripción	Cant.	V. Unitario	Costo
Camioneta 2X4	1	18.500,00	18.500,00
TOTAL			18.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

El resumen de las inversiones de los activos fijos se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

Cuadro Nº 42

Resumen de Inversiones en Activos Fijos

Descripción	Valor Total
Maquinaria y Equipos	7.445,00
Adecuaciones e Instalaciones	3.350,00
Muebles de Oficina	1.263,00
Equipos de Computación	1.797,00
Equipos de Oficina	490,00
Vehículo	18.500,00
TOTAL	32.845,00

Fuente: Cuadros 36,37,38,39,40,41

Elaboración: La Autora

Reinversión de activo fijo.- Para el cuarto año se reinvertirá en equipos de computación, ya que los mismos tienen solo una vida útil de tres años, por lo tanto se tomó el valor del costo inicial que es \$ 1.797,00 y se lo incrementó en un 5% anual.

Cuadro Nº 44

Costo Proyectado de Equipo de Computo

Año	Costo	Valor Incremento Anual	Costo Incrementado Anualmente
		5%	
1	1.797,00	89,85	1.886,85
2	1.886,85	94,34	1.981,19
3	1.981,19	99,06	2.080,25
4	2.080,25	104,01	2.184,26

Elaboración: La Autora

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro Nº 45

Depreciación Maquinaria y Equipo

VALOR DEL ACTIVO:		7.445,00		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		10		
DEPRECIACIÓN		10%		
AÑOS	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR ACTUAL
0	7.445,00	744,5		6.700,50
1	6.700,50		670,05	6.030,45
2	6.030,45		670,05	5.360,40
3	5.360,40		670,05	4.690,35
4	4.690,35		670,05	4.020,30
5	4.020,30		670,05	3.350,25
6	3.350,25		670,05	2.680,20
7	2.680,20		670,05	2.010,15
8	2.010,15		670,05	1.340,10
9	1.340,10		670,05	670,05
10	670,05		670,05	0,00

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 46

Depreciación Adecuaciones e Instalaciones

VALOR DEL ACTIVO:		3.350,00		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		10		
DEPRECIACIÓN		10%		
AÑOS	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR ACTUAL
0	3.350,00	335		3.015,00
1	3.015,00		301,50	2.713,50
2	2.713,50		301,50	2.412,00
3	2.412,00		301,50	2.110,50
4	2.110,50		301,50	1.809,00
5	1.809,00		301,50	1.507,50
6	1.507,50		301,50	1.206,00
7	1.206,00		301,50	904,50
8	904,50		301,50	603,00
9	603,00		301,50	301,50
10	301,50		301,50	0,00

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año
2013

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 47

Depreciación Muebles de Oficina

VALOR DEL ACTIVO:		1.263,00		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		10		
DEPRECIACIÓN		10%		
AÑOS	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR ACTUAL
0	1.263,00	126,3		1.136,70
1	1.136,70		113,67	1.023,03
2	1.023,03		113,67	909,36
3	909,36		113,67	795,69
4	795,69		113,67	682,02
5	682,02		113,67	568,35
6	568,35		113,67	454,68
7	454,68		113,67	341,01
8	341,01		113,67	227,34
9	227,34		113,67	113,67
10	113,67		113,67	0,00

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año
2013

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 48

Depreciación Equipo de Cómputo

VALOR DEL ACTIVO:		1.797,00		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		3		
DEPRECIACIÓN		33%		
AÑOS	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR ACTUAL
0	1.797,00	593,01		1.203,99
1	1.203,99		397,32	806,67
2	806,67		397,32	409,36
3	409,36		409,36	0,00

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 49

Depreciación Equipo de Oficina

VALOR DEL ACTIVO:		490,00		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		10		
DEPRECIACIÓN		10%		
AÑOS	VALOR ACTIVOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR ACTUAL
0	490,00	49		441,00
1	441,00		44,10	396,90
2	396,90		44,10	352,80
3	352,80		44,10	308,70
4	308,70		44,10	264,60
5	264,60		44,10	220,50
6	220,50		44,10	176,40
7	176,40		44,10	132,30
8	132,30		44,10	88,20
9	88,20		44,10	44,10
10	44,10		44,10	0,00

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013

Elaboración: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la marcha del proyecto y son

susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

Cuadro Nº 50

Inversiones en Activo Diferido

ACTIVO DIFERIDO	VALOR TOTAL
Proyecto de Factibilidad	750,00
Permiso de Funcionamiento	85,00
Pago de Patente Municipal	150,00
Permiso Sanitario	200,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	45,80
Honorarios de Abogado	150,00
TOTAL	1.380,80

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Este estudio está proyectado a cinco años, por lo tanto la amortización de este activo, está detallado de la siguiente forma:

Cuadro Nº 51

Amortización de Activo Diferido

AÑOS	VAL. ACUMULADA	AMORTIZACIÓN ANUAL	VALOR TOTAL
1	1.380,80	276,16	1.104,64
2	1.104,64	276,16	828,48
3	828,48	276,16	552,32
4	552,32	276,16	276,16
5	276,16	276,16	0,00

Fuente: Cuadro Nº 69

Elaboración: La Autora

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el dinero disponible que necesita el negocio para poder comprar la materia prima, los materiales indirectos de producción y

algunos gastos administrativos y de ventas del primer mes para poder empezar el funcionamiento de la microempresa y procesar el producto.

GASTOS DE PRODUCCIÓN

MATERIA PRIMA DIRECTA:

La materia prima son los materiales directos de producción que afectan las propiedades del producto y estos son el camote, el aceite y la sal; y sus costos son:

Cuadro Nº 52

Materia Prima Directa

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad Diaria	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Leche	Litro	900	27000	0,45	12.150,00	145.800,00
Cuajo en polvo	gramos	10	300	0,01	3,00	36,00
Sal	gramos	20	600	0,02	12,00	144,00
TOTAL					12.165,00	145.980,00

Fuente: Investigación
Directa
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 53

PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	145.980,00
2	149.921,46
3	153.969,34
4	158.126,51
5	162.395,93

Fuente: Cuadro Nº 52

Elaboración: La Autora

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Para determinar el costo de material del envasado se hace necesario establecer el número de unidades a producir anualmente, conforme lo establecido en los resultados de la capacidad utilizada de este proyecto.

Cuadro Nº 54

MATERIALES INDIRECTOS

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad Diaria	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Fundas de polietileno	Unidad	264	7920	0,01	79,20	950,40
Etiquetas Adhesivas	Unidad	264	7920	0,05	396,00	4.752,00
TOTAL					475,20	5.702,40

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 55

PROYECCIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	5.702,40
2	5.856,36
3	6.014,49
4	6.176,88
5	6.343,65

Fuente: Cuadro Nº 71

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa: Inicialmente la planta contará con 3 obreros que serán los encargados del proceso de producción: selección de la materia prima e insumos, pelado, corte, cocción, empaque, sellado y etiquetado del producto, los cuales operarán la maquinaria y equipos.

Cuadro Nº 56

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Detalle	Operario
Sueldo Básico Unificado	326,43
Décimo Tercero	27,20
Décimo Cuarto	26,5
Vacaciones	13,60
Aporte Patronal IESS 12,15%	39,66
Aporte IESS 9,35%	30,52
Total	402,87
Nº de Empleados	3
Total Mensual	1.208,62
Total Anual x empleado	14.503,46
TOTAL ANUAL	14.503,46

Fuente: Tabla Sectorial

Elaboración: La Autora

CALCULO FONDOS DE RESERVA

Para el segundo año se calculó de la siguiente manera:

$\$318 \times 3$ (Obreros)= $\$954,00$ por pagar de fondos de reserva.

$\$14.153,54$ (1er año) + $\$954,00$ (Fondos de Reserva)= $\$15.107,54$

$\$15.107,54 \times 5\%$ de incremento = **$\$7.680,75$ (2do Año)**

Cuadro Nº 57

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	14.503,46
2	15.230,29
3	15.641,51
4	16.063,83
5	16.497,56

Fuente: Cuadro Nº 72

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Indirecta: La mano de obra indirecta la conforma el vendedor que se encargará de buscar y establecer la cartera de clientes (tiendas y supermercados) que comercializarán el producto.

Cuadro N° 58

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	Chofer-Vendedor
Sueldo Básico Unificado	324,74
Décimo Tercero	27,06
Décimo Cuarto	26,50
Vacaciones	13,53
Aporte Patronal IESS 12,15%	39,46
Aporte IESS 9,35%	30,36
Total	400,93
Nº de Empleados	1
Total Mensual	400,93
Total Anual	4.811,10

Fuente: Tabla Sectorial

Elaboración: La Autora

CALCULO FONDOS DE RESERVA

Para el segundo año se calculó de la siguiente manera:

$\$328,12 \times 1$ (Vendedor-Chofer)= $\$328,12$ por pagar de fondos de reserva.

$\$4.857,87$ (1er año) + $\$328,12$ (Fondos de Reserva)= $\$5.185,99$

$\$5.185,99 \times 5\%$ de incremento = $\$5.274,51$ (2do Año)

Cuadro N° 59

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	4.811,10
2	5.274,51
3	5.416,92
4	5.563,18
5	5.713,38

Fuente: Cuadro N° 72

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 60

RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	12.165,00	145.980,00
Materia Prima Indirecta	475,20	5.702,40
Mano de Obra Directa	1.208,62	14.503,46
Mano de Obra Indirecta	400,93	4.811,10
TOTAL	14.249,75	170.996,96

Fuente: Cuadro N°

Elaboración: La Autora

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Suministros de oficina: Son costos incurridos para la gestión administrativa y comercial del negocio.

Cuadro Nº 61

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	Unidad	Cantidad	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Libro Contable	Unidad	1	3,15	3,15
Esferográficos	Unidad	4	0,40	1,60
Corrector	Unidad	1	1,80	1,80
Lápices	Unidad	4	0,45	1,80
Clips	Unidad	2	1,35	2,70
Hojas de papel bond A4	Resma	2	4,30	8,60
Folder Archivador	Unidad	2	2,00	4,00
TOTAL MENSUAL				23,65
TOTAL ANUAL				283,80

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 62

PROYECCIÓN DE SUMNISTROS DE OFICINA

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	283,80
2	291,46
3	299,33
4	307,41
5	315,71

Fuente: Cuadro N° 73

Elaboración: La Autora

Materiales de Limpieza: Todos los siguientes materiales se consideraron básicos para mantener el local limpio.

Cuadro N° 63

PRESUPUESTO PARA MATERIALES DE LIMPIEZA

DENOMINACIÓN	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Detergente	Kilo	4	2,50	10,00
Cloro	Galón	2	3,45	6,90
Desinfectante	Galón	2	7,45	14,90
Escoba	Unidad	2	3,50	7,00
Trapeador	Unidad	2	2,80	5,60
Recogedor de Basura	Unidad	2	3,85	7,70
Botes para basura	Unidad	4	2,53	10,12
Franelas para limpieza	Unidad	4	1,00	4,00
TOTAL				66,22

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 64

PROYECCIÓN DE MATERIALES DE LIMPIEZA

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	66,22
2	68,01
3	69,84
4	71,73
5	73,67

Fuente: Cuadro Nº 66

Elaboración: La Autora

Sueldos Administrativos.- A continuación el detalle de sueldos administrativos más los beneficios de ley establecidos.

Cuadro Nº 65

PRESUPUESTO PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCION	Gerente	Secretaria
Sueldo Básico Unificado	450,00	323,06
Décimo Tercero	37,50	26,92
Décimo Cuarto	26,50	26,50
Vacaciones	18,75	13,46
Aporte Patronal IESS 12,15%	54,68	39,25
Aporte IESS 9,35%	42,08	30,21
Total Mensual	545,35	398,99
Total Anual x Empleado	6.544,20	4.787,86
Total Anual por Pagar	11.332,06	

Fuente: Tabla Sectorial

Elaboración: La Autora

CALCULO FONDOS DE RESERVA

Para el segundo año se calculó de la siguiente manera:

$\$450 + \350 (Gerente + Secretaria Contadora) = \$800 por pagar de fondos de reserva.

\$12.602,40 (1er año) + \$800,00 (Fondos de Reserva)= \$13.402,40

\$13.402,40 x 5% de incremento = **12.431,96 (2do Año)**

Cuadro N° 66

PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	11.332,06
2	12.431,96
3	12.767,62
4	13.112,34
5	13.466,38

Fuente: Cuadro N° 67

Elaboración: La Autora

Local de Arriendo: Una vez establecida la zona donde se ubicará la empresa, es imprescindible hacer el contrato de arriendo.

Cuadro N° 67

PRESUPUESTO PARA LOCAL DE ARRIENDO

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Canon de Arrendamiento	450,00	5.400,00
TOTAL	450,00	5.400,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 68

PROYECCIÓN DE LOCAL DE ARRIENDO

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	5.400,00
2	5.545,80
3	5.695,54
4	5.849,32
5	6.007,25

Fuente: Cuadro N° 68

Elaboración: La Autora

SERVICIOS BÁSICOS:

La empresa hará uso de agua potable, energía eléctrica y teléfono para su funcionamiento.

Cuadro N° 69

PRESUPUESTO PARA SERVICIOS BÁSICOS

DENOMINACIÓN	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Agua Potable	m3	40	0,48	19,20	230,40
Energía Eléctrica	Kw	500	0,095	47,50	570,00
Teléfono	Min	600	0,10	60,00	720,00
TOTAL				126,70	1.520,40

Fuente: EEERSA, UMAPAL, CNT

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 70

PROYECCIÓN DE CONSUMO DE SERVICIOS BÁSICOS

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	1.520,40
2	1.561,45
3	1.603,61
4	1.646,91
5	1.691,37

Fuente: Cuadro N° 66

Elaboración: La Autora

RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 71

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos Administrativos	944,34	11.332,06
Canon de Arrendamiento	450,00	5.400,00
Materiales de Oficina	23,65	283,80
Útiles de Aseo	5,52	66,22
Servicios Básicos	126,70	1.520,40
TOTAL	1.550,21	18.602,48

Fuente: Cuadro N°

Elaboración: El Autor

GASTOS DE VENTAS

Publicidad.- Se ha considerado realizar cuñas radiales publicitarias, las mismas que serán por un lapso de 12 meses en la emisora Seducción porque es la de mayor aceptación en la localidad de acuerdo a la investigación de mercado.

Cuadro N° 72

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD

DENOMINACIÓN	TIEMPO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad cuña radial	6 meses	100,50	603,00
TOTAL		100,50	603,00

Fuente: Cuadro N°

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 73

PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	603,00
2	619,28
3	636,00
4	653,17
5	670,81

Fuente: Cuadro Nº 80

Elaboración: La Autora

PROMOCIÓN

Este rubro se detallará de la siguiente manera:

Cuadro Nº 74

PRESUPUESTO PARA PROMOCIÓN

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Llaveros	52,50	315,00
Vasos	25,00	150,00
TOTAL	77,50	465,00

Fuente: Cuadro Nº 44 y 45

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 75

PROYECCIÓN PARA PROMOCIÓN

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	465,00
2	477,56
3	490,45
4	503,69
5	517,29

Fuente: Cuadro Nº 80

Elaboración: La Autora

COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

Este rubro se detallará de la siguiente manera:

Cuadro Nº 76

PRESUPUESTO PARA COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Combustible Diesel	120,00	1.440,00
Lubricantes	15,00	180
TOTAL	135,00	1.620,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

Cuadro Nº 77

PROYECCIÓN PARA COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES

AÑOS	Valor Total Incrementado
	2,70%
1	1.620,00
2	1.663,74
3	1.708,66
4	1.754,79
5	1.802,17

Fuente: Cuadro Nº 80

Elaboración: La Autora

RESUMEN GASTOS DE VENTA

Cuadro Nº 78

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	100,50	603,00
Promoción	77,50	465,00
Combustible y Lubricantes	135,00	1.620,00
TOTAL	313,00	2.688,00

Fuente: Cuadro Nº

Elaboración: La Autora

A continuación se detalla el total de los activos circulantes para un año de operación:

Cuadro N° 79

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

ACTIVO CIRCULANTE	Cuadro N°	Inversión Mensual	Inversión Anual
GASTOS DE PRODUCCIÓN			
Materia Prima Directa		12.165,00	145.980,00
Materia Prima Indirecta		475,20	5.702,40
Mano de Obra Directa		1.208,62	14.503,46
Mano de Obra Indirecta		400,93	4.811,10
TOTAL DE GASTOS DE PRODUCCIÓN		14.249,75	170.996,96
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos Administrativos		944,34	11.332,06
Canon de Arrendamiento		450,00	5.400,00
Materiales de Oficina		23,65	283,80
Útiles de Aseo		5,52	66,22
Servicios Básicos		126,70	1.520,40
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		1.550,21	18.602,48
GASTOS DE VENTA			
Publicidad		100,50	603,00
Promoción		77,50	465,00
Combustible y Lubricantes		135,00	1.620,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTA		313,00	2.688,00
TOTAL		16.112,95	192.287,44

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El Autor

INVERSIÓN TOTAL

Cuadro Nº 80

DESCRIPCION	MONTO
ACTIVOS FIJOS	
Equipos e Implementos	7.445,00
Adecuaciones e Instalaciones	3.350,00
Muebles de Oficina	1.263,00
Equipos de Computación	1.797,00
Equipos de Oficina	490,00
Vehículo	18.500,00
Total de Inversión en Activos Fijos	32.845,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Proyecto de Factibilidad	750,00
Permiso de Funcionamiento	85,00
Pago de Patente Municipal	150,00
Permiso Sanitario	200,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	45,80
Honorarios de Abogado	150,00
Total de Inversión en Activos Diferidos	1.380,80
ACTIVO CIRCULANTE	
Materia Prima Directa	12.165,00
Materia Prima Indirecta	475,20
Mano de Obra Directa	1.208,62
Mano de Obra Indirecta	400,93
Sueldos Administrativos	944,34
Canon de Arrendamiento	450,00
Materiales de Oficina	23,65
Útiles de Aseo	5,52
Servicios Básicos	126,70
Publicidad	100,50
Promoción	77,50
Combustible y Lubricantes	135,00
Total de Inversión en Activos Circulante	16.112,95
INVERSION TOTAL	50.338,75

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El financiamiento del presente proyecto se hará con fuentes internas y externas.

FUENTES INTERNAS:

El 20% del total de la inversión se lo financiara por las aportaciones de los socios que será la suma de \$10.067,75 dólares.

Cuadro Nº 81
RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

SOCIO	Porcentaje	Valor
Paulina Trelles	10,00%	5.033,88
Edison Maldonado	10,00%	5.033,88
TOTAL INVERSIÓN	20,00%	10.067,75

Elaboración: La Autora

FUENTES EXTERNAS.

Después de buscar algunas alternativas de financiamiento más convenientes para este proyecto, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Fomento, ya que es un organismo que otorga créditos para este tipo de inversiones a través de sus líneas de crédito. El crédito constituirá el 80% que corresponde a \$40.271 dólares a 36 meses plazo y al 11,20% de interés anual con el objeto de financiar este proyecto.

**Cuadro No.82
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL**

BENEFICIARIO		Quesería "Don Q"			
INSTIT. FINANCIERA		Banco del Fomento			
MONTO EN USD		40.271,00			
TASA DE INTERES		11,20%	Tasa Int. Mensual		0,93%
PLAZO		3	años		
GRACIA		0	años		
FECHA DE INICIO		01/12/2013			
MONEDA		Dólares			
AMORTIZACION CADA		30	días		
Número de períodos		36	para amortizar capital		
No.	Vencimiento	Dividendo	Interes	Principal	Saldo
0					40.271,00
1	01-dic-13	1.322,24	375,86	946,38	39.324,63
2	01-ene-14	1.322,24	367,03	955,21	38.369,42
3	01-feb-14	1.322,24	358,11	964,12	37.405,29
4	01-mar-14	1.322,24	349,12	973,12	36.432,17
5	01-abr-14	1.322,24	340,03	982,20	35.449,97
6	01-may-14	1.322,24	330,87	991,37	34.458,60
7	01-jun-14	1.322,24	321,61	1.000,62	33.457,97
8	01-jul-14	1.322,24	312,27	1.009,96	32.448,01
9	01-ago-14	1.322,24	302,85	1.019,39	31.428,62
10	01-sep-14	1.322,24	293,33	1.028,90	30.399,71
11	01-oct-14	1.322,24	283,73	1.038,51	29.361,20
12	01-nov-14	1.322,24	274,04	1.048,20	28.313,00
13	01-dic-14	1.322,24	264,25	1.057,98	27.255,02
14	01-ene-15	1.322,24	254,38	1.067,86	26.187,16
15	01-feb-15	1.322,24	244,41	1.077,82	25.109,34
16	01-mar-15	1.322,24	234,35	1.087,88	24.021,45
17	01-abr-15	1.322,24	224,20	1.098,04	22.923,41
18	01-may-15	1.322,24	213,95	1.108,29	21.815,13
19	01-jun-15	1.322,24	203,61	1.118,63	20.696,50
20	01-jul-15	1.322,24	193,17	1.129,07	19.567,43
21	01-ago-15	1.322,24	182,63	1.139,61	18.427,82
22	01-sep-15	1.322,24	171,99	1.150,25	17.277,57
23	01-oct-15	1.322,24	161,26	1.160,98	16.116,59
24	01-nov-15	1.322,24	150,42	1.171,82	14.944,77
25	01-dic-15	1.322,24	139,48	1.182,75	13.762,02
26	01-ene-16	1.322,24	128,45	1.193,79	12.568,23
27	01-feb-16	1.322,24	117,30	1.204,93	11.363,29
28	01-mar-16	1.322,24	106,06	1.216,18	10.147,11
29	01-abr-16	1.322,24	94,71	1.227,53	8.919,58
30	01-may-16	1.322,24	83,25	1.238,99	7.680,59
31	01-jun-16	1.322,24	71,69	1.250,55	6.430,04
32	01-jul-16	1.322,24	60,01	1.262,22	5.167,81
33	01-ago-16	1.322,24	48,23	1.274,01	3.893,81
34	01-sep-16	1.322,24	36,34	1.285,90	2.607,91
35	01-oct-16	1.322,24	24,34	1.297,90	1.310,01
36	01-nov-16	1.322,24	12,23	1.310,01	0,00
TOTAL			7.329,58	40.271,00	47.600,58

Cuadro No. 83
PRESUPUESTO DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 COSTOS TOTALES	AÑO 2 COSTOS TOTALES	AÑO 3 COSTOS TOTALES	AÑO 4 COSTOS TOTALES	AÑO 5 COSTOS TOTALES
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	145.980,00	149.921,46	153.969,34	158.126,51	162.395,93
Mano de Obra Directa	14.503,46	15.230,29	15.641,51	16.063,83	16.497,56
Total Costos Primos	160.483,46	165.151,75	169.610,85	174.190,34	178.893,48
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima Indirecta	5.702,40	5.856,36	6.014,49	6.176,88	6.343,65
Mano de Obra Indirecta	4.811,10	5.274,51	5.416,92	5.563,18	5.713,38
Depreciación de Maquinaria y Equipo	670,05	670,05	670,05	670,05	670,05
Depreciación de Adecuaciones e Inst.	301,50	301,50	301,50	301,50	301,50
Total Costos Indirectos de Producción	11.485,05	12.102,43	12.402,96	12.711,61	13.028,59
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	171.968,51	177.254,18	182.013,81	186.901,95	191.922,07
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	11.332,06	12.431,96	12.767,62	13.112,34	13.466,38
Depreciación de Muebles de Oficina	113,67	113,67	113,67	113,67	113,67
Depreciación de Equipos de Computación	397,32	397,32	409,36	0,00	482,94
Depreciación de Equipos de Oficina	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10
Materiales de Oficina	283,80	291,46	299,33	307,41	315,71
Materiales de Limpieza	66,22	68,01	69,84	71,73	73,67
Canon de Arrendamiento	5.400,00	5.545,80	5.695,54	5.849,32	6.007,25
Servicios Básicos	1.520,40	1.561,45	1.603,61	1.646,91	1.691,37
Total Gastos Administrativos	19.157,56	20.453,76	21.003,07	21.145,48	22.195,09
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	603,00	619,28	636,00	653,17	670,81
Promoción	465,00	477,56	490,45	503,69	517,29
Combustible y Lubricantes	1.620,00	1.663,74	1.708,66	1.754,79	1.802,17
Total Gastos de Venta	2.688,00	2.760,58	2.835,11	2.911,66	2.990,27
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses del Préstamo	2.443,19	2.443,19	2.443,19	0,00	0,00
Total de Gastos Financieros	2.443,19	2.443,19	2.443,19	0,00	0,00
OTROS GASTOS					
Amortización de Activos Diferidos	276,16	276,16	276,16	276,16	276,16
Total de Otros Gastos	276,16	276,16	276,16	276,16	276,16
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	24.564,92	25.933,69	26.557,53	24.333,30	25.461,53
COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN	196.533,43	203.187,87	208.571,34	211.235,25	217.383,60
Elaboración: La Autora					

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

- ✓ Costo de Producción: Costos Primos, Gastos Indirectos de Fabricación.
- ✓ Costos de Operación: Gastos Administrativos, Gastos de Venta, Gastos Financieros.

La estructura de los costos para este proyecto se lo realizó en base a los datos que se obtuvo en el cuadro N° 73.

Cuadro N° 84

Estructura de Costos Año 1

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 1	
Queso Seco	Unidades Producidas
	142.560
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	160.483,46
+ Gastos Indirectos de Producción	11.485,05
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	171.968,51
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	19.157,56
+ Gastos de Ventas	2.688,00
Gastos Financieros	2.443,19
Otros Gastos	276,16
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	24.564,92
COSTO TOTAL	196.533,43

Fuente: Cuadro 49 y 86

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 85

Estructura de Costos Año 2

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 2	
Queso Seco	Unidades Producidas
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	165.151,75
+ Gastos Indirectos de Producción	12.102,43
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	177.254,18
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	20.453,76
+ Gastos de Ventas	2.760,58
Gastos Financieros	2.443,19
Otros Gastos	276,16
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	25.933,69
COSTO TOTAL	203.187,87

Fuente: Cuadro 49 y 86

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 86

Estructura de Costos Año 3

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 3	
Queso Seco	Unidades Producidas
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	169.610,85
+ Gastos Indirectos de Producción	12.402,96
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	182.013,81
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	21.003,07
+ Gastos de Ventas	2.835,11
Gastos Financieros	2.443,19
Otros Gastos	276,16
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	26.557,53
COSTO TOTAL	208.571,34

Fuente: Cuadro 49 y 86

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 87

Estructura de Costos Año 4

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 4	
Queso Seco	Unidades Producidas
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	174.190,34
+ Gastos Indirectos de Producción	12.711,61
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	186.901,95
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	21.145,48
+ Gastos de Ventas	2.911,66
Gastos Financieros	0,00
Otros Gastos	276,16
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	24.333,30
COSTO TOTAL	211.235,25

Fuente: Cuadro 49 y 86

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 88

Estructura de Costos Año 5

ESTRUCTURA DE COSTOS AÑO 5	
Queso Seco	Unidades Producidas
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos Primos	178.893,48
+ Gastos Indirectos de Producción	13.028,59
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	191.922,07
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	22.195,09
+ Gastos de Ventas	2.990,27
Gastos Financieros	0,00
Otros Gastos	276,16
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	25.461,53
COSTO TOTAL	217.383,60

Fuente: Cuadro 49 y 86

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES Y PRECIO DE VENTA

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto.

El precio de venta se determina, considerando el precio unitario de producción o fabricación más el margen de utilidad del 30%.

Una vez conocidos el costo unitario y el precio de venta, se proyectan los ingresos para los 5 años del proyecto.

CUADRO Nº 89

INGRESOS

Año	Costo Total	Cantidad de Servicios Anuales Ofertados	Costo Unitario	Margen Utilidad	PVP	Ingresos por Ventas
				30%		
1	196.533,43	142.560	1,38	0,41	1,79	255.493,46
2	203.187,87	161.568	1,26	0,38	1,63	264.144,23
3	208.571,34	180.576	1,16	0,35	1,50	271.142,75
4	211.235,25	180.576	1,17	0,35	1,52	274.605,83
5	217.383,60	180.576	1,20	0,36	1,56	282.598,68

Elaboración: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultados o de pérdidas y ganancias es el balance para determinar si el negocio produce una utilidad o una pérdida.

Para proyectar los costos se utiliza el índice promedio de inflación de precios de los últimos cinco años que es de 5%.

El estado de resultados proyectado de la empresa a 5 años es el siguiente:

Cuadro Nº 90
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ingreso por Ventas	255.493,46	264.144,23	271.142,75	274.605,83	282.598,68
Total de Ingresos	255.493,46	264.144,23	271.142,75	274.605,83	282.598,68
EGRESOS					
Costo de Operación	196.533,43	203.187,87	208.571,34	211.235,25	217.383,60
Resultados antes de Utilidad	58.960,03	60.956,36	62.571,40	63.370,58	65.215,08
15% Utilidad a Trabajadores (-)	8.844,00	9.143,45	9.385,71	9.505,59	9.782,26
Resultados antes de Impuesto a la Renta	50.116,02	51.812,91	53.185,69	53.864,99	55.432,82
25% Impuesto a la Renta (-)	12.529,01	12.953,23	13.296,42	13.466,25	13.858,20
Resultados antes de Reserva Legal	37.587,02	38.859,68	39.889,27	40.398,74	41.574,61
10% Reserva Legal (-)	3.758,70	3.885,97	3.988,93	4.039,87	4.157,46
Total de Egresos	221.665,14	229.170,52	235.242,40	238.246,96	245.181,52
UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	33.828,32	34.973,71	35.900,34	36.358,87	37.417,15

Fuente: Cuadro
Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

Para elaborar el punto de equilibrio se realiza la clasificación de los costos, partiendo de los costos generales de producción, los mismos que son divididos en costos fijos y variables, para el año 1, año 3 y año 5 del proyecto.

El cálculo del punto de equilibrio se lo ha realizado en función de la capacidad instalada, de las ventas y de las cantidades producidas. Luego se lo representó gráficamente.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{22.050,27}{56.894,82 - 21.999,11} \times 100$$

$$PE = 63,19\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{22.050,27}{1 - \frac{21.999,11}{56.894,82}}$$

$$PE = \$35.951,30$$

c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR

$$PE = \frac{CF}{(Pu - CVu)}$$

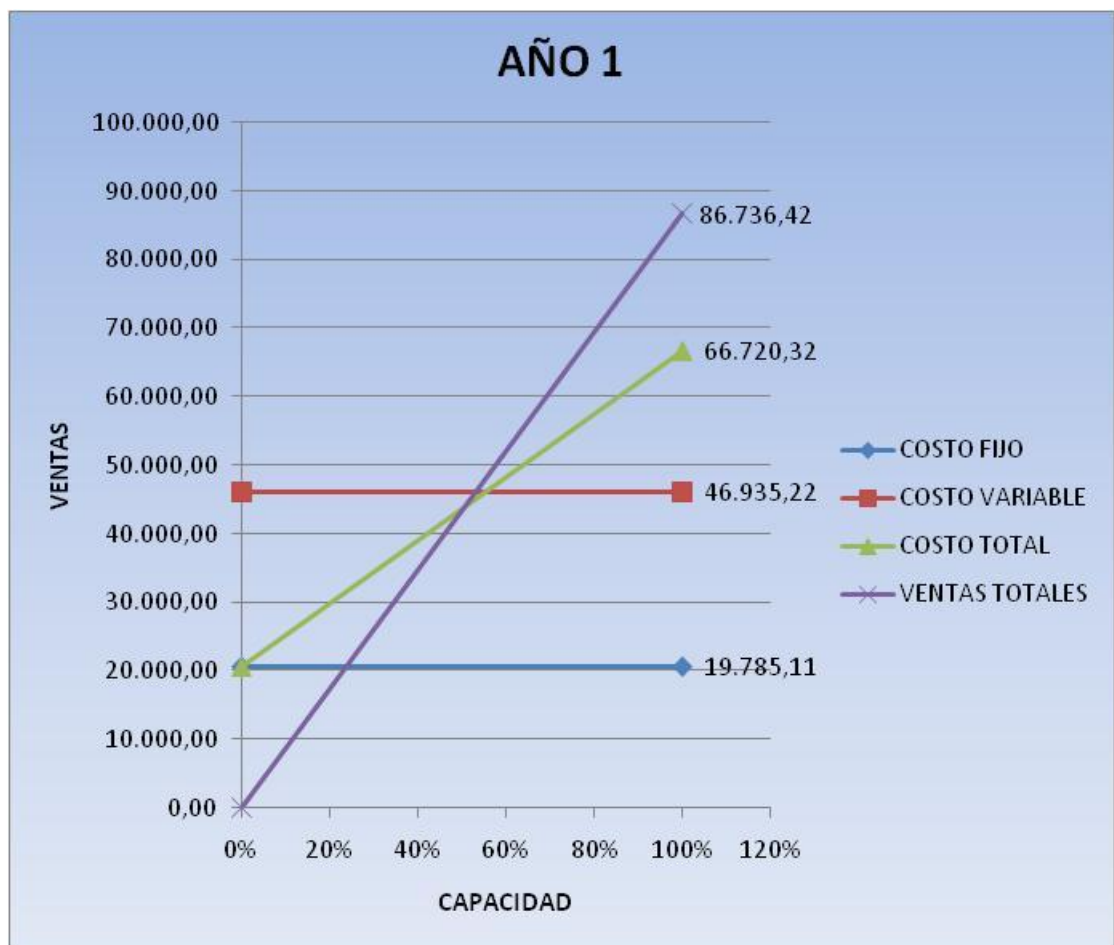
$$PE = \frac{22.050,27}{(0,69 - 0,27)}$$

$$PE = 22.050,27$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 1 se da cuando las ventas alcanzan los \$35.951,30, con un 63,19% de la capacidad instalada de la empresa y 22.050,27 fundas de queso dulces crocantes de camote vendidos en el año. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

GRAFICO Nº 29

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{25.238,77}{65.338,57 - 25.305,80} \times 100$$

$$PE = 63,05\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{25.238,77}{1 - \frac{25.305,80}{65.338,57}}$$

$$PE = \$41.192,88$$

c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR

$$PE = \frac{CF}{(Pu - CVu)}$$

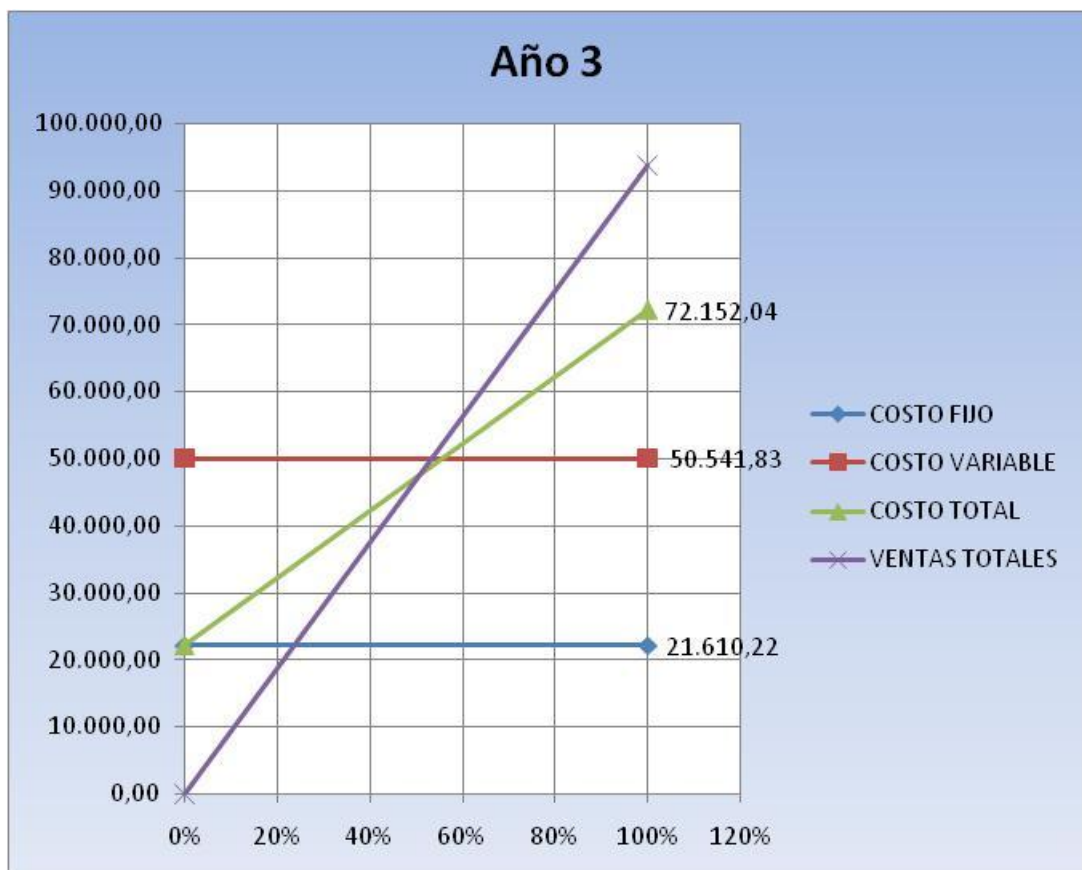
$$PE = \frac{25.238,77}{(0,71 - 0,28)}$$

$$PE = 58.694,81$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 3 se da cuando las ventas alcanzan los \$41.192,88; con un 63,05% de la capacidad instalada de la empresa y 58.694 fundas de queso dulces crocantes de camote vendidos en el año. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

GRAFICO Nº 30

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{27.463,05}{71.970,51 - 27.899,65} \times 100$$

$$PE = 62,31\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{27.463,05}{1 - \frac{27.899,65}{71.970,51}}$$

$$PE = \$44.848,50$$

c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR

$$PE = \frac{CF}{(Pu - CVu)}$$

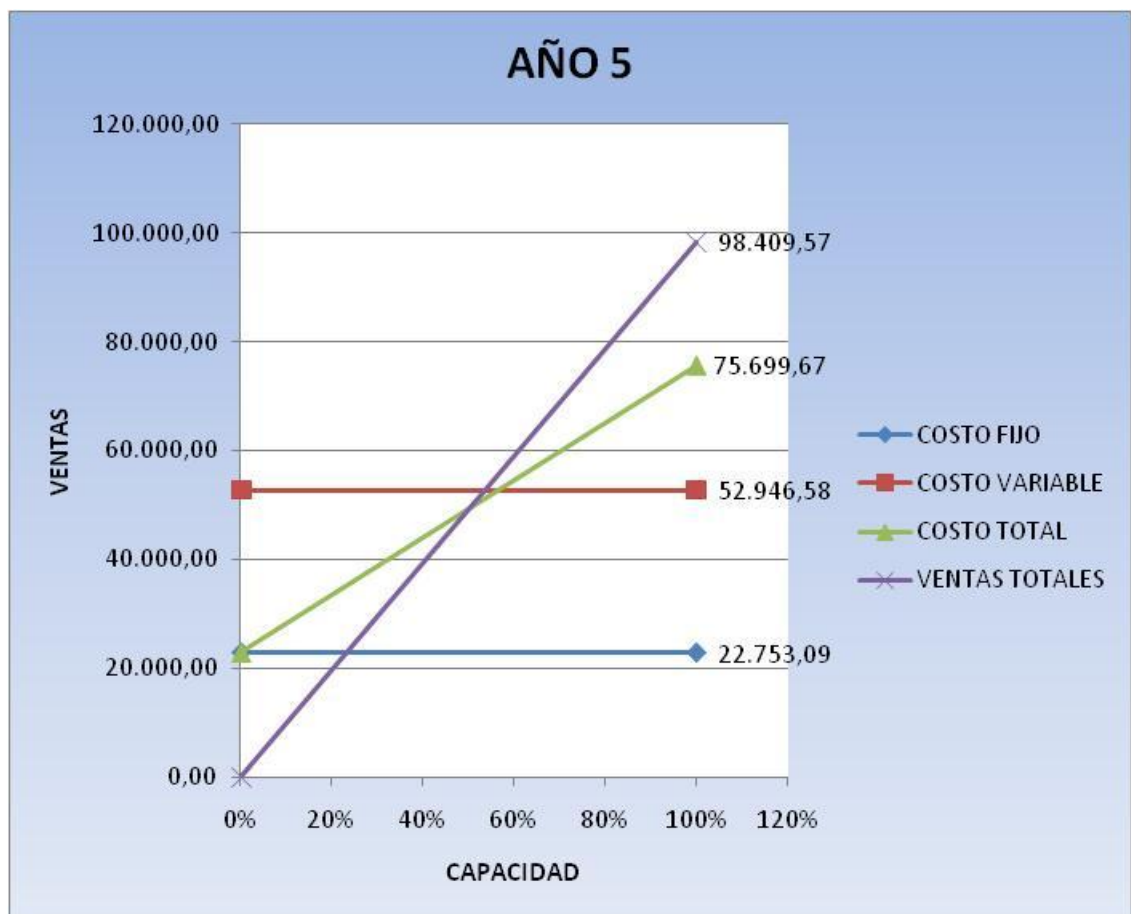
$$PE = \frac{27.463,05}{(0,78 - 0,30)}$$

$$PE = 57.214,69$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 5 se da cuando las ventas alcanzan los \$44.848,50; con un 62,31% de la capacidad instalada de la empresa y 57215 fundas de queso dulces crocantes de camote vendidos en el año. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

GRAFICO Nº 30

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO NETO DE CAJA

El flujo de efectivo o caja es todo el dinero que ingresa al negocio por ingresos operacionales (ventas) e ingresos no operacionales, menos todos los egresos (operacionales y no operacionales) que generen una salida de efectivo dando como resultado un flujo de efectivo neto, es decir, el dinero líquido que habrá en caja o en el banco al final del periodo.

El flujo de caja se lo representa en siguiente cuadro:

CUADRO Nº 91

FLUJO NETO DE CAJA

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		255.493,46	264.144,23	271.142,75	274.605,83	282.598,68
Valor Residual				593,01		
Pago de Capital	50.338,75					
Total de Ingresos	50.338,75	255.493,46	264.144,23	271.735,76	274.605,83	282.598,68
EGRESOS						
Activo Fijo	32.845,00					
Activo Diferido	1.380,80					
Activo Circulante	16.112,95					
Presupuesto de Operación		196.533,43	203.187,87	208.571,34	211.235,25	217.383,60
Reinversión					2.184,26	
Participación de Utilidades		8.844,00	9.143,45	9.385,71	9.505,59	9.782,26
Impuesto a la Renta		12.529,01	12.953,23	13.296,42	13.466,25	13.858,20
Reserva Legal		3.758,70	3.885,97	3.988,93	4.039,87	4.157,46
Total de Egresos	50.338,75	221.665,14	229.170,52	235.242,40	240.431,23	245.181,52
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	33.828,32	34.973,71	36.493,35	34.174,60	37.417,15
Fuente: Cuadro Nº 87						
Elaboración: La Autora						

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del período de duración del proyecto de inversión.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

Se toma como base el 11,20% porque es el porcentaje de interés del costo del préstamo realizado en el Banco del Fomento.

CUADRO N° 92
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		11,20%	
0	50.338,75		
1	33.828,32	0,899280576	30.421,15
2	34.973,71	0,808705554	28.283,44
3	36.493,35	0,727253196	26.539,91
4	34.174,60	0,654004672	22.350,35
5	37.417,15	0,588133698	22.006,29
		TOTAL	129.601,13
		INVERSIÓN	50.338,75
		VAN	79.262,38

Fuente: Cuadro N° 88
Elaboración: La Autora

$$VAN = \sum \text{Flujo Neto de Caja} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 129.601,13 - 50.338,75$$

$$VAN = 79.262,38$$

Análisis:

- ❖ Si el VAN es mayor a 1 el proyecto se acepta.
- ❖ Si el VAN es igual a 1 el proyecto es indiferente.
- ❖ Si el VAN es menor a 1 el proyecto se rechaza.

El proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a 1 y positivo.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. Mediante este criterio se determina el número de períodos necesarios para recaudar la inversión. Resultado que se compara con el número de períodos aceptables para la empresa.

CUADRO Nº 93

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	50.338,75		
1		33.828,32	33.828,32
2		34.973,71	68.802,03
3		36.493,35	105.295,38
4		34.174,60	139.469,98
5		37.417,15	176.887,14

Fuente: Cuadro Nº 88
Elaboración: La Autora

$$PRC = \text{Año que supera la Inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inversión}} \right)$$

$$PRC = 2 + \left(\frac{50.338,75 - 68.802,03}{34.973,71} \right) = 1.47$$

PRC	1,47			⇒	1	Año
PRC	0,47	x	12 meses	⇒	5	Meses
PRC	0,64	x	30 días	⇒	19	Días

ANÁLISIS: La empresa productora de queso seco “Don Q” recuperará el capital invertido en 1 año, 5 meses y 19 días.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad del beneficio, por cada dólar invertido, pues la toma de decisiones se debe basar también en este criterio.

CUADRO Nº 94 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑO	ACTUALIZACIÓN DEL COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
		11,20%			11,20%	
0						
1	196.533,43	0,89928058	176.738,69	255.493,46	0,899280576	229.760,30
2	203.187,87	0,80870555	164.319,16	264.144,23	0,808705554	213.614,91
3	208.571,34	0,72725320	151.684,18	271.142,75	0,727253196	197.189,43
4	211.235,25	0,65400467	138.148,84	274.605,83	0,654004672	179.593,49
5	217.383,60	0,58813370	127.850,62	282.598,68	0,588133698	166.205,80
			758.741,49			986.363,94
					R B/C	1,30

Fuente: Cuadro Nº 88
Elaboración: La Autora

$$RBC = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$RBC = 758.741,49 = 1,30$$

Análisis:

Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto.

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente.

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto.

En la empresa productora de queso dulces crocantes Camote Chips, por cada dólar invertido se obtendrá 0.30 centavos de rentabilidad o ganancia.

TASA INTERNA DE RETORNO.

Este método de evaluación al igual que el VAN toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 95

TASA INTERNA DE RETORNO

Años	Flujo Neto	Factor Actualizac.	Van Menor	Factor Actualizac.	Van Mayor
		63,00%		64,00%	
0	50.338,75		-50.338,75		-50.338,75
1	33.828,32	0,61349693	20.753,57	0,6097561	20.627,02
2	34.973,71	0,37637849	13.163,35	0,3718025	13.003,31
3	36.493,35	0,23090705	8.426,57	0,22670884	8.273,37
4	34.174,60	0,14166076	4.841,20	0,1382371	4.724,20
5	37.417,15	0,08690844	3.251,87	0,08429091	3.153,93
		VAN Tm	97,81	VAN TM	-556,93

Fuente: Cuadro Nº 88
Elaboración: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 63 + 1 \left(\frac{97,81}{97,81 - (-556,93)} \right)$$

$$TIR = 63,15\%$$

Análisis:

- ❖ Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- ❖ Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- ❖ Si la TIR es menor que el costo de capital debe rechazarse el proyecto.

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero, que es del 11,20%.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es una de las partes más importantes en la toma de decisiones; pues permite determinar cuándo una solución sigue siendo óptima, dados algunos cambios ya sea en el entorno del problema, en la empresa o en los datos del problema mismo.

Este análisis consiste en determinar qué tan sensible es el proyecto a ciertos cambios del entorno.

CUADRO N° 96

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 18,15%

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIG.	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
		AUMENTADO		FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
		18,15%			38,00%	Tm	39,00%	TM
0				50.338,75		-50.338,75		-50.338,75
1	196.533,43	232.204,24	255.493,46	23.289,21	0,72463768	16.876,24	0,71942446	16.754,83
2	203.187,87	240.066,47	264.144,23	24.077,76	0,52509977	12.643,23	0,51757155	12.461,97
3	208.571,34	246.427,04	271.142,75	24.715,70	0,38050708	9.404,50	0,37235364	9.202,98
4	211.235,25	249.574,45	274.605,83	25.031,38	0,27572977	6.901,90	0,26788031	6.705,41
5	217.383,60	256.838,72	282.598,68	25.759,96	0,19980418	5.146,95	0,19271965	4.964,45
				TOTAL		634,06	TOTAL	-249,11

Fuente: Cuadro N°
Elaboración: La Autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 18,15 + 1 \left(\frac{634,06}{634,06 - (-249,11)} \right)$$

$$NTIR = 38,71$$

$$Diferencias\ TIR = TIR\ Proyecto - Nueva\ TIR$$

$$Diferencias\ TIR = 63,15 - 38,71$$

$$Diferencias\ TIR = 24,43$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{Diferencias\ TIR}{TIR\ Proyecto}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{24,43}{63,15}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = 0,39$$

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje\ de\ Variación}{Nueva\ TIR} \times 100$$

$$Sensibilidad = \frac{0,39}{38,71} \times 100 = 0,99$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta 18,15% en los costos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

CUADRO Nº 97

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS DEL 13,98%

AÑOS	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	COSTO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
		DISMINUIDO		FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
		13,98%			38,00%	Tm	39,00%	TM
0				50.338,75		-50.338,75		-50.338,75
1	255.493,46	219.775,47	196.533,43	23.242,04	0,72463768	16.842,06	0,71942446	16.720,89
2	264.144,23	227.216,87	203.187,87	24.029,00	0,52509977	12.617,62	0,51757155	12.436,73
3	271.142,75	233.236,99	208.571,34	24.665,65	0,38050708	9.385,45	0,37235364	9.184,34
4	274.605,83	236.215,93	211.235,25	24.980,68	0,27572977	6.887,92	0,26788031	6.691,83
5	282.598,68	243.091,38	217.383,60	25.707,78	0,19980418	5.136,52	0,19271965	4.954,40
				TOTAL		530,82	TOTAL	-350,56

Fuente: Cuadro Nº
Elaboración: La Autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 13,98 + 1 \left(\frac{530,82}{530,82 - (-350,56)} \right)$$

$$NTIR = 38,60$$

$$Diferencias\ TIR = TIR\ Proyecto - Nueva\ TIR$$

$$Diferencias\ TIR = 63,15 - 38,60$$

$$Diferencias\ TIR = 24,55$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{Diferencias\ TIR}{TIR\ Proyecto}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = \frac{24,55}{63,15}$$

$$Porcentaje\ de\ Variación = 0,39$$

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje\ de\ Variación}{Nueva\ TIR} \times 100$$

$$Sensibilidad = \frac{0,39}{38,60} \times 100 = 0,99$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución de hasta 13,98% en los ingresos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

h. CONCLUSIONES

Se concluye:

- A través del estudio de mercado se comprobó que existe una demanda efectiva de queso seco para el primer año de vida útil del proyecto de 8`147.295 unidades de este producto. Además se determinó que no existen empresas productoras de queso seco, por lo que el análisis de la oferta se lo realizó desde el punto de vista de comercialización de queso de cualquier tipo, determinándose que para el primer año la oferta es de 2`433.186 unidades; la comparación de esta cifras permitió determinar la demanda insatisfecha para el primer año es de 5`714.109 unidades de queso seco en presentación de una libra.
- La capacidad instalada de la planta es de 190.080 fundas de queso seco en la presentación de 1 libra; cifra que representa el 3,3% de la demanda insatisfecha. Para el primer año de operación se iniciará con una capacidad del 75% durante el primer año de funcionamiento, hasta llegar al 95% en el tercer año.
- La planta estará ubicada en el cantón Celica, lugar donde existe abundante materia prima.
- La puesta en marcha del proyecto demanda de 6 empleados entre operativos y administrativos, por lo que la creación de la empresa productora y comercializadora de Queso seco contribuirá a disminuir la tasa de desempleo en la zona.

- La empresa se constituirá bajo la modalidad de Compañía limitada y su razón social es QUESOS “DON Q” CIA. LTDA.
- La inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de \$50.338,75; de este total el 20% que corresponde a \$10.067,75 será aportado por los socios y el 80% restante será financiado mediante un crédito en el Banco de Fomento.
- Se prevé que para el primer año de funcionamiento la empresa reporte una utilidad de \$33.828,32 y para el quinto año ascienda a \$37.417,15
- El punto de equilibrio para el primer año de funcionamiento se da cuando la empresa trabaja a un 63,19% de su capacidad instalada y alcance las ventas de \$56.894,92; en este punto la empresa no gana ni pierde.
- La evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: El Valor Actual Neto del presente proyecto es positivo, lo que significa que el valor de la empresa tendrá un incremento de \$79.262,38 por lo tanto de acuerdo a esta variable se acepta el proyecto.
- La Tasa Interna de Retorno del presente proyecto es de 63,15%, cifra superior al costo de capital que es del 11,20%, por lo tanto de acuerdo a los criterios de evaluación el proyecto es factible. El capital invertido se recupera en 1 año, 5 meses y 19 días, tiempo inferior a la vida útil del proyecto que es de 5 años, por lo tanto se concluye que el proyecto es factible.
- La empresa soporta hasta un incremento en sus costos de hasta el 18,15% y una disminución de sus ingresos hasta el 13,98%.

- En base a los resultados favorables en todas las fases del estudio de factibilidad se concluye que el proyecto generará beneficios económicos a sus inversionistas como a la sociedad en general, por lo tanto es factible su ejecución.

i. RECOMENDACIONES

- ✓ Aprovechar la necesidad existente en la población de la provincia de Loja, quienes desean consumir un producto de calidad, la creación de la empresa permitirá generar riqueza mediante el aprovechamiento de la producción local.
- ✓ Adquirir la maquinaria detallada en el estudio técnico, la cual permitirá llevar un adecuado proceso productivo, de igual manera se recomienda iniciar la producción con el porcentaje de capacidad instalada detallada en el estudio hasta lograr posicionar el producto en el mercado.
- ✓ Ubicar la planta en el lugar señalado, en vista de que reúne las condiciones necesarias para facilitar su operación.
- ✓ Contratar al personal necesario para que fluya con normalidad las diferentes etapas del proceso productivo, así como las actividades administrativas.
- ✓ Constituir a la empresa como una Compañía de Responsabilidad Limitada, ya que esta modalidad presta las facilidades legales para su constitución.
- ✓ En lo posible sujetarse a las estimaciones realizadas, las cuales se encuentran debidamente respaldadas.
- ✓ Procurar el adecuado aprovechamiento de la utilidad que reporta la empresa, valor que puede permitir ampliar la planta y generar más plazas de trabajo.

- ✓ Procurar mantener la empresa por encima de su punto de equilibrio, a fin de garantizar su continuidad en el mercado.
- ✓ Poner en marcha el proyecto, el cual como se ha demostrado en el presente estudio, generará fuentes de trabajo y mediante su aporte tributario contribuirá a elevar el nivel de vida de los ciudadanos que habitan en la provincia de Loja.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, Alberto. CURSO BÁSICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MERCADEO. Edit. Norma S.A., 1991.
- SELDON, Arthur. DICCIONARIO DE ECONOMÍA. Edit. Oikos S.A. Barcelona-España. 1975.
- KOTLER, Philip., DIRECCIÓN DE MARKETING. Prentice Hall Iberia, Primera Edición. España.
- QUEZADA GONZÁLEZ, Miguel Aurelio. DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994.
- SANTOS Santos. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN. 2008
- GARCÍA Flor. GUÍA PARA ELABORAR PLANES DE NEGOCIO. Quito – Ecuador, Primera Edición. 2006
- MC EACHERN William. MICROECONOMÍA: UNA INTRODUCCIÓN CONTEMPORÁNEA. México DF, Thomson Learnign, 2003.
- QUILODRÁN R. Federico. MANUAL DE PREPARACIÓN DE PROYECTOS. Serie de manuales técnicos.
- GRAHAM Stefan Zehle. EVALUACIÓN FINANCIERA. Cit. Buenos Aires, Cuatro Media, 2008,

LINKOGRAFÍA

- <http://crearunaempresaya.wordpress.com/2011/09/08/58/>
- www.crecenegocios.com
- www.monografias.com/ofertaydemanda
- www.akuah.wordpress.com
- <http://www.binasss.sa.cr/revistas/rmcc/594/art4.pdf>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>
- <http://www.inec.gob.ec/inec/index>

k. ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO DE TESIS

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE QUESO SECO EN EL CANTÓN CELICA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA

PROBLEMÁTICA

La provincia de Loja es una zona que entre sus recursos de agroproducción, cuentan con la ganadería de la cual extraen principalmente la leche, que además de su comercialización directa es transformada en queso y queso seco o quesillo, productos de gran consumo a nivel provincial.

Sin embargo, el desconocimiento de cómo crear o implementar empresas de producción para derivados de leche como en este caso queso seco o quesillo, hace que este no sea eficientemente comercializado y los productores tienen que conformarse con vender su producción a bajos rendimientos.

Además, este desconocimiento de cómo levantar o crear estas empresas, con que capital y rentabilidad, hace que los lugareños no se atrevan a invertir o buscar financiamiento que les permita poner en marcha sus ideas productivas con respecto a la producción de queso seco o quesillo.

Además se pierde la posibilidad de motivarlos a mejorar su producción adquiriendo tecnología para la misma y por ende ir convirtiendo poco a poco a la zona en sector con futuro florecimiento industrial de queso seco, aprovechando la oferta de materia prima y mano de obra del sector.

El queso seco es un producto de consumo familiar diario y que hasta el momento solo es producido en forma ancestral y empírica sin tener en cuenta condiciones sanitarias y controles de calidad que resulten en un producto fresco y apto para el consumo humano.

Con la creación de esta industria productora de queso seco o quesillo se originarán beneficios al consumidor, ya que se elaborará un producto de excelente calidad, a precios accesibles, se fomentarán nuevos puestos de empleos y así de esta manera se propenderá a cooperar a la estabilidad económica del cantón Celica, dada su alta producción de leche y en vista que el excedente de la misma no es eficientemente transformado en un derivado de calidad como es el queso seco o quesillo, ha sido escogido para la implementación de una empresa productora del mismo y de esta manera general empleo y aumentar el ingreso familiar del sector.

Por lo tanto la falta de una empresa productora de queso seco conlleva a que las familias consumidoras de este producto no cuenten con un producto de calidad para su consumo, mientras que los productores pierden al mismo tiempo la posibilidad de realizar una inversión que mejore su calidad de vida económica y social.

JUSTIFICACIÓN

Se justifica la realización del presente trabajo de investigación por las siguientes razones:

Justificación Académica

Académicamente con el fin de dar cumplimiento a los objetivos de la Universidad Nacional de Loja, y como parte del pensum de estudios, como egresada en la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia y con los conocimientos adquiridos durante los cinco años de estudio para la formación profesional que esté de acuerdo con las necesidades presentes y futuras de la sociedad, creo que es necesario la realización del presente proyecto de factibilidad, que me permita como egresada, aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la Carrera y obtener resultados reales reforzando mi formación académica y que asegurarán el éxito en la realización de futuras investigaciones.

Justificación Social

Con el aporte de este Proyecto de Factibilidad se pretende contribuir con el mejoramiento en cuanto a la producción de queso seco en el cantón Celica y su comercialización a nivel provincial, que a su vez garanticen el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, creando fuentes de trabajo.

Justificación Económica

Se justifica el presente trabajo económicamente porque al final del mismo se podrá determinar si es factible la creación de una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la provincia de Loja. Estoy segura que esta es una excelente oportunidad de emprendimiento empresarial y de esta manera contribuiré con el adelanto económico de todas las personas que directa e indirectamente dependan de esta actividad, no solo en este sector sino en el desarrollo mismo de la ciudad y provincia.

OBJETIVOS

General:

"Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la Provincia de Loja"

Específicos:

- Realizar un Estudio de Mercado que permita obtener información de la necesidad del consumidor; analizando la oferta, demanda y competencia.
- Determinar el Estudio Técnico, el cual nos describe los requerimientos físicos y la macro y micro localización de la empresa.
- Aplicar el Estudio Administrativo, para determinar la Estructura Organizacional.

- Elaborar un Análisis Financiero para determinar presupuesto, inversiones, ingresos y gastos.
- Realizar una Evaluación Financiera para determinar la factibilidad y la rentabilidad del proyecto con respecto a la inversión y el período de recuperación haciendo uso de los indicadores financieros de rentabilidad: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación de Capital (PRC), Relación Beneficio-Costo (RBC) y los respectivos análisis de sensibilidad para incremento en los costos y disminución en los ingresos.

METODOS

Los métodos que se aplicaron en el desarrollo de la presente tesis son:

Método Inductivo

Este método permitirá en la investigación el análisis, la concepción y comprensión de la realidad específica del sector productor de queso, información obtenida con la aplicación de encuestas para luego proyectarla a una población o realidad, esta información servirá para definir premisas y características generales de segmentación de mercado de la población objetivo.

Método Deductivo

Este método proporcionará información acerca del mercado en estudio para determinar el tamaño de la muestra, además ayudará en la recopilación de información de las necesidades colectivas y afirmaciones generales del

mercado productor y consumidor de queso seco, que deberán ser particularizadas para establecer el estudio de mercado, técnico, financiero, y otros que requerirá el proyecto para determinar la viabilidad de la inversión, así como, en la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

Método Analítico

A través de este método se podrá analizar e interpretar los resultados que se obtendrán de las encuestas a ser aplicadas, de tal modo que se podrá estructurar el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero del presente proyecto.

Método Descriptivo

Este método permitirá analizar y determinar las características de consumo y oferta del queso seco, en base a las necesidades del consumidor, y describir todas las características de la empresa productora de queso seco a crearse en el cantón Celica y con comercialización en la Provincia de Loja.

Método Científico

Con este método se aplicarán los conocimientos adquiridos durante la preparación académica, tanto en su aspecto teórico como en su fase práctica para que la información recabada en esta investigación sea utilizada en la elaboración del Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la Provincia de Loja

Método Matemático

Este método permitirá realizar cálculos de matemáticas básica en aspectos de ponderación de porcentajes, reglas de tres, y más cálculos necesarios aplicados en la secuencia cuantitativa del presente trabajo.

Método Estadístico

Este método se aplicará para reunir, organizar y analizar datos numéricos ya que ayudará a resolver problemas y representarlos gráficamente; a través de éste método se podrá medir los resultados obtenidos de la encuesta y así se determinará el mayor porcentaje lo que permitirá determinar la factibilidad de crear una empresa productora de queso seco en el cantón Celica y su comercialización en la Provincia de Loja.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN:

La Observación

Esta técnica permitirá realizar la observación directa e indirecta en el sector de queso seco del cantón Celica y consumidor a nivel provincial, con el propósito de obtener datos para la investigación.

Encuesta

Esta técnica ayudará a recolectar la información mediante formularios, de esta manera se obtendrán datos estadísticos de la información que se requiere para determinar el tipo de necesidad que tiene el consumidor y a la vez poder desarrollar alternativas de solución a las mismas.

DETERMINACIÓN DE LA POBLACION Y MUESTRA

Población:

Para la siguiente investigación se tomó como muestra la información obtenida en el Censo de Población y Vivienda del 2010 realizado por el INEC, que para el 2010 estableció una población total de 448.966 habitantes en la Provincia de Loja. Es necesario proyectar este dato al 2013 con una tasa de crecimiento poblacional de 1.52% establecida por el INEC y que nos da como resultado 469.783 habitantes al 2013.

Debido a que el queso seco es un producto de consumo familiar es necesario determinar el número de familias existentes en la provincia de Loja, para lo cual a la cantidad total de habitantes al 2013, la dividimos para 4 integrantes promedio de un grupo familiar y obtenemos como resultado 117.446 familias en la Provincia de Loja al 2013.

Cuadro N° 1

Determinación de Población Provincia de Loja al 2010 y Proyección Poblacional de Familias al 2013.

Tasa de crecimiento poblacional		
1,52%		
Población Económicamente Activa Provincia de Loja		
Año	Económicamente Activa	Nº Familias
2010	448.996	112.249
PROYECCIÓN 2010 – 2013		
2011	455.821	113.955
2012	462.749	115.687
2013	469.783	117.446

Fuente: Redatam INEC

Elaboración: La Autora

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

$$Pf = 112.249 (1 + 0.0152)^3$$

$$Pf = 112.249 (1,04629)$$

$$Pf = 117.446$$

Muestra

El total de familias al 2013 en la provincia de Loja es 117.446

Datos:

N = 117.446

e = 0.05 (5% error de la muestra)

Con la aplicación de la siguiente fórmula se determinará la muestra a encuestar:

$$\mathbf{n} = \frac{\mathbf{N}}{1 + e^2(\mathbf{N})}$$

$$\mathbf{n} = \frac{117.446}{1 + 0.05^2(117.446)}$$

$$\mathbf{n} = \frac{117.446}{294,62}$$

$$\mathbf{n} = 398,64 \cong 399$$

Se determina por consiguiente que el total de encuestas a aplicar en la provincia de Loja es de 399 encuestas.

DISTRIBUCION MUESTRAL

La Distribución muestral es lo que resulta de considerar todas las muestras posibles que pueden ser tomadas de una población. Su estudio permite calcular la probabilidad que se tiene, dada una sola muestra, de acercarse al parámetro de la población. Mediante la distribución muestral se puede estimar el error para un tamaño de muestra dado.

Cuadro N° 2

DISTRIBUCION MUESTRAL

Nº	Cantones	Habitantes 2013	Familias 2013	Coficiente Muestral	Número de Encuestas
1	Loja	224834	56209	0,00339731	191
2	Calvas	29490	7373	0,00339731	25
3	Catamayo	32056	8014	0,00339731	27
4	Celica	15138	3785	0,00339731	13
5	Chaguarpamba	7493	1873	0,00339731	6
6	Espindola	15484	3871	0,00339731	13
7	Gonzanama	13305	3326	0,00339731	11
8	Macara	19898	4975	0,00339731	17
9	Paltas	24903	6226	0,00339731	21
10	Puyango	16231	4058	0,00339731	14
11	Saraguro	31580	7895	0,00339731	27
12	Sozoranga	7811	1953	0,00339731	7
13	Zapotillo	12882	3221	0,00339731	11
14	Pindal	9045	2261	0,00339731	8
15	Quilanga	4538	1135	0,00339731	4
16	Olmedo	5095	1274	0,00339731	4
TOTAL POBLACIÓN		469.783	117.446		399

Elaboración: La Autora

ANEXO 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA A DEMANDANTES

1. ¿Consume Ud. queso?

Si No

Si responde NO, ¿por qué? _____

2. ¿Ha consumido queso seco?

Si No

3. ¿Cuántas libras de queso seco consume Ud. Semanalmente?

1 libra
2 libras
3 libras
Más de 4 libras

4. ¿En qué lugares acostumbra Ud. adquirir el producto?

Mercados
Tiendas de Barrio
Supermercados
Otros

5. ¿Cuál es el precio promedio que paga Ud. por una libra de queso seco?

\$1,70 a \$1,80
\$1,81 a \$1,90
\$1,90 a \$2,00

6. **¿Conoce Ud. el valor nutricional del queso seco?**

Si No

7. **¿Si se creara una empresa de producción de queso seco en el cantón Celica para su comercialización en la Provincia de Loja, estaría Ud. dispuesto a adquirir este producto?**

Si No

8. **¿A través de qué medio de publicidad le gustaría conocer sobre el queso seco?**

Radio

Prensa

Televisión

Otros

9. **¿Cuál de las siguientes radios es de su preferencia?**

Radio Super Láser

Radio Matovelle

Radio Luz y Vida

10. **¿Cuál de los siguientes periódicos es de su preferencia?**

Diario La Hora

Diario Centinela

Diario Crónica de la Tarde

11. **¿Cuál es el horario en que usted tiene mayor acceso a escuchar radio?**

Mañana

Tarde

Noche

¡MUCHAS GRACIAS!

ANEXO 3



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENCUESTA A OFERENTES

1. ¿Es usted productor de queso seco?

Si No

2. ¿Considera que el precio por libra al cual usted vende su producto es:

Alto
Medio
Bajo

3. ¿Cómo califica la calidad del queso seco que usted oferta?

Excelente
Medio
Regular

4. ¿Cuántas libras de queso seco usted comercializa diariamente?

1 a 10 libras
11 a 20 libras
21 a 30 libras
Más de 10 fundas

5. ¿A través de qué medios de comunicación da a conocer su producto?

Radio
Periódico
Ninguno

¡MUCHAS GRACIAS!

INDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	3
c. INTRODUCCIÓN	4
d. REVISION DE LITERATURA.....	7
e. MATERIALES Y METODOS.....	32
f. RESULTADOS.....	38
g. DISCUSIÓN	57
h. CONCLUSIONES	144
i. RECOMENDACIONES	147
j. BIBLIOGRAFÍA	149
k. ANEXOS	151
INDICE	165