



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

TITULO:

“Elaboración de un Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un Frigorífico para la Comercialización de Productos Cárnicos Y Embutidos, en la Ciudad de Zumba, perteneciente al Cantón Chinchipe Provincia de Zamora Chinchipe”

**TESIS PREVIA AL GRADO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS.**

AUTORA:

Mercedes Karina Jaramillo Yaguana

DIRECTOR:

Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz M.A.E.

LOJA-ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

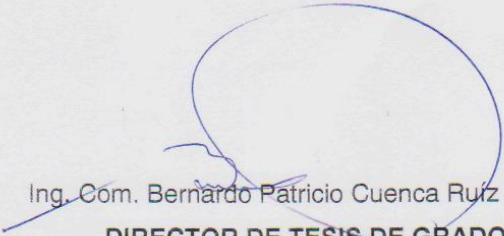
ING. COM. BERNARDO PATRICIO CUENCA RUÍZ M.A.E. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación denominado **“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN FRIGORÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS, EN LA CIUDAD DE ZUMBA, PERTENECIENTE AL CANTÓN CHINCHIPE PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”** autoría de Mercedes Karina Jaramillo Yaguana, previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, ha sido realizado bajo mi supervisión y luego de haber cumplido con las sugerencias y observaciones realizadas, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, Septiembre 08 del 2016

Atentamente


Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz M.A.E.
DIRECTOR DE TESIS DE GRADO


AUTORÍA

Yo, Mercedes Karina Jaramillo Yaguana, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Mercedes Karina Jaramillo Yaguana

Firma:



Cédula N°:1105174054


Fecha: Loja enero del 2017

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

Yo, Mercedes Karina Jaramillo Yaguana, declaro ser autora de la tesis titulada "ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN FRIGORÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS, EN LA CIUDAD DE ZUMBA, PERTENECIENTE AL CANTÓN CHINCHIPE PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE" como requisito para optar el 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 de 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.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 20 días del mes de enero del 2017, firma la Autora.

Firma: 

Autora: Mercedes Karina Jaramillo yaguana.

Cédula: 1105174054.

Dirección: San Pedro, Argentina y Uruguay.

Correo electrónico: mechistt_2012@hotmail.com

Teléfono: 073041138 **Celular:** 0990303891

DATOS COMPLEMENTARIOS.

Director de tesis: Ing. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz MAE.

TRIBUNAL DE GRADO: Ing. Rocío Toral Tinitana. Mg. Sc. PRESIDENTE

Dr. Oscar Gómez Cabrera. Mg. Sc. VOCAL

Ing. Juan Carlos Pérez. MAE. VOCAL

DEDICATORIA

A Dios, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante mi periodo de estudio.

A mi adorada madre, Edilma Yaguana, por todo su esfuerzo y dedicación para darme una formación académica; quien me brindó su amor, su cariño, su estímulo y apoyo constante. Esta tesis es el resultado de lo que me has enseñado en la vida ya que siempre has sido una persona honesta, entregada a tu trabajo, pero más que todo eso, una gran persona que siempre ha podido salir adelante y ser una triunfadora. Es por ello que hoy te dedico este trabajo de tesis. Gracias por confiar en mí y darme la oportunidad de culminar mi meta propuesta.

A mis abuelitos, Ubaldo y Francisca por estar siempre en los momentos importantes de mi vida, por ser el ejemplo para salir adelante y por los consejos que han sido de gran ayuda para mi vida y crecimiento.

A mi querida hermana, Katherine Jaramillo, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento, a todos aquellos familiares y amigos que me apoyaron incondicionalmente. ¡Gracias! Sin ustedes no hubiese podido hacer realidad este sueño.

Mercedes Karina Jaramillo Yaguana.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, por haberme permitido la formación como profesional en Ingeniería en Administración de Empresas, a las Autoridades del Área Jurídica Social y Administrativa, a los Docentes especialmente a quienes impartieron sus conocimientos durante la etapa de mi formación académica, al personal Administrativo; y a todos quienes formaron parte del proceso de profesionalización.

Un agradecimiento especial al Ing. Patricio Cuenca. Director de Tesis, por su valioso aporte al desarrollo del presente trabajo.

La Autora

a. TÍTULO.

“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLMETACIÓN DE UN FRIGRÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS, EN LA CIUDAD DE ZUMBA, PERTENECIENTE AL CANTÓN CHINCHIPE PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

b. RESUMEN.

El presente trabajo de investigación se realizó en la Ciudad de Zumba, teniendo como objetivo presentar una propuesta para la implementación de una comercializadora de productos cárnicos y embutidos.

Este proyecto se orienta a satisfacer la demanda de este tipo de productos, para dar cumplimiento a metas viables, se planteó los siguientes objetivos:

Realizar un estudio de mercado que permita determinar las condiciones de oferta y demanda; realizar el estudio técnico para determinar los requerimientos de tecnología; el estudio financiero para establecer el monto de inversión necesario, el costo de comercialización y los precios de venta; realizar la evaluación financiera para determinar la rentabilidad del proyecto propuesto.

Para dar cumplimiento a los objetivos se utilizó los siguientes métodos y técnicas de investigación: El método deductivo, para la fundamentación teórica; El método inductivo, para determinar los gustos y preferencias mediante la aplicación de la encuesta; el método descriptivo-analítico, para conocer la situación actual de los cárnicos, su procesamiento y requerimientos del mercado, entre las técnicas tenemos: La observación, permitió observar los procesos de comercialización de embutidos; La encuesta, se aplicó a una muestra de población de 270 familias de la ciudad de Zumba, y 14 oferentes, para determinar las condiciones de demanda y oferta de los embutidos y productos cárnicos.

En este trabajo se enfocan aspectos tales como: Estudio de Mercado, el cual con el apoyo de métodos, técnicas y procedimientos permitió determinar la demanda actual y futura y además conocer el comportamiento de la competencia.

Se establece el tamaño y localización de la empresa para una comercialización de 45864 libras de cárnicos y embutidos al año, se describe además el proceso de comercialización, la maquinaria a utilizar y el personal que formará parte de la empresa "COMERCIALIZADORA LA ZUMBEÑITA".

Seguidamente se detalla el estudio financiero en el que constan las inversiones y financiamiento necesario para la puesta en operación del proyecto; además la evaluación financiera, que se constituye en una de las partes primordiales que permite establecer la factibilidad del mismo, se analiza los principales indicadores como el Valor Actual Neto de \$ 23.940 dólares; Tasa Interna de Retorno de 38,78%; Relación Beneficio Costo de \$1.08 por cada dólar invertido la empresa gana 0,08 centavos de dólar; Periodo de Recuperación del Capital es de 2 años, 8 meses y 23 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos de 4,28% y el análisis de sensibilidad en la disminución de los ingresos del 3,88%; mismos que determinan una situación factible para la ejecución del proyecto, finalmente se incluye las conclusiones y recomendaciones, producto de la presente investigación, las cuáles permitirán operar de una mejor manera al proyecto.

ABSTRACT.

The present research work was carried out in the city of Zumba, aiming to present a proposal for the implementation of a commercialization of meat and sausage products.

This project is aimed at meeting the demand for this type of products, in order to meet viable goals, the following objectives were proposed:

Carry out a market study to determine the conditions of supply and demand; Conduct the technical study to determine the technology requirements; The financial study to establish the amount of investment required, the cost of marketing and sales prices; Perform the financial assessment to determine the profitability of the proposed project.

In order to fulfill the objectives, the following research methods and techniques were used: The deductive method, for the theoretical foundation; The inductive method, to determine tastes and preferences through the application of the survey; The descriptive-analytical method, to know the current situation of the meat, its processing and market requirements, among the techniques we have: Observation, allowed to observe the processes of marketing of sausages; The survey was applied to a population sample of 270 families in the city of Zumba and 14 bidders to determine the demand and supply conditions of sausages and meat products.

This work focuses on aspects such as: Market Study, which with the support of methods, techniques and procedures allowed to determine the current and future demand and also to know the behavior of the competition.

It establishes the size and location of the company for a marketing of 45.864 pounds of meat and sausage a year, it also describes the marketing process, the machinery to be used and the staff that will be part of the company "MARKETING LA ZUMBEÑITA".

The following is a financial study detailing the investments and financing required to start the project; In addition, the financial evaluation, which constitutes one of the fundamental parts that allows establishing the feasibility of the same, analyzes the main indicators as the Net Present Value of \$ 23,940 dollars; Internal Rate of Return of 38.78%; Benefit Ratio Cost of \$ 1.08 per dollar invested the company earns 0.08 cents; Period of Capital Recovery is 2 years, 8 months and 23 days; Sensitivity Analysis indicates that the project supports an increase in costs of 4.28% and the analysis of sensitivity in the decrease of revenues of 3.88%; Which determine a feasible situation for the execution of the project, finally includes the conclusions and recommendations, product of the present investigation, which will allow to operate in a better way to the project.

c. INTRODUCCIÓN.

El proyecto se caracteriza por incentivar el desarrollo comercial en el campo de cárnicos y embutidos, que es un sector abandonado en el medio, aprovechando los recursos existentes y aspirando que los resultados se proyecten hacia la creación y conformación de una empresa que asegure rendimientos económicos aceptables para los inversionistas.

Por tal razón, el presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para implementar una comercializadora de productos cárnicos exclusivos en la ciudad de Zumba que ofrezca productos de calidad y a un precio accesible para el consumidor.

El proyecto en mención se tomó en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar la conveniencia de emprender un proyecto de inversión, para lo cual se aplicó el presente proceso:

Resumen, en el que se presenta una visión general de todo el trabajo de investigación; revisión de literatura en la que se detalla la teoría relacionada de los cárnicos en el proyecto de inversión; en materiales y métodos se define minuciosamente los materiales, los métodos y técnicas, así como el procedimiento para la ejecución del trabajo investigativo; el estudio de mercado, el mismo que sirvió para realizar el análisis de oferta y demanda de los productos, a través de encuestas directas aplicadas a los consumidores y las comercializadoras de productos de consumo masivo, de cuyos análisis se obtuvo la cuantificación de la demanda y oferta, obteniendo así la oportunidad en el mercado.

Una vez obtenida la oportunidad de mercado se procedió a determinar el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como son: demanda, oferta, tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

En el estudio organizacional se establece la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las mismas que serán una base para el normal funcionamiento de la misma.

Seguidamente se procedió a realizar el estudio financiero, en donde se determinó las inversiones y financiamiento del proyecto, también se realizó la evaluación del proyecto para establecer su conveniencia y su ejecución para lo cual se analizó los siguientes indicadores como: el Valor Actual Neto; Tasa Interna de Retorno; Relación Beneficio Costo; Periodo de Recuperación de Capital; Análisis de Sensibilidad del incremento en los costos y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos, lo mismo que indican que es factible la puesta en ejecución del proyecto.

Una vez realizados los estudios necesarios para la elaboración del proyecto se formuló las debidas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

ANTECEDENTES.

HISTORIA DE LOS EMBUTIDOS.

Los embutidos están directamente ligados a la sal, y es por ello que su aparición y uso es clave. La sal aparece en el año 3.000 a.C. aproximadamente, a partir de entonces se empiezan a comercializar pescados y carnes sazonadas.

En la prehistoria, el hombre empieza a buscar formas de preservar la carne, primero la secaba al sol, más tarde la envolvía en grasa y con el descubrimiento del fuego se aumentan las posibilidades de conservación con el humo y la cocción, esta forma de conservar la carne durante más tiempo evolucionó a la elaboración de embutidos. No se sabe el origen exacto, pero en el Imperio Romano se da a conocer algunos llamados "botulus" o "botellos" (por su forma), que eran una especie de carne molida.

hechas por las mismas familias donde aprovechaban todas sus partes como: carne, grasa, sangre y principalmente las tripas que era la parte esencial para la elaboración de los embutidos conocidos con el nombre de morcillas, complementadas de adobos artesanales, mismas que luego las colgaban en cruceros de madera para poderlas preservar en buen estado durante mucho más tiempo y realizar la venta con la finalidad de lograr un ingreso económico para sus familias, esta costumbre perdura todavía hoy en las zonas más rurales.

En el siglo XIX llega la Revolución Industrial y comienza una época de progreso moderno, la elaboración de embutidos va muy unida a este avance. Hoy en día

los avances tecnológicos y las técnicas artesanales y tradicionales dan a este tipo de productos una mayor calidad tanto en el sabor como en la conservación siendo elaborados sin añadir aditivos ni conservantes, con el objetivo de ofrecer los mejores embutidos a los clientes más exigentes .

COMERCIALIZACIÓN DE CÁRNICOS EN EL ECUADOR.

La sanidad animal constituye una de las áreas de suma importancia para el país, lo cual es fundamental para facilitar la competitividad y potenciar la producción y el comercio de bienes y servicios de origen agropecuario. La producción de las diferentes especies animales genera bienes económicos y sociales para el país. Por otra parte, las enfermedades que afectan a los animales producen impactos directos e indirectos en la economía, la seguridad alimentaria y las exportaciones. La estructura organizacional de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) es una entidad técnica de Derecho Público, posee fondos propios, independencia administrativa, económica, financiera y operativa y se encuentra vinculada al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, el cual se encuentra dedicado a la vigilancia ya que es parte de la estrategia y apoyo elemental a la gestión de la salud animal, tanto a nivel nacional como local para los productores.

SECTOR BOVINO

El sector bovino en Ecuador se caracteriza por la producción de carne y leche. De acuerdo a las regiones naturales que posee, es en la Región Costa y Oriente donde se encuentra el mayor porcentaje de ganado de carne, mientras que la Región Sierra se enfoca más en la producción lechera.

Para el 2011 la tasa anual de crecimiento del ganado vacuno fue de 2,0% a nivel nacional. Se observa que la región Sierra cuenta con mayor cantidad de ganado, un 51% total nacional, seguido por la región Costa (36,7%) y la región Oriente (12,3%). En términos de crecimiento, la región Sierra obtuvo el porcentaje más importante con 3,6%, mientras que, la región Costa presentó un crecimiento de 0,6% y la Oriente una disminución de 0,1%.

Según el Servicio de Información y Censo Agropecuario del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador (SICA), para el año 2010, los diferentes mataderos del país registran más de medio millón de bovinos faenados por año, calculándose una producción aproximada de 105.430 toneladas de carne. Ecuador cuenta con más de 200 mataderos localizados de la siguiente manera: 45% en la Sierra, 38% en la Costa y 17% en la Región Amazonía y Galápagos.

SECTOR PORCINO

El sector porcino se identifica por la producción de animales para carne. La mayor cantidad de granjas se encuentran en las regiones de Costa y Sierra, se caracteriza por ser de tipo familiar, la cual no se encuentra registrada en los organismos oficiales. La Asociación de Porcicultores de Ecuador (ASPE 2010), menciona que en el país existen 1.737 granjas porcinas dedicados específicamente a la comercialización la mayoría de la carne de cerdo producida proviene de los criaderos domésticos, los cuales generaron 88.911 toneladas de carne en 2010, en cambio, la tecnificada alcanzó las 45.614 toneladas. Ecuador cuenta con 7 establecimientos de faena de porcinos dotados con infraestructura sanitaria moderna y con personal técnico capacitado. El peso promedio ponderado nacional de los cerdos al momento de

la faena es de 109 kilos, los cuales se alcanzan a los 169 días de vida del animal. El 73% de los productores venden los cerdos al intermediario, el 11% directamente al camal, el 14% en la ferias de ganado en pie y apenas el 2% comercializa directo con la industria de cárnicos.

SECTOR AVÍCOLA.

El sector Avícola se caracteriza por la producción de aves para carne y de huevos. Se lleva a cabo en su mayoría a través de galpones comerciales. La mayor producción de carne se localiza en las regiones de Sierra y Costa, tanto para la producción comercial como la de campo; mientras que la producción de huevo está casi en su totalidad focalizada en la región Sierra.

La producción aviar en Ecuador se diferencia entre las aves destinadas para autoconsumo de las destinadas para la venta, durante el 2011, superó los 58 millones de aves, conforme datos del año 2011, es la Costa, que junto con la región Sierra poseen el 87% de la producción total de aves del Ecuador.

(Federer, 1965)

MARCO TEÒRICO.

PROYECTO DE INVERSIÓN.

En este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos, en la ejecución del proyecto. (Urbina, 2013).

Proyectos de inversión pública.

En este tipo de proyectos, el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo, el estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros. (Urbina, 2013)

Proyectos de inversión social

Un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto. (Urbina, 2013)

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado.

Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios a la venta que existe en el mercado por su oferente. La oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Demanda

Es la cantidad de demanda de producto que los consumidores desean adquirir dentro de una economía. La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Se dice que el consumidor tiene ciertas necesidades, las cuales intenta satisfacer a partir de la adquisición de productos o de servicios que son proporcionados por el mercado. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Mercado

Se le dice mercado al escenario (físico o virtual) donde tiene lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras que implica un grado de competencia entre los participantes a partir del mecanismo de oferta y demanda. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Tipos de Mercado:

- Mercado del Consumidor.
- Mercado Industrial.
- Mercado de Revendedores.
- Mercado Gubernamental.

Segmentación socio-demográfica

Consiste en dividir el mercado en grupos, a partir de variables como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, el ciclo de vida de la familia, los ingresos, la ocupación, el grado de estudio, la religión, la raza, y la nacionalidad; además de países, estados, regiones, provincias, comunes, poblaciones, etc. (Gomez, 2010).

Segmentación pictográfica

Consiste en dividir a los compradores en diferentes grupos con base en las características de su clase social o estilo de vida, es decir, es la clasificación del mercado por constantes Pictográficas, como la personalidad, motivaciones y estilos de vida. (Gomez, 2010).

Segmentación industrial

Es aquella donde los principales proveedores son las empresas, industrias, consumidores que compran materias primas, materiales, maquinarias, insumos en general que se dedican a la distribución de la población y a las empresas también están distribuidos geográficamente. (Chain, 2011).

El precio

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

Costo

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión. (Huerta Rios , 2012).

Gama de productos

La gama de productos es la suma total de todos los productos que una empresa ofrece. Por ejemplo, un fabricante de alimentos para mascotas puede ofrecer varios tipos de alimentos para perros y gatos. Estos productos múltiples pueden servir a los clientes diferentes de dueños de perros y gatos, pero los productos son parte de la gama de productos de la compañía. (Gary, 2013)

Línea de productos

Es un grupo de productos que están estrechamente relacionados, ya sea porque satisfacen una clase de necesidad o porque se usan conjuntamente; es un amplio grupo de productos dedicado, en esencia, a usos similares o a sus características; Línea blanca: refrigeradores, estufas, alacenas, etc. (Gary, 2013)

Producto

Es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de manera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo. Por ejemplo, las industrias, las empresas y diferentes personas fabrican productos, tanto duraderos (ordenador, móvil, muebles) como no duraderos (comida, bebida, jabones). (Chain, 2011)

Bien

Es todo aquello que satisface en forma directa o indirecta, las necesidades o deseos de los seres humanos. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Servicio

Son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes. (Gary, 2013)

Producto sustituto

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Los bienes complementarios

Son aquellos que se deben utilizar con otros para satisfacer alguna necesidad. La relación que se establece entre bienes complementarios es tal que el consumo de unos va directamente unido al de los productos que lo complementan. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Subproducto

Material o sustancia obtenida en un proceso de producción industrial, de transformación o de consumo al cual la empresa productora no le encuentra utilidad y por lo tanto es gestionado como residuo y que sin embargo.

Este puede ser utilizado como materia prima o auxiliar en otro proceso productivo distinto, sin someterse previamente a una operación de tratamiento significativa y sin poner en peligro la salud humana ni causar perjuicios al medio ambiente. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Demanda Potencial

Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias (Huerta Rios , 2012)

Demanda real

Previsión que se efectúa tras analizar las peticiones de los clientes o las que se han hecho a proveedores para cualquier análisis que incluya una producción planificada. (Huerta Rios , 2012)

Demanda efectiva

Conjunto de mercancías y servicios que los Consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un Bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. (Huerta Rios , 2012).

Capital

El consumo es uno de los indicadores más comunes para medir los cambios de una utilidad muy práctica, Per cápita es una locución latina de uso actual que significa literalmente por cada cabeza (está formada por la preposición per y el acusativo plural de caput, capitis 'cabeza'), esto es, por persona o individuo. (De Soto, 2011)

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. (Huerta Rios , 2012).

ESTUDIO TÉCNICO

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de

producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados. (Huerta Rios , 2012).

Capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia y conocimientos. (Huerta Rios , 2012)

Capacidad utilizada

Es el volumen máximo de producción que se genera efectivamente en cada uno de los años de la proyección. (De Soto, 2011)

Localización del Proyecto.

Consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario. (Huerta Rios , 2012)

Macro Localización.

Localización urbana o rural transporte del personal policía y bomberos, costo de los terrenos, cercanía a carreteras, proximidad al aeropuerto, disponibilidad de vías férreas, cercanía al centro de la ciudad, disponibilidad de servicios básicos (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico) tipo de drenajes, condiciones de las vías urbanas y de las carreteras, recolección de basuras y residuos, restricciones locales, impuestos, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. (Huerta Rios , 2012)

Micro Localización.

Facilidades y costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, localización del mercado, características topográficas y costo de los terrenos, facilidades de distribución, comunicaciones condiciones de vida leyes y reglamentos, clima y acciones para evitar la contaminación del medio ambiente. (Huerta Rios , 2012).

Tamaño de la Planta

Es la capacidad de Producción es la cantidad de productos que el proyecto puede producir en un periodo de tiempo

Ingeniería de la Proyecto

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros. (Gary, 2013)

Ingeniería de Proceso.

Es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para producir los bienes o servicios mediante determinadas funciones de producción, comprende el proceso productivo, detalles de obras físicas, detalle de las maquinas, equipos e instalaciones y detalle de los insumos requeridos. (Gary, 2013)

Ingeniería de Planta.

Es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Gary, 2013)

Infraestructura física de la planta

Una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente. (Gary, 2013)

Distribución física de la planta

Hace referencia a las actividades de dirección del flujo de materiales y productos, desde la fuente de suministros, para la elaboración del producto, hasta su utilización por el usuario final. (Gary, 2013)

Proceso productivo

Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser

elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. (Cartier , 2010)

ESTUDIO ORGANIZATIVO

Puede ser concebida como la «red de comunicación» o conjunto de unidades o elementos entre los que se transmite información. Concepción que integra estos tres aspectos estructurales. (Lopez, 2015)

Base legal

De donde emana, sale o se crea o de donde sale la norma, la ley, las leyes ejemplo: tomo como base legal o me apoyo en tal ley o norma constitucional. (Lopez, 2015)

Estudio legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de los Planes de Desarrollo, Planes de Ordenamiento Territorial, normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación, entre otros

Estructura empresarial

La estructura es la forma que adopta la empresa estableciendo pautas de coordinación de la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades que se realizan diariamente. (Lopez, 2015)

Organigrama

Es una representación gráfica de la estructura de la organización en un momento determinado. El área de mayor jerarquía se ubica arriba y se van graficando hacia abajo las áreas subordinadas. (Lopez, 2015)

Organigrama estructural

Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

Organigrama funcional

Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.

Organigrama posicional

Resaltan dentro de cada unidad, los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas (Lopez, 2015)

Manual de funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas. (Urdaneta, 2010)

ESTUDIO FINANCIERO

Es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las

empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Activos fijos

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad que presente la Empresa (Cartier , 2010)

Activos diferidos

Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Capital de trabajo

Según esta definición el Capital de Trabajo sería igual al importe del Activo Corriente, este punto de vista nos hace apreciar al Capital de Trabajo con carácter (Cartier , 2010) cualitativo.

FINANCIAMIENTO

Fuente interna

Son aquellas que provienen de los accionistas de la empresa. Son las nuevas aportaciones que los accionistas dan a la organización, o bien, son utilidades generadas por la empresa no retiradas por los accionistas y que quedan dentro del renglón de utilidades reinvertidas y que en algún momento futuro pueden ser susceptibles de capitalización. (De Soto, 2011)

Fuente externa.

Las deudas de una empresa son una fuente de financiamiento que permite adquirir bienes de capital, inventarios, pago de nóminas, entre otros. Sin embargo, dicho financiamiento debe ser analizado cuidadosamente, pues compromete los recursos de la empresa a corto y a largo plazo, según sea el caso. (De Soto, 2011)

Análisis de costos

El proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto del voluntario. El análisis de costo determina la calidad y cantidad de recursos necesarios. Entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero. (Cartier , 2010)

Costo total de producción

Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento (Cartier , 2010)

Costos de operación

Se llama Gastos operacionales al dinero que una empresa o una organización debe desembolsar en concepto del desarrollo de las diferentes actividades que despliega. Entre los más comunes podemos citar los siguientes: pago por el alquiler del local o la oficina en la cual está asentada, pago de salarios a sus empleados y compra de suministros. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Gastos de operación = gastos de distribución+ gastos de administración + gastos de financiamiento.

Costo unitario de producción

Es considerado como el costo unitario de cada producto producido por la empresa, es decir es el valor de producción de cada producto en particular. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Precio de venta al público

El precio de venta es el costo en que se incurre para comercializar el producto, es decir el margen de utilidad que tendrá la empresa y tomando también como referencia los precios de la competencia. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Precio de venta = (Coste Total+ % de Utilidad)

Margen de utilidad

Los cálculos de margen de utilidad son operaciones relativamente simples que muestran la proporción de varios números de ganancias sobre ventas. Los márgenes de utilidad incluyen tres proporciones financieras comunes del

reporte de resultados de tu empresa. Éstos incluyen margen de utilidad bruta, margen de utilidad de operación y margen de utilidad neta, también conocido como margen de ingresos neto. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Amortización

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo depreciación en cualquiera de sus métodos.

Se emplea referido a dos ámbitos diferentes casi opuestos: la amortización de un activo y la amortización de un pasivo. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Depreciación.

Es el desgaste físico de todos los bienes que posee la empresa y que hayan sido utilizados para la producción u otro tipo de actividades. (Huerta Rios , 2012)

(Valor del activo/Vida útil)

Presupuesto preformado o proyectado

En cualquier proyecto es fundamental el elaborar los presupuestos de costos e ingresos para la vida útil del proyecto ya que constituye la información básica para elaborar las herramientas o estados financieros que permiten realizar la evaluación financiera que es el punto en donde se determina la factibilidad o no de un proyecto. (Lopez, 2015).

Estado de pérdidas y ganancias

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio, mediante la comparación de ingresos y egresos. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013).

Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad que presente la Empresa (Cartier , 2010)

Punto de equilibrio

Es una herramienta financiera que permite a la Empresa, determinar el momento en el cual sus ventas cubrirán exactamente los costos, además permitirá dar a conocer si la empresa está ganando o perdiendo, dependiendo si el cliente adquiere o no el producto elaborado. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

$$PEQ(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos}(CF)}{PV - CVU}$$

En función de las ventas

Este punto es de gran importancia, ya que es una herramienta que permite determinar el volumen mínimo de ventas que la Empresa, debe realizar con el fin de no perder, y así la empresa pueda tener un capital económico estable adecuado a sus necesidades.

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

CFT= Costo fijo total.

CVT= Costo variable total.

VT= Ventas totales.

En función de la capacidad instalada

Es de gran importancia, porque de ella depende cuanta cantidad de producto mermelada se puede elaborar, dependiendo del nivel de capacidad que tenga la maquinaria de la empresa.

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

CFT= Costo fijo total.

CVT= Costo variable total.

VT= Ventas totales.

En función de la producción

Aquí la Empresa, debe tomar en cuenta cuantas unidades debe producir, con el fin de adquirir la materia prima directa necesaria para realizar el producto, y así no producir más de lo debido, con el objetivo que no exista un desequilibrio económico dentro de la empresa.

Representación Gráfica.

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos de ingresos dentro de un plano cartesiano. En el presente trabajo determinaremos el punto de equilibrio para los años 3 y 5 en forma matemático y forma gráfica para el año.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación; donde

el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión a través de indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Flujo de caja

Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, Por lo tanto el flujo de caja puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión o como parte de la etapa de ejecución. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Valor residual

Es el valor final de un activo, una vez que haya perdido su valor, tras haber sido utilizado durante unos años de vida determinados. (Chain, 2011).

Valor actual neto

Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión

inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. (Lopez, 2015).

Fórmula

VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión

Factor de actualización

Factor por el que se actualiza periódicamente el importe a pagar teniendo en cuenta la variación del precio del bien o servicio a lo largo del periodo de contratación. (Lopez, 2015)

$$FD = (1 + i)^{(-t)}$$

Valor actualizado

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. (Huerta Rios , 2012)

Costo de oportunidad

El costo de oportunidad o coste alternativo designa el coste de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de la mejor inversión alternativa disponible, o también el valor de la mejor opción no realizada. (Huerta Rios , 2012).

Tasa activa

Tasa de interés que pagan los emisores de títulos valores.

Tasa pasiva

Tasa que cobran los emisores por préstamos y créditos o financiamientos

Tasa interna de retorno

Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Por tasa de descuento se entiende aquella que se utiliza para y traer a valor presente los flujos de caja. La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

Fórmula.

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

En donde:

TIR: Tasa Interna de retorno.

Tm: Tasa menor.

DT: Diferencia de tasas.

VAN: Valor Actual Neto.

TM: Tasa mayor.

Relación beneficio costo

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

- Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación es > 1 el proyecto es rentable.

- Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable.

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}} - 1$$

Periodo de recuperación de capital

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2013)

Fòrmula.

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

Análisis de sensibilidad

Es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.) De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien nos da el porcentaje de cambio. (Baca Urbina, Evaluacion de proyectos, 2013)

Formula:

$$(VAN_n - VAN_e) / VAN_e$$

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.
- Si el coeficiente = 1 no hay efectos sobre el proyecto.

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

El presente trabajo investigativo se realizó enmarcado dentro de la estructura de la Universidad Nacional de Loja, la misma que permitió desarrollar el conocimiento científico y tecnológico.

Para alcanzar los objetivos establecidos en la investigación se utilizaron los siguientes materiales, métodos, técnicas y procedimientos propios de la investigación de campo.

MATERIALES

Se utilizó los siguientes materiales como: suministros y equipos de oficina.

- Entre los suministros están: Resma de papel Bond A4, carpetas, esferos, libros, copias, cuaderno, clips, entre otros.
- Los equipos de oficina que se utilizó: Flash memory, computadora, impresora, calculadora, grapadora, perforadora, entre otros.

MÉTODOS

A continuación se indican los métodos que se utilizaró para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Método Deductivo.- Permitió tomar referencia de investigaciones realizadas anteriormente y la construcción del marco referencial; de esta manera poder conocer y analizar el mejor procedimiento para fundamentar la propuesta de la comercializadora haciendo referencia a sus cuatro estudios para lograr su aplicación en el ámbito local.

Método Inductivo.- Admitió determinar el perfil y el comportamiento del consumidor, con el único propósito de ofrecer un producto acorde con las necesidades del cliente con la aplicación de las encuestas de acuerdo a la

muestra, se aplicó con el fin de obtener información que permita conocer el nivel de aceptación que tendrán los productos en el mercado, así como también conocer las características que el posible demandante prefiera en relación a su precio, calidad, cantidad, etc.

Método Descriptivo - Analítico: Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, se realizó un proceso descriptivo – analítico, el cual permitió analizar e interpretar la situación actual de los productos cárnicos y embutidos, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

TÉCNICAS.

En el presente trabajo se utilizaron las siguientes técnicas:

Observación Directa.

Permitió obtener información real proveniente de los diferentes sitios donde se comercialice productos cárnicos y embutidos para determinar los procesos de almacenamiento y comercialización del lugar, como también las facilidades y condiciones para poder brindar productos de primera necesidad como son los cárnicos.

Encuesta.

Esta técnica se aplicó para el estudio de mercado, la misma que se encuentra dirigida a las 270 familias la ciudad de Zumba, ya que son productos alimenticios masivos; tomando como base la obtención de la información del INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC) del censo 2010. La población del cantón Chinchipe es de 3.163 habitantes con una tasa

de crecimiento del 0,79%, puesto que el consumo es por familias, se divide el número de habitantes para el promedio de 4 miembros de cada familia, lo que nos da un total de 829 familias.

Para ello se planteó la siguiente proyección:

Fòrmula:

$$P_f = P_o (1+i)^n$$

$$P_{2010} = P_{2010} (1 + 0.0079)^6$$

$$P_{2010} = 791 (1.0079)^6$$

$$P_{2010} = 791(1.04834)$$

$$P_{2016} = 829 \text{ familias.}$$

Entonces tenemos que la población del año 2016, es de 829 familias, siendo esta la población para el cálculo del tamaño de la muestra.

MUESTRA

Para la determinación del tamaño de la muestra se aplica la siguiente:

$$\text{Fòrmula: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{829}{1 + (0,05)^2 (829)}$$

$$n = \frac{829}{3.07}$$

$$n = 270$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población de Estudio

e²= Margen de error

Cuadro de los oferentes de cárnicos y embutidos en la ciudad de Zumba.

**OFERENTES ACTUALES.
CUADRO N° 1**

N°	Comercializadoras.
4	Mercado
4	Tercenas
6	Tiendas

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora.

PROCEDIMIENTO

Uno de los procedimientos más utilizados en la aplicación de las encuestas a las familias demandantes fue el método estratificado simple, el cual se aplicó en el presente estudio investigativo; este consiste en sectorizar los diferentes barrios a encuestar, determinando en números de casas o viviendas; los cuales serán los hogares ha encuestar. Este método permitió a través de la numeración de encuestas no duplicar la información. Con la finalidad de lograr obtener la información requerida.

Para los oferentes se aplicó el numero de 14 encuestas debido al número reducido de oferentes de cárnicos y embutidos, mismos resultados sirvió para obtener la información requerida de la competencia, en cuanto a precio calidad y consumo que aseguran los encuestados. Una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector de estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se obtuvo una mayor comprensión sobre los datos realizando un análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitió determinar la oferta y demanda, así

como la existencia de la demanda insatisfecha. Posterior al estudio de mercado se ejecutó el estudio técnico, con la finalidad de determinar las capacidades de mercadería para la venta de acuerdo al componente tecnológico y lograr satisfacer la demanda existente y su participación en el mercado de acuerdo a los productos cárnicos y embutidos en la ciudad de Zumba, su localización e ingeniería de proyecto; donde se detalla la maquinaria necesaria para la puesta en marcha de la empresa, seguidamente la ingeniería del proceso y distribución de la planta para la ejecución de las actividades predeterminadas.. Una vez realizado este estudio se procedió a presentar una propuesta organizacional para la nueva unidad de ventas, a fin de establecer su base legal y estructura organizacional para la distribución del personal; así como el análisis de los costos con los que constara la empresa para su funcionamiento por parte financiera, la evaluación financiera planteada con los indicadores, como son: (Flujo de Caja, VAN, TIR, RBC, PRC, A.S.), mismos que muestran la factibilidad del proyecto, finalmente las respectivas conclusiones y recomendaciones.

f. RESULTADOS.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS A LOS DEMANDANTES.

1. ¿En su familia consume productos cárnicos?

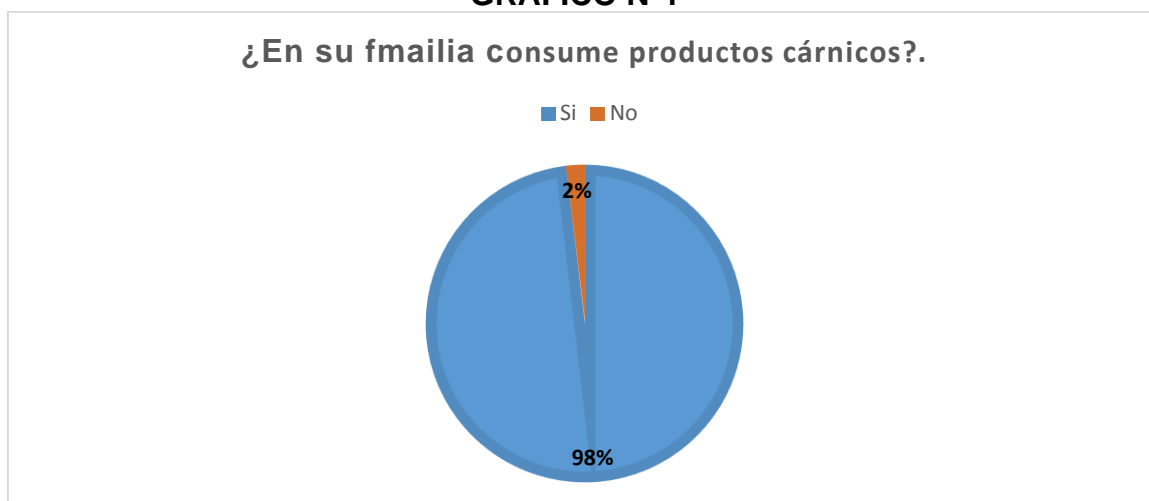
CUADRO N° 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	265	98%
No	5	2%
TOTAL	270	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°1



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De las 270 familias encuestadas de la ciudad de Zumba, se determina que: 265 equivalente al 98% contestaron que si consumen productos cárnicos, a diferencia de las 5 representadas con el 2% no los consumen debido a su dieta alimenticia.

2. ¿Si en su alimentación incluye cárnicos, qué tipo de producto es el que más consume?

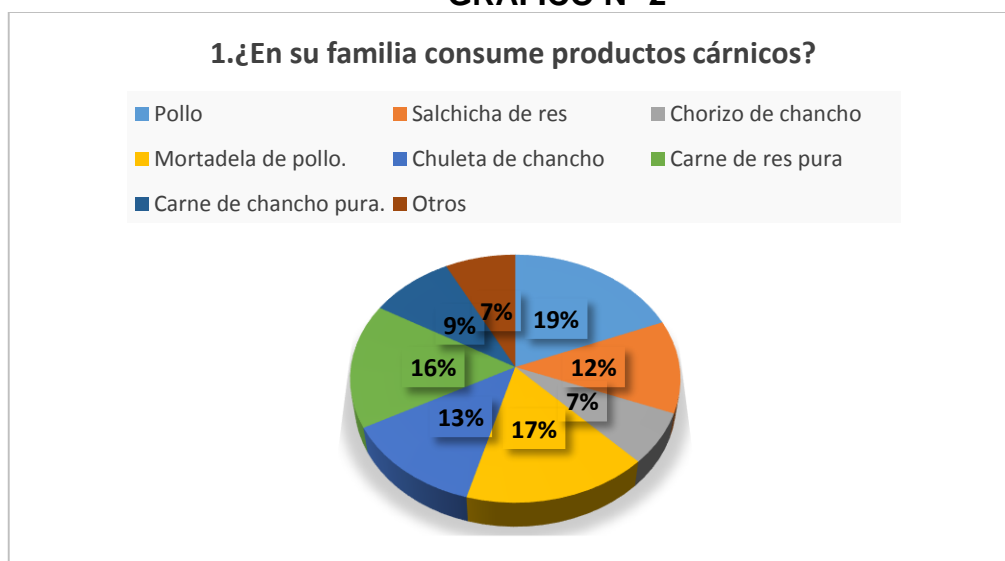
CUADRO N° 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pollo	50	19%
Salchicha de res.	32	12%
Chorizo de chancho.	18	7%
Mortadela de pollo.	44	17%
Chuleta de chancho.	34	13%
Carne de res pura.	43	16%
Carne de chancho pura.	24	9%
Otros	20	8%
TOTAL	265	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N° 2



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: En lo que respecta a la pregunta de las 265 familias encuestadas: 50 familias mencionan que consumen pollo con el 19%; mientras que 32 indican que compran salchicha de res un 12%; 18 aclaran que prefieren chorizo de chancho que representa un 7%; 44 responden que más consumen mortadela de pollo representando con un 17%; 34 señalan que

adquieren chuleta de chanco que es 13%; 43 explican que consumen carne de res pura que es 16%; 24 compran carne de chanco pura con el 9%, 20 contestaron que consumen otros productos con un 8%.

Esta pregunta ayuda a determinar la demanda real, no se considera el consumo de otros productos debido al bajo consumo de las familias.

3. ¿Conoce usted el valor nutricional de los cárnicos?

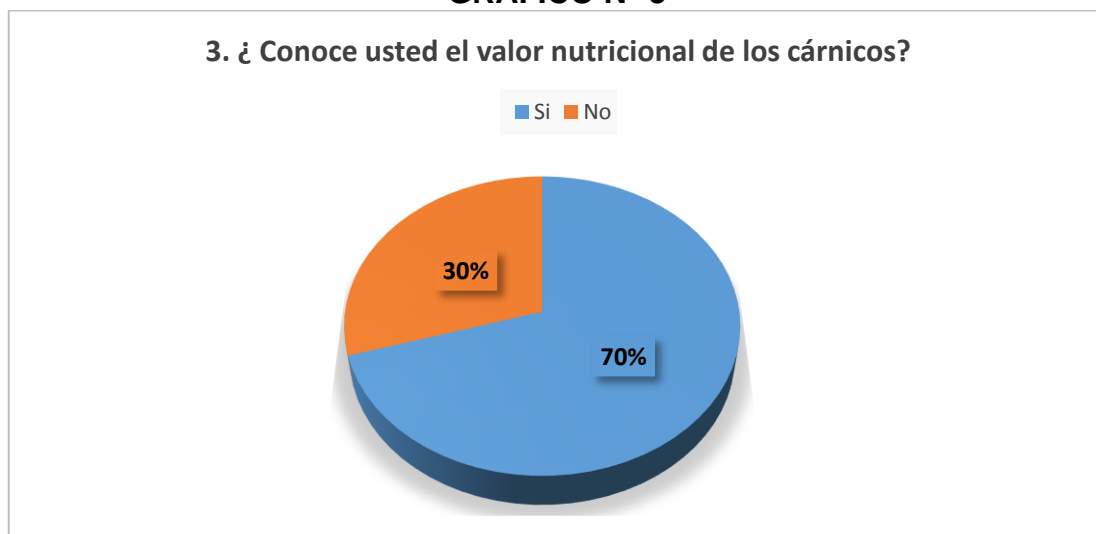
CUADRO N° 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	173	70%
No	72	30%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N° 3



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De las 245 familias encuestadas: 173 encuestados representado con el 70% manifiestan que sí conocen el valor nutricional de las carnes; mientras que 72 restantes que es el 30%, aclararan que desconocen el valor nutricional brindado por estos productos.

4. ¿Qué marca prefiere al momento de comprar su producto?

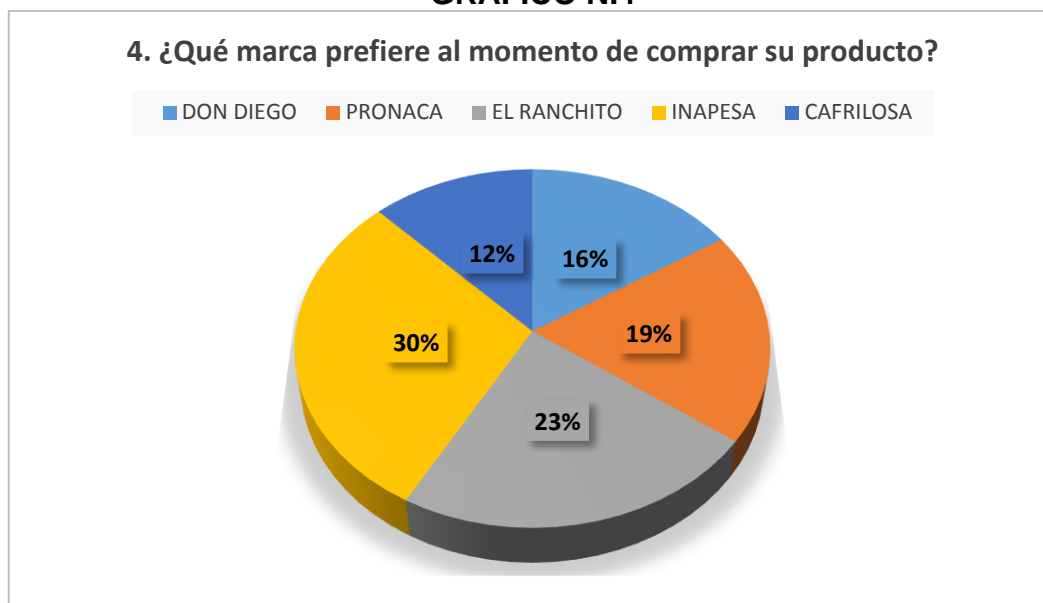
CUADRO N° 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DON DIEGO	39	16%
PRONACA	47	19%
EL RANCHITO	56	23%
INAPESA	73	30%
CAFRILOSA	30	12%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N.4



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De las 245 familias: 39 familias que representa el 16% manifiestan que prefieren la marca don Diego; 47 que representa el 19% optan por Pronaca; 56 prefieren la marca del Ranchito que representa un 23%; 73 familias que es un 30% adquieren productos de Inapesa; las 30 familias restantes que representan un 12% prefieren comprar en Cafrilosa.

5. ¿La calidad del producto es?

CUADRO N° 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	125	51%
Buena	84	34%
Muy buena	36	15%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N° 5



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a las 245 familias encuestadas: 126 de ellas mostradas con el 51% manifiestan que la calidad del producto es regular; mientras que 84 con el 34% recalcan que es buena y 36 con un 15% declaran que es muy buena, lo cual representa que se tendrá un campo abierto a nuestro proyecto comercializando productos de calidad.

6. ¿Cuántas libras consume mensualmente?

CUADRO N° 7

PRODUCTO	MORTADELA DE POLLO		SALCHICHA DE RES		CHORIZO DE CHANCHO		CHULETA DE CHANCHO	
Cantidad	5lb a 9lb	8lb a 10lb	5lb a 7lb	8lb a 10lb	4lb a 6lb	8lb a 10lb	4lb a 6lb	8lb a 10lb
Frecuencia	80	100	140	40	120	71	110	95
Xm	7	10	6	9	5	9	5	9
Mensual	560	1.000	840	360	600	639	550	855
Anual	6.720	12.000	10.080	4.320	7.200	7.668	6.600	10.260
Total	18.720		14.400		14.868		16.860	
Per cápita	104lb.		80lb.		78lb.		82lb.	

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN:

De las encuestas realizadas se obtuvo que el promedio de consumo anual de mortadela de pollo es de 104 libras, consumo de salchicha de res 80 libras, chorizo de chanco es de 78 libras y de chuleta de chanco es 82 libras, esta pregunta ayuda a determinar la demanda efectiva de consumo de la población de la ciudad de Zumba.

CUADRO N° 8

PRODUCTO	POLLO		CARNE DE RES PURA		CARNE DE CHANCHO PURA	
Cantidad	8 lb a 12 lb	13 lb a 17 lb	4 lb a 8 lb	9 lb a 11 lb	4 lb a 6 lb	8 lb a 10 lb
frecuencia	110	90	60	170	110	80
Xm	10	15	6	10	5	9
Mensual	1.100	1.350	360	1.700	550	720
Anual	13.200	16.200	4.320	20.400	6.600	8.640
Total	29.400		24.720		15.240	
Per cápita	147lb.		107lb.		80lb.	

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN:

El consumo de pollo es de 147 libras anual, de carne de res pura es de 107 libras, y de carne de chanco pura 80 libras al año, esta pregunta ayuda a determinar la cantidad de consumo anual.

7. ¿Qué precio paga por libra del producto que compra?

CUADRO N° 9

PRODUCTO	MORTADELA DE POLLO		SALCHICHA DE RES		CHORIZO DE CHANCHO		CHULETA DE CHANCHO	
Precio	\$2,50 a \$2,70 USD	\$2,71 a \$2,90 USD	\$2,50 a \$2,60 USD	\$2,61 a \$2,70 USD	\$2,80 a \$3,00 USD	\$3,01 a \$2,20 USD	\$4,50 a \$4,60 USD	\$4,61 a \$4,70 USD
Frecuencia	110	70	100	80	141	50	105	100
Xm.	2,6	2,8	2,55	2,66	2,9	3,1	4,55	4,65
Subtotal	286	196	255	212,4	408,9	155	477,75	465
Total	482		467,4		563,9		942,75	
Promedio	\$2,68		\$2,60		\$2,95		\$4,60	

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

CUADRO N° 10

PRODUCTO	POLLO		CARNE DE RES PURA		CARNE DE CHANCHO PURA	
Precio	1,50 a 1,60	1,61 a 1,70	2,50 a 2,70	2,71 a 2,90	3,00 a 3,30	3,31 a 3,60
Frecuencia	108	92	190	40	123	67
Xm.	1,55	1,65	2,6	2,8	3,15	4,45
Subtotal	167,4	151,8	494	112	387,45	298,15
Total	319,2		606		685,6	
Promedio	1,60		2,63		3,61	

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvo un precio que pagan por cada libra del producto que compran un valor de; mortadela de pollo es de 2,86 dólares, precio promedio de salchicha de res es de \$ 2,60, el valor del chorizo de chancho es de \$ 2,95, la chuleta de chancho tiene un precio de \$4,60 la libra, el pollo a \$1,60, la libra de carne de res pura a un precio de \$2,60 y la libra de chancho pura \$3,61.

8. ¿Dónde los adquiere?

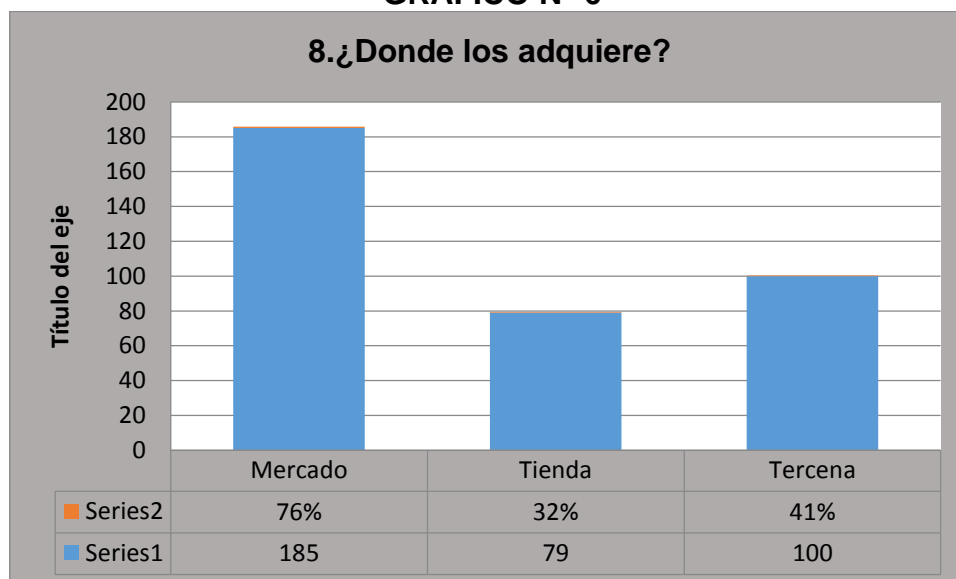
CUADRO N° 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado	185	76%
Tienda	79	32%
Tercena	100	41%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N° 6



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De las 245 familias encuestadas: 185 encuestados que es 76% aclaran que el lugar donde adquieren los productos es el mercado; 79 expresaron con un 32% compran en la tienda y 100 familias con un 41% mencionan que los adquieren en la terciena, lo cual da a conocer que principalmente adquieren los productos en el mercado.

9. ¿Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Zumba, estaría dispuesto a adquirir?

CUADRO N°12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	228	93%
NO	17	7%
TOTAL	245	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°7



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De las 245 familias encuestadas: 228 con el 93% manifiestan su predisposición a comprar los productos de la comercializadora si llegara a implementarse, y 17 con un 7% no lo harían.

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer la publicidad de los cárnicos y embutidos?

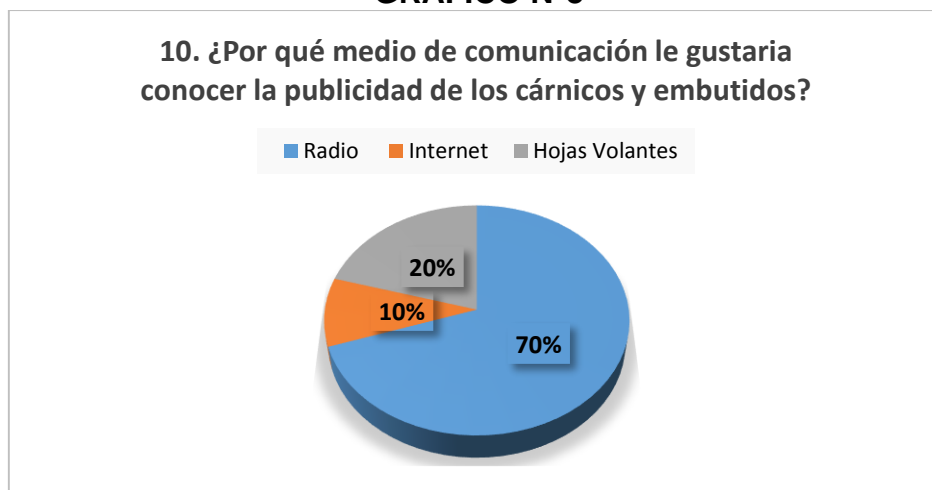
CUADRO N° 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio San Antonio	160	70%
Internet	22	10%
Hojas Volantes	46	21%
TOTAL	228	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°8



Fuente: Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De las 228 familias encuestadas: 160 con el 70% manifiestan que les gustaría conocer los productos que se ofrece mediante la radio San Antonio; 22 con un 10% mencionan por internet y 46 con el 21% por medio de hojas volantes, lo cual hace referencia a la publicidad de la comercializadora por radio de la localidad.

ENCUESTA A OFERENTES

Los oferentes se hacen referencia a las tiendas, mercados y tercenas de la ciudad de Zumba.

1¿Cuáles son los productos que más vende?

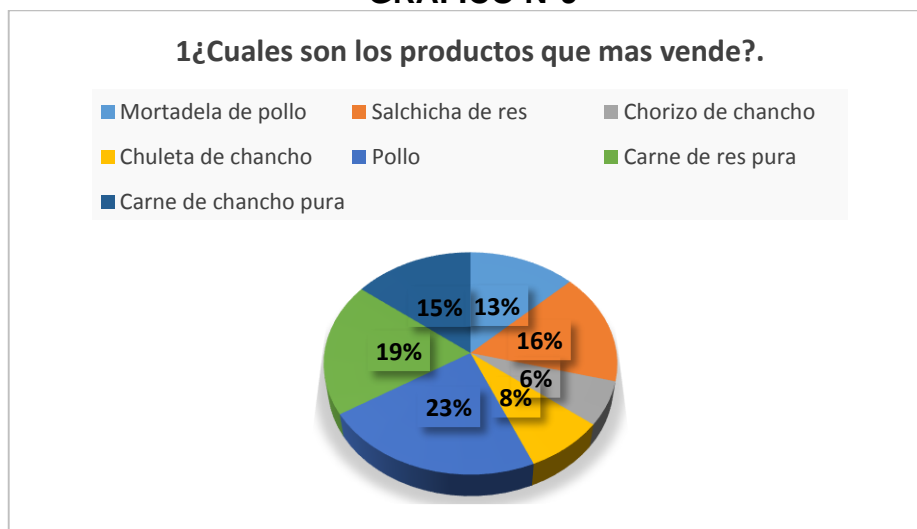
CUADRO N° 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mortadela de pollo.	8	13%
Salchicha de res.	10	16%
Chorizo de chancho.	4	6%
Chuleta de chancho.	5	8%
Pollo	14	23%
Carne de res pura	12	19%
Carne de chancho pura.	9	15%
TOTAL	62	100%

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°9



Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De los 14 oferentes encuestados; 8 comentan que venden mortadela de pollo representado con un 13%, 10 salchicha de res con un 16%, 4 personas que representa el 6% manifiestan venden chorizo de chancho; 5 alegan que más venden chuleta de chancho con un 8%.14 manifiestan que carne de pollo con el 23%, 12 explican que carne de res pura con el 19%, y 9 aportan que carne de chancho pura con el 15%

2. ¿Cuántas libras vende mensualmente?

CUADRO N°15

PRODUCTO	MORTADELA DE POLLO		SALCHICHA DE RES		CHORIZO DE CHANCHO		CHULETA DE CHANCHO	
Cantidad	1 lb a 3 lb	4 lb a 6 lb	1 lb a 15 lb	16 lb a 20 lb	1 lb a 15 lb	16 lb a 20 lb	1 lb a 15 lb	16 lb a 20 lb
Frecuencia	4	10	6	8	10	4	8	6
Xm	2	5	8	18	8	18	8	18
Mensual	8	30	48	144	80	72	64	108
Anual	96	360	576	1.728	960	864	768	1.296
Total	456 lb.		2.304 lb.		1.824 lb.		2.064 lb.	

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora

INTERPRETACIÓN: En lo que respecta a cuántas libras vende mensualmente del producto que comercializan se expresa en promedio, de los 14 oferentes encuestados y ya representado anualmente hay un promedio de 456 libras anuales de mortadela de pollo, de salchicha de res vende 2.304, chorizo de chancho 1.824, de chuleta de chancho 2.064.

CUADRO N° 16

PRODUCTO	POLLO		CARNE DE RES PURA		CARNE DE CHANCHO PURA	
Cantidad	1 lb a 15 lb	16 lb a 20 lb	1 lb a 15 lb	16 lb a 20 lb	1 lb a 15 lb	16 lb a 20 lb
Frecuencia	5	9	12	2	10	4
Xm	7,5	18	7,5	18	7,5	18
Mensual	37,5	162	90	36	75	72
Anual	450	1.944	1.080	432	900	864
Total	2.394lb.		1.512lb.		1.764lb.	

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: En lo que respecta a cuántas libras vende mensualmente del producto que comercializan se expresa que vende, de 2.394 libras de pollo por año, de carne de res pura 1.512 libras anuales, de carne de chancho pura vende 1.764 libras.

3. ¿Cuál es su empresa proveedora?

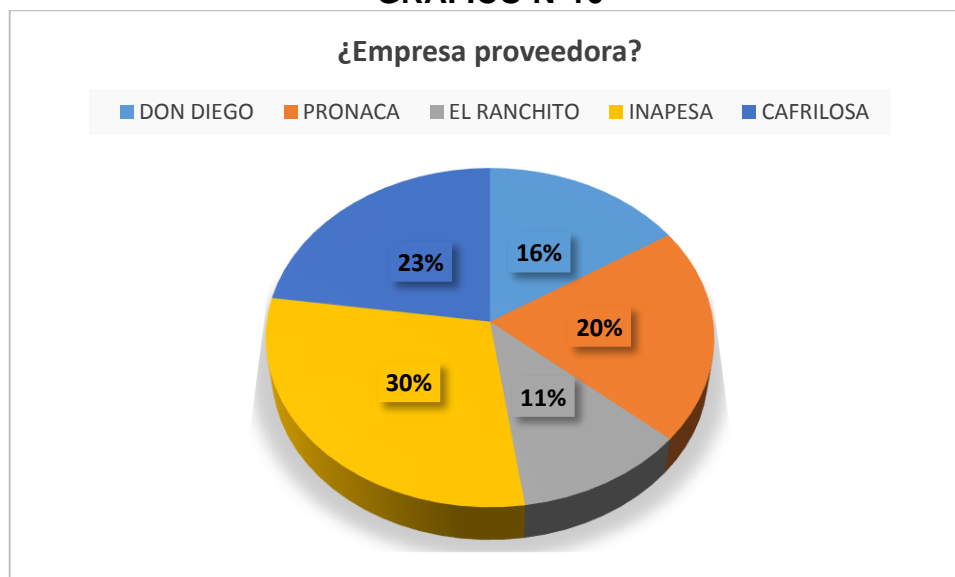
CUADRO N°17

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DON DIEGO	7	16%
PRONACA	9	20%
EL RANCHITO	5	11%
INAPESA	13	30%
CAFRILOSA	10	23%
TOTAL	44	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°10



Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora.

INTERPRETACIÓN: De los 14 oferentes encuestados 7 que representa el 16% mencionan que compran en don Diego; 9 que responden PRONACA con un 20%, 5 detallan que el Ranchito con el 11%, mientras que 13 nombran a Inapesa con 30%, sin embargo 10 resalta que Cafrilosa 23%, de esta forma se puede alegar que la empresa proveedora en mayor cantidad para los comerciantes de la ciudad de Zumba es INAPESA.

g. DISCUSIÓN.

ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado es una parte fundamental en la elaboración de un proyecto de factibilidad debido a que proporciona la información de aspectos relativos al mercado actual o potencial de un producto, tendencia, consumidor, distribución, etc.

Este estudio puede variar de un proyecto a otro dependiendo del producto en base al cual se lo va a realizar, pero siempre debe proporcionar información respecto a la demanda y a la oferta del bien, su precio, los canales de comercialización que pueden utilizarse y de ser necesarios otros aspectos importantes para presentar una idea clara de las posibilidades de éxito o fracaso que el producto tendrá en el mercado.

El estudio del mercado ayudará a:

- Determinar la demanda y oferta que los clientes estarían dispuestos a adquirir.
- Establecer los gustos y preferencias de los consumidores y conocer cuáles son los medios óptimos para hacer llegar nuestro producto a los clientes.
- Conocer a nuestra competencia.
- Establecer la estrategia de mercado más adecuada que permita que nuestro producto llegue al cliente sin aumento de costos innecesarios.

PRODUCTOS EXCLUSIVOS.

Embutidos y productos cárnicos: Los productos principales que se pretende comercializar son cárnicos y embutidos que pueden ser los siguientes:

- Salchicha de res.
- Chorizo de chanco.
- Carne de Pollo
- Mortadela de pollo.
- Carne pura de res.
- Carne pura de Chanco.

Todos estos productos se comercializarán en la ciudad de Zumba, Provincia de Zamora Chinchipe.

Producto Sustituto: Los productos sustitutos para este caso serían los siguientes productos como el pavo, el cuy, carne de ternera, salami, chorizo picante, entre otros embutidos.

Productos Complementarios: Como producto complementario para el consumo, se puede mencionar: arroz, papa, yuca, mote, ensaladas de verduras. Son un verdadero complemento para saborear y gustar de los cárnicos y embutidos.

DEMANDA POTENCIAL.

Está constituida por los productos que podrían ser consumidos por los demandantes de un mercado, es decir, que se consideran las familias que compran productos cárnicos, en este caso son de 98% (del cuadro N°2) de la pregunta número 1. ¿En su familia consume productos cárnicos?

La totalidad de la población en estudio, son las familias de la ciudad de Zumba, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de

crecimiento poblacional de la ciudad de Zumba, que es de 0,79% según datos proporcionados por el INEC del año 2.010.

La proyección de la población para el 2.016 es de 829 familias, Cuya demanda potencial se la determina así:

**PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL
CUADRO N°18**

DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN (0,79%)	DEMANDA POTENCIAL (98%)
	0,79%	98%
0	829	814
1	836	820
2	842	827
3	849	833
4	856	840
5	862	846

Fuente: INEC Proyecciones Población, pregunta 1.

Elaboración: Autora.

DEMADA REAL.

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar la totalidad de porcentaje de cada producto, menos el porcentaje de la opción otros que es (8%), (Cuadro N° 3) de las familias encuestadas en la ciudad de Zumba que consumen productos cárnicos y embutidos que da un porcentaje de 92% de los productos que se va ofrecer en el mercado.

**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL.
CUADRO N°19**

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
DEMANDA POTENCIAL	820.	827	833	840	846
DEMANDA REAL	758	764	770	776	782
Pollo	155	156	157	158	160
Salchicha de res	99	100	101	101	102
Chorizo de chancho	56	56	57	57	57
Mortadela de pollo	136	137	138	139	141
Chuleta de chancho	105	106	107	108	109
Carne de res pura.	133	134	135	136	137
Carne de chancho pura	74	75	75	76	77

Fuente: INEC Proyecciones Población, pregunta 2.

Elaboración: Autora.

DEMANDA EFECTIVA

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para una nueva empresa comercializadora de productos cárnicos y embutidos (cuadro N° 12), obteniendo que el 93% de la demanda efectiva si estarían dispuestos a comprar los productos.

**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA.
CUADRO N°20**

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
DEMANDA REAL	758	764	770	776	782
DEMANDA EFECTIVA	706	711	717	723	728
Pollo	144	145	146	147	149
Salchicha de res	92	93	94	94	95
Chorizo de chancho	52	52	53	53	54
Mortadela de pollo	127	128	129	130	131
Chuleta de chancho	98	99	99	100	101
Carne de res pura	124	125	126	127	128
Carne de chancho pura	69	70	70	71	71

Fuente: INEC Proyecciones Población, pregunta 1.

Elaboración: Autora.

DEMANDA EFECTIVA EN LIBRAS.

El uso promedio por familia se lo toma de la pregunta 6. ¿Cuántas libras consume mensualmente?, luego se procedió a multiplicar por 12 meses del año y dividido para el número de encuestados que seleccionaron es (Cuadro N°8), para calcular la cantidad de libras se multiplicando el consumo promedio anual por la demanda efectiva.

**DEMANDA EFECTIVA EN LIBRAS.
CUADRO N°21**

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
DEMANDA EFECTIVA	706	711	717	723	728
DEMANDA EFECTIVA EN LIBRAS	72682	73256	73835	74418	75006
Pollo	21.174lb	21341	21510	21679	21851
Salchicha de res	7375	7433	7492	7551	7611
Chorizo de chancho	4036	4068	4100	4133	4166
Mortadela de pollo	13182	13287	13392	13497	13604
Chuleta de chancho	8055	8119	8183	8248	8313
Carne de res pura	13314	13419	13525	13632	13739
Carne de chancho pura	5546	5589	5634	5678	5723

Fuente: INEC Proyecciones Población, pregunta 1.

Elaboración: La autora.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Actual.

Para determinar la oferta actual, se tomó en cuenta la cantidad de venta mensual de productos cárnicos Zumba, se consideró la pregunta que dice la pregunta 2. ¿Cuántas libras vende mensualmente?, multiplicado por 12 meses del año.

CUADRO N°22

PRODUCTOS	CANTIDAD LIBRAS (AÑO)	NÚMERO DE LOCALES
Pollo	2.394 lb	14
Salchicha de res	2.304 lb	
Chorizo de chancho	1.824 lb	
Mortadela de pollo	456 lb	
Chuleta de chancho	456 lb	
Carne de res pura	1.512 lb	
Carne de chancho pura	1.764 lb	

Elaborado: La autora.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Para proyectar la oferta se utilizó la tasa de crecimiento, considerando la implementación de nuevos locales para el año 2015, obteniendo 14 y los que existen hasta el 2014 teniendo 13 locales según datos del municipio de Zumba.

Fòrmula:

$$\text{Tasa de crecimiento} = \frac{\text{valor final} - \text{valor inicial}}{\text{valor inicial}} * 100$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = \frac{14 - 13}{13} * 100$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = 7,69\%$$

Entonces para proyectar la oferta se utilizara la tasa de crecimiento 7,69%. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

**PROYECCIÓN DE LA OFERTA
CUADRO N°23**

DESCRIPCIÓN	PROYECCIÓN DE OFERTA						
	AÑOS	0	1	2	3	4	5
Pollo		2.394lb	2.578lb	2.776lb	2.990lb	3.220lb	3.468lb
Salchicha de res		2.304	2.481	2.672	2.878	3.099	3.337
Chorizo de chancho		1.824	1.964	2.115	2.278	2.453	2.642
Mortadela de pollo		456	491	529	570	613	661
Chuleta de chancho		456	491	529	570	613	661
Carne de res pura		1.512	1.628	1.754	1.888	2.034	2.190
Carne de chancho pura		1.764	1.900	2.046	2.203	2.373	2.555

Elaborado: La autora.

Demanda Insatisfecha

Para realizar el análisis entre la oferta y la demanda, se tomó como base los datos obtenidos de la demanda proyectada y de la oferta proyectada, mediante cuya diferencia se obtuvo la demanda insatisfecha. En el siguiente cuadro se muestra para los cinco años siguientes:

**DEMANDA INSATISFECHA.
CUADRO N°24**

DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA					
	AÑOS	1	2	3	4	5
Pollo		18.596lb	18.564lb	18.519lb	18.459lb	18.383lb
Salchicha de res		4.894	4.761	4.614	4.452	4.273
Chorizo de chancho		2.072	1.953	1.822	1.680	1.523
Mortadela de pollo		12.691	12.758	12.822	12.884	12.943
Chuleta de chancho		7.564	7.590	7.614	7.635	7.653
Carne de res pura		11.685	11.665	11.636	11.598	11.549
Carne de chancho pura		3.646	3.544	3.430	3.305	3.168

Fuente: Cuadro N° 20 y cuadro N° 23.

Elaborado: La autora.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

Los cárnicos y embutidos de las mejores carnes que se comercializaran son elaborados en las empresas más prestigiosas del sur y bajo todas las normas de calidad y siguiendo los estrictos controles de limpieza, por otra parte las carnes de productores directos adquiridas en buen estado y de la mejor calidad.

En cuanto a la comercialización se lo hará de diversas formas, libras, medias libras, etc.

Nuestros productos serán introducidos al mercado con el eslogan:

“CÁRNICOS Y EMBUTIDOS LISTOS PARA SU MESA”

NOMBRE DE LA EMPRESA: “CÁRNICOS LA ZUMBEÑITA”

NOMBRE DEL PRODUCTO: Embutidos y Productos Cárnicos.

PRECIO

Para la determinación del precio de los cárnicos y embutidos y productos cárnicos, se procederá a analizar los costos de comercialización más el respectivo margen de utilidad tomando en cuenta el precio de la competencia, dentro de las estrategias se debe optimizar los costos de la producción, buscar la materia prima a más bajos costos y el debido aprovechamiento de los mismos.

Objetivos del precio:

Entre los principales objetivos figuran los siguientes:

- ❖ Obtener utilidades.

- ❖ Lograr o retener una participación del mercado.
- ❖ Estabilizar los precios.
- ❖ Hacer frente a los precios de la competencia.

PLAZA

Conforme lo solicitaron los futuros consumidores en las encuestas realizadas se ubicará en la ciudad de Zumba, barrio central

COMERCIALIZACIÓN.

Constituye un proceso que hace posible que el productor, en este caso el comercializador haga llegar el producto proveniente de una unidad productiva al consumidor o usuario final, en condiciones óptimas de lugar y tiempo, con el fin de lograr la satisfacción de sus necesidades.

Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

El segmento de mercado será las familias de la ciudad de Zumba utilizando el siguiente canal de distribución:

COMERCIALIZADORA



CONSUMIDOR FINAL

La razón por la cual se utiliza este canal es porque se quiere llegar directamente al consumidor a precios que se ajusten a su economía, al evitar los intermediarios se satisface de mejor forma al consumidor.

LOGOTIPO DE LA COMERCIALIZADORA “CÁRNICOS Y EMBUTIDOS LISTOS PARA SU MESA”

IMAGEN N° 1



Elaboración: La Autora.

**CUÑA RADIAL DE LA COMERCIALIZADORA
IMAGEN N° 2**

**COMERCIALIZADORA “CÁRNICOS Y EMBUTIDOS LISTOS
PARA SU MESA”**

Pone a su disposición los exquisitos cárnicos que son sus alimentos de primera necesidad, pruébelos y se sorprenderá.

Visítenos en la calle Colón entre Orellana y Av. Del Colegio o comuníquese a los

teléfonos 2589457 o al celular 0959724119.

Elaboración: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO.

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de comercialización de **EMBUTIDOS Y PRODUCTOS CÁRNICOS**. Aquí se consideran los datos obtenidos por el estudio de mercado para determinar la tecnología adecuada, el espacio físico, los recursos materiales y talento humano; se describe el tamaño que tendrá la empresa a implementarse, la localización y diseño organizacional.

Tamaño de la Empresa: El tamaño de la empresa se determinó, tomado como referencia los resultados que arrojó el estudio de mercado principalmente del análisis de balance de la oferta y la demanda.

Espacio Físico: Para el normal funcionamiento de la empresa se requiere de un área de 60 m² para la buena ejecución y realización de las actividades dentro de la empresa tanto para el área de oficinas como el área de ventas.

Capacidad Instalada: Se considera la capacidad de almacenamiento de la maquinaria, en este caso del cuarto frío como componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado de comercialización, se proyecta comercializar equilibrando la demanda insatisfecha existente por cierto porcentaje de cada uno de los productos a ofertar dando como resultado la capacidad instalada de ventas, lo cual está representada con las siguientes cantidades:

Para determinar la capacidad instalada se la realiza en base al cuarto frío que tiene una capacidad de 882 libras las mismas que serán vendidas cada semana, considerando que las semanas del año son 52, multiplicado por 882 libras se obtiene al año 45.864 libras.

**CAPACIDAD INSTALADA
CUADRO N°25**

AÑO 1			
DESCRIPCION	DEMANDA INSATISFECHA(lb)	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALASA (LIBRAS)
Pollo	18.596	30%	13.759
Salchicha de res	4.894	8%	3.669
Chorizo de chancho	2.072	4%	1.835
Mortadela de pollo	12.691	27%	12.383
Chuleta de chancho	7.564	12%	5.504
Carne de res pura	11.685	14%	6.421
Carne de chancho pura	3.646	5%	2.293
TOTAL	61.148lb.	100%	45.864lb.

Elaborado: La autora.

CUADRO N°26

AÑO 2			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALADA (LIBRAS)
Pollo	18.564	31%	14.218
Salchicha de res	4.761	8%	3.669
Chorizo de chancho	1.953	3%	1.376
Mortadela de pollo	12.758	21%	9.631
Chuleta de chancho	7.590	12%	5.504
Carne de res pura.	11.665	20%	9.173
Carne de chancho pura	3.544	5%	2.293
TOTAL	60.835lb.	100%	45.864lb.

Elaborado: La autora.

CUADRO N°27

AÑO 3			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALASA (LIBRAS)
Pollo	18.519	31%	14.218
Salchicha de res	4.614	8%	3.669
Chorizo de chancho	1.822	3%	1.376
Mortadela de pollo	12.822	22%	10.090
Chuleta de chancho	7.614	11%	5.045
Carne de res pura	11.636	20%	9.173
Carne de chancho pura	3.430	5%	2.293
TOTAL	60.458	100%	45.864

Elaborado: La autora.

CUADRO N°28

AÑO 4			
DESCRIPCION	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALASA (LIBRAS)
Pollo	18.459	31%	14.218
Salchicha de res	4.452	8%	3.669
Chorizo de chancho	1.680	3%	1.376
Mortadela de pollo	12.884	22%	10.090
Chuleta de chancho	7.635	11%	5.045
Carne de res pura	11.598	20%	9.173
Carne de chancho pura	3.305	5%	2.293
TOTAL	60.013lb	100%	45.864lb

Elaborado: La autora.

CUADRO N°29

AÑO 5			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD INSTALASA (LIBRAS)
Pollo	18.383	31%	14.218
Salchicha de res	4.273	8%	3.669
Chorizo de chancho	1.523	3%	1.376
Mortadela de pollo	12.943	22%	10.090
Chuleta de chancho	7.653	12%	5.504
Carne de res pura	11.549	19%	8.904
Carne de chanco pura	3.168	4%	1.835
TOTAL	59.493lb	99%	45.595lb.

Elaborado: La autora.

CAPACIDAD UTILIZADA

En este proyecto la capacidad utilizada constituye el rendimiento a nivel de comercialización con la que trabajará la empresa, en este caso viene a representar los volúmenes de ventas de los productos cárnicos durante los años 2017 al 2021.

En este proceso se utilizara el 100% de la capacidad instalada.

**CAPACIDAD UTILIZADA.
CUADRO N°30**

AÑO 1			
DESCRIPCION	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (LIBRAS)
Pollo	13.759	100%	13.759
Salchicha de res	3.669	100%	3.669
Chorizo de chancho	1.835	100%	1.835
Mortadela de pollo	12.383	100%	12.383
Chuleta de chancho	5.504	100%	5.504
Carne de res pura	6.421	100%	6.421
Carne de chancho pura	2.293	100%	2.293

Elaborado: La autora.

CUADRO N°31

AÑO 2			
DESCRIPCION	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (LIBRAS)
Pollo	14.218lb	100%	14.218lb
Salchicha de res	3.669	100%	3.669
Chorizo de chancho	1.376	100%	1.376
Mortadela de pollo	9.631	100%	9.631
Chuleta de chancho	5.504	100%	5.504
Carne de res pura	9.173	100%	9.173
Carne de chancho pura	2.293	100%	2.293
TOTAL			45.864lb

Elaborado: El autora

CUADRO N°32

AÑO 3			
DESCRIPCION	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (LIBRAS)
Pollo	14.218	100%	14.218
Salchicha de res	3.669	100%	3.669
Chorizo de chancho	1.376	100%	1.376
Mortadela de pollo	10.090	100%	10.090
Chuleta de chancho	5.045	100%	5.045
Carne de res pura	9.173	100%	9.173
Carne de chancho pura	2.293	100%	2.293
TOTAL			45.864

Elaborado: La autora.

CUADRO N°33

AÑO 4			
DESCRIPCION	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (LIBRAS)
Pollo	14.218	100%	14.218
Salchicha de res	3.669	100%	3.669
Chorizo de chancho	1.376	100%	1.376
Mortadela de pollo	10.090	100%	10.090
Chuleta de chancho	5.045	100%	5.045
Carne de res pura	9.173	100%	9.173
Carne de chancho pura	2.293	100%	2.293
TOTAL			45.864lb.

Elaborado: La autora.

CUADRO N°34

AÑO 5			
DESCRIPCIÓN	CAPACIDAD INSTALADA (lb)	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (LIBRAS)
Pollo	14.218lb	100%	14.218lb
Salchicha de res	3.669	100%	3.669
Chorizo de chancho	1.376	100%	1.376
Mortadela de pollo	10.090	100%	10.090
Chuleta de chancho	5.504	100%	5.504
Carne de res pura	8.904	100%	8.904
Carne de chanco pura	1.835	100%	1.835
TOTAL			45.595lb.

Elaborado: La autora.

Participación En El Mercado.

Para establecer la participación que tendrá cada uno de los productos en el mercado se toma en cuenta la demanda insatisfecha dividida para la capacidad utilizada y nos da a conocer el porcentaje de su participación.

$$\text{Participación en el mercado} = \frac{\text{Capacidad utipizada}}{\text{Demanda existente}} * 100$$

En este cuadro se indica la participación que tendrá la empresa en el mercado, con cada producto que se ofrece.

CUADRO N°35

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL AÑO UNO			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Pollo	18.596	13.759	73,99%
Salchicha de res	4.894	3.669	74,98%
Chorizo de chancho	2.072	1.835	88,53%
Mortadela de pollo	12.691	12.383	97,57%
Chuleta de chancho	7.564	5.504	72,76%
Carne de res pura	11.685	6.421	54,95%
Carne de chancho pura	3.646	2.293	62,90%
TOTAL	61.148lb.	45.864lb.	

Elaborado: La autora

CUADRO N°36

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL AÑO DOS			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Pollo	18.564	14.218	77%
Salchicha de res	4.761	3.669	77%
Chorizo de chancho	1.953	1.376	70%
Mortadela de pollo	12.758	9.631	75%
Chuleta de chancho	7.590	5.504	73%
Carne de res pura	11.665	9.173	79%
Carne de chancho pura	3.544	2.293	65%
TOTAL	60.835	45.864	

Elaborado: La autor

CUADRO N°37

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL AÑO TRES			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Pollo	18.519	14.218	77%
Salchicha de res	4.614	3.669	80%
Chorizo de chancho	1.822	1.376	76%
Mortadela de pollo	12.822	10.090	79%
Chuleta de chancho	7.614	5.045	66%
Carne de res pura	11.636	9.173	79%
Carne de chancho puro	3.430	2.293	67%
TOTAL	60.458	45.864	76%

Elaborado: La autora.

CUADRO N°38

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL AÑO CUATRO			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Pollo	18.459	14.218	77%
Salchicha de res	4.452	3.669	82%
Chorizo de chancho	1.680	1.376	82%
Mortadela de pollo	12.884	10.090	78%
Chuleta de chancho	7.635	5.045	66%
Carne de res pura	11.598	9.173	79%
Carne de chancho pura	3.305	2.293	69%
TOTAL	60.013	45.864	

Elaborado: La autora.

CUADRO N°39

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL AÑO CINCO			
DESCRIPCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Pollo	18.383	14.218	77%
Salchicha de res	4.273	3.669	86%
Chorizo de chancho	1.523	1.376	90%
Mortadela de pollo	12.943	10.090	78%
Chuleta de chancho	7.653	5.504	72%
Carne de res pura	11.549	8.904	77%
Carne de chancho pura	3.168	1.835	58%
TOTAL	59.493	45.595	

Elaborado: La Autora.

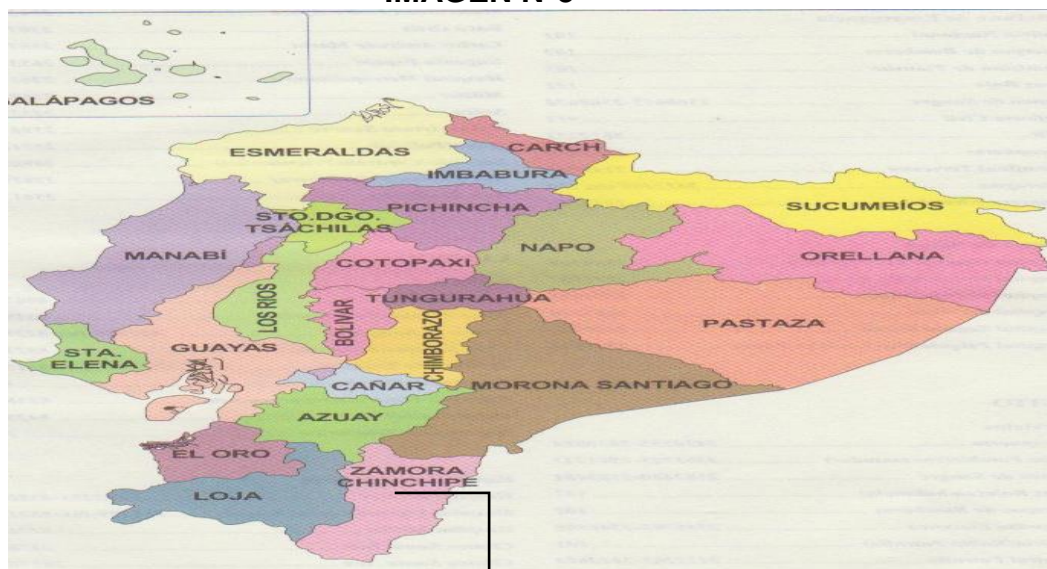
LOCALIZACIÓN.

El objeto de la localización es determinar el sitio exacto en el cual estará ubicada la comercializadora de acuerdo a los objetivos que se pretenda cubrir en el mercado, de tal manera que se logre una buena adecuación de la empresa y tratar de llegar de la mejor manera posible con los productos a manos de los consumidores.

MACRO LOCALIZACIÓN.

La empresa estará ubicada en la Provincia de Zamora Chinchipe, Cantón Chinchipe y ciudad del mismo, en cuanto a la cantidad de mercaderías a comercializar se puede mencionar que se obtendrá de la provincia de Loja; así mismo en lo referente a los medios de transporte de la ciudad cuenta con vías de acceso que permiten la libre circulación de vehículos para el trasporte de los productos y fácil acceso al local.

MACROLOCALIZACIÓN DE “CÁRNICOS LA ZUMBEÑITA” IMAGEN N°3



Fuente: Mapa provincias de Ecuador.
Elaboración: La Autora.

CÁRNICOS LA ZUMBEÑITA

MICRO LOCALIZACIÓN

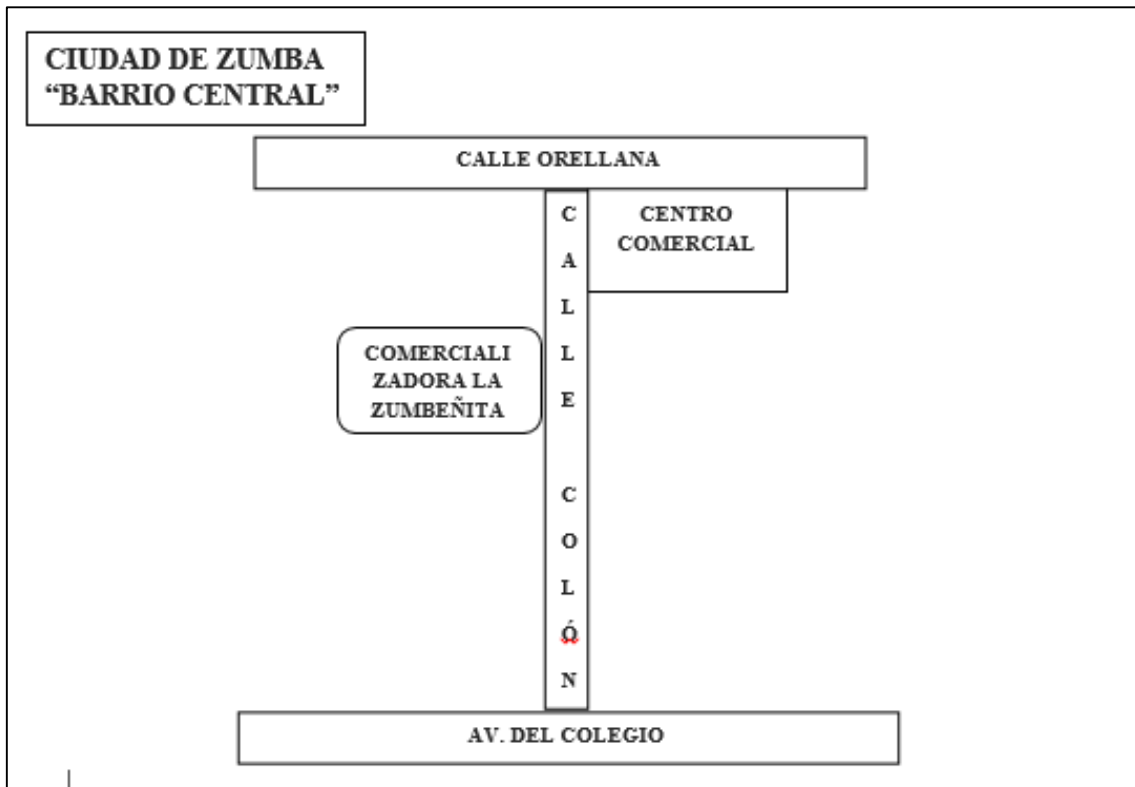
La comercializadora funcionará en la ciudad de Zumba, en el barrio central. En la calle Colón entre Orellana y Av. Del Colegio. Se decidió ubicar en dicho lugar por la facilidad de los servicios básicos como son: agua, luz, teléfono.

Agua: Se utilizará para el aseo correspondiente de los productos y local.

Luz eléctrica: Para la instalación de las máquinas necesarias en la empresa

Teléfono: Para tender todas las necesidades de los clientes.

IMAGEN N°4



Fuente: Calles de la ciudad de Zumba.

Fuente: La Autora.

INGENIERIA DEL PROYECTO.

La ingeniería del proyecto nos permite resolver todo lo relacionado con la instalación, funcionamiento y comercialización de la empresa, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo, maquinaria, arrendamiento del local, etc. Así mismo se determina la distribución óptima de la empresa y se define la estructura de la organización jurídica que tendrá la empresa.

COMPONENTE TECNOLÓGICO: Consiste en determinar la maquinaria adecuada a los requerimientos del proceso de comercialización y que esté

acorde a las actividades adecuadas para la ejecución de las ventas de los productos.

DESCRIPCIÓN DE MÁQUINARIA: Para la comercialización de los embutidos y productos cárnicos se necesita la siguiente maquinaria y equipos:

MAQUINARIA Y EQUIPO GRÁFICO N°11

Rebanadora de embutidos.



Balanza compacta PCE PCS 6



Frigorífico de 3 bandejas



Cuarto frío



Cortador de crane.



Elaboración: La Autora.

INGENIERÍA DEL PROCESO

Esta parte del estudio tiene como finalidad el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con el arrendamiento del local, su equipamiento y las características del producto de la empresa.

1. **Llamada a proveedores:** Se efectúa la llamada para realizar el correspondiente pedido de mercadería que se necesita en la comercializadora para lograr cubrir la demanda.
2. **Control de calidad del pedido:** En esta sección se inspecciona la calidad, cantidad y el buen estado en el que debe llegar los productos y la materia prima a la empresa como se lo ha pedido.
3. **Aseo e higiene de los productos:** Una vez realizada la inspección correspondiente se efectúa el aseo de las carnes.
4. **Adecuación de los productos en el cuarto frío y frigorífico:** En esta etapa se clasifica los productos dentro del cuarto frío y en el frigorífico por secciones específicas de diferentes tipos de carne y embutidos para su exhibición y lograr su venta.
5. **Cortado:** Para la venta se corta con la sierra eléctrica en caso de la carne y con rebanadora los embutidos, dependiendo de la necesidad del cliente en su compra.
6. **Pesado:** Se realiza el pesado de los productos dependiendo de la exigencia de los clientes.
7. **Entrega al cliente:** Es donde el cliente verifica la cantidad, calidad y peso deseado de lo comprado.

8. **Facturación y registro de entrega del producto:** El vendedor entrega factura por la venta y su debido registro de compra.

**FLUJOGRAMA PARA EL PROCESO DE LA EMPRESA “CÁRNICOS LA ZUMBELITA”
GARÁFICO N° 12**

ACTIVIDADES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN Y OPERACIÓN	ESPERA	OPERACIÓN	TIEMPO
					
LLAMADA PROVEEDORES.					8 min
CONTROL DE CALIDAD DEL PEDIDO.					6 min.
ASEO HE HIGIENE D ELOS PRODUCTOS.					13min
ADECUACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN EL CUARTO FRÌO					15 min
CORTADO					2min
PESADO.					2min
ENTREGA AL CLIENTE.					2min.
FACTURACIÒN DE LA COMPRA.					2min
TIEMPO					50 min.

Elaboración: La Autora

SIMBOLOGÍA:

Operación



Inspección y Operación.

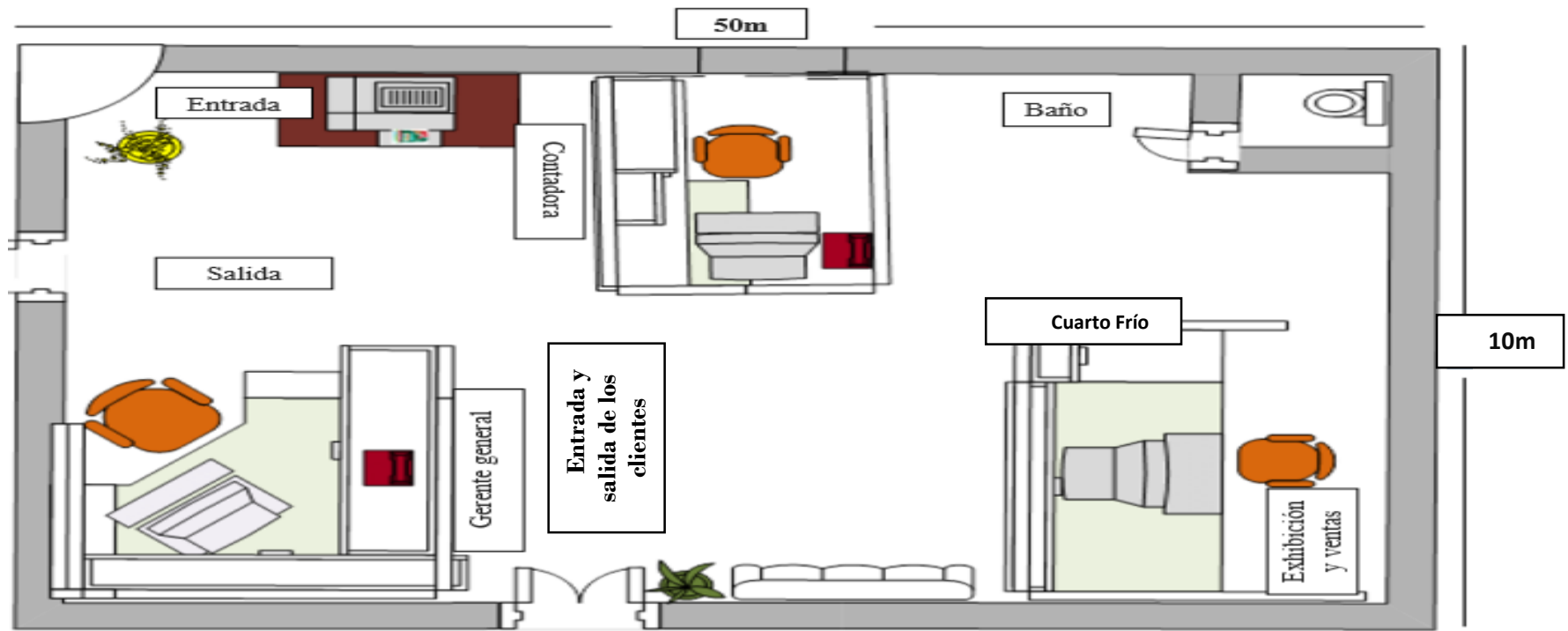


Espera.



INGENIERÍA DE LA PLANTA: La ingeniería de la planta permite resolver todo lo relacionado con la instalación, funcionamiento y comercialización de la empresa, así mismo se determina la distribución óptima de la empresa y se define la estructura de la organización jurídica que tendrá la empresa.

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA
IMAGEN N° 5**



Elaboración: La Autora.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

DISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA: Se entiende a la organización como el sistema estructurado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales, además de las políticas que cada uno de los programas implica.

Base Legal: La estructura administrativa se basa en la organización, ya que es un sistema que interrelaciona recursos humanos y materiales con el fin de cumplir determinadas metas y alcanzar objetivos. Así las organizaciones son unidades que transforman ciertos recursos del ambiente en productos deseados por la sociedad.

REPÚBLICA DEL ECUADOR NOTARIA

QUINTA DEL CANTON CHINCHIPE

CIA. LTDA

ANTECEDENTES

La empresa productora y comercializadora **“CÁRNICOS LA ZUMBEÑITA”** se crea con capital propio.

NIVELES JERÁRQUICOS.

NIVEL EJECUTIVO: Gerente Propietario.

NIVEL ASESOR: Asesor Jurídico.

NIVEL AUXILIAR: Contadora

NIVEL OPERATIVO: Ventas (vendedor).

OBJETO: La empresa se dedicará a la comercialización de cárnicos y embutidos en la ciudad de Zumba, provincia de Zamora Chinchipe

DOMICILIO: La empresa estará ubicada en:

PROVINCIA: ZAMORA CHINCHIPE

CANTÓN: CHINCHIPE

BARRIO: CENTRAL

DURACIÓN: La empresa tendrá un tiempo de duración de 10 años desde su fecha de inscripción en el registro mercantil

CAPITAL: El capital de esta compañía será de **\$17.381.**

REPRESENTANTE LEGAL.

El representante legal de esta compañía es la Srta. Mercedes Karina Jaramillo Yaguana con número de cédula 1105174054, la misma que desempeñará el cargo de Gerente propietaria de la misma en todos los actos y firmará los balances correspondientes.

Es dado y firmado en la ciudad de Zumba a los cinco días del mes de agosto del año dos mil diez y seis.

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.

RAZÓN SOCIAL:

La razón social o nombre de la empresa es "CÁRNICOS LA ZUMBEÑITA" CIA. LTDA.

NIVELES JERÁRQUICOS

Nivel Ejecutivo: Manejado por el Gerente-Propietario el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas de la empresa, el cuál es responsable de todas las actividades, que se desarrollan en la misma.

Nivel Asesor: Está conformado por el Asesor Jurídico cuya función básica es la de controlar los asuntos judiciales de la empresa o asistencia técnica específica realizará asesoría especializada a los niveles legislativo, ejecutivo y directivo pero esto no impide que facilite la asesoría a otros niveles. No tiene autoridad de mando sino autoridad funcional.

Nivel de Apoyo: Está conformado por la Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa y aprestamiento a tareas específicas: Secretaria, archivo, financiero, estadísticas, bienes, suministros, etc; su autoridad es mínima así como su responsabilidad.

Nivel Operativo: Está conformado por las personas que desarrollan las labores de comercialización de los productos, el cual es responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa y cumplir las órdenes enmendadas por las unidades administrativas. Es el encargado de la ejecución de los productos que estén relacionados directamente con el cliente externo en este caso con la ejecución de las ventas de los productos cárnicos.

ORGANIGRAMAS.

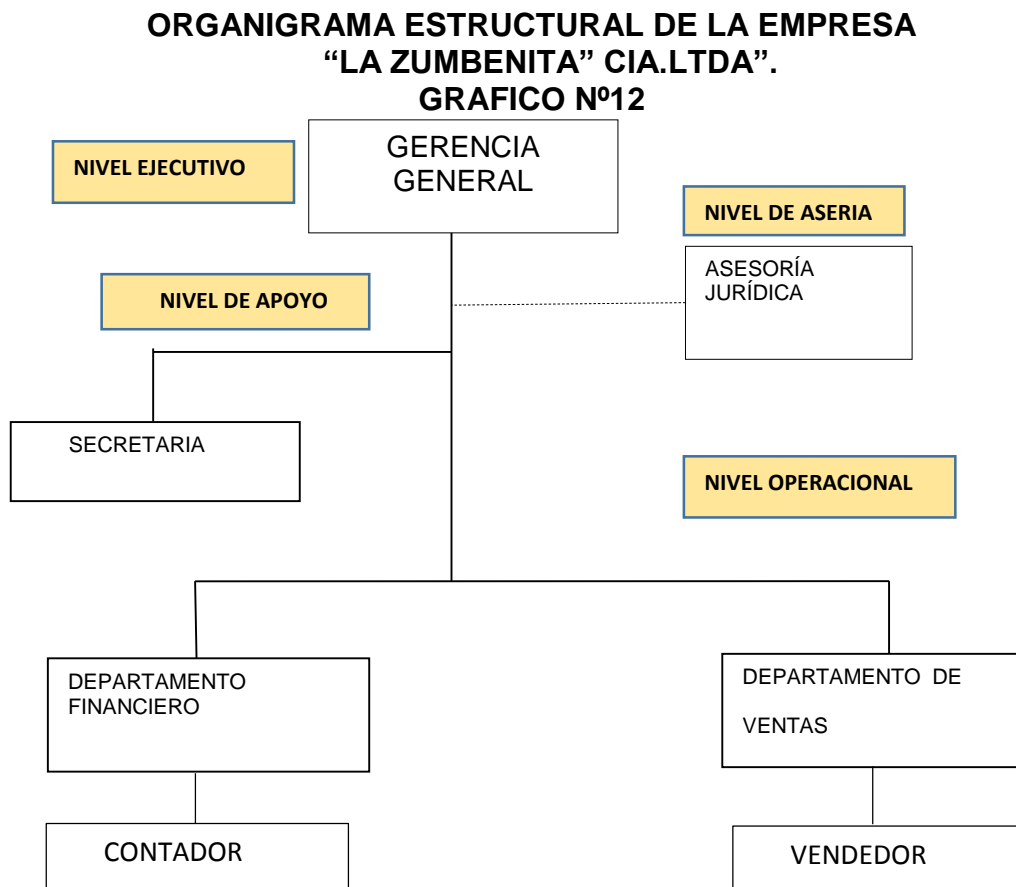
Mediante estas representaciones gráficas de la estructura de la empresa con sus servicios, órganos, puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Para el presente proyecto de inversión se determina los siguientes organigramas por su contenido, como son el organigrama estructural, posicional y funcional.

A continuación se exponen los organigramas para mejor información

Organigrama Estructural

Es la representación gráfica en la que se determina los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de responsabilidad entre los diferentes departamentos que conforman la estructura administrativa

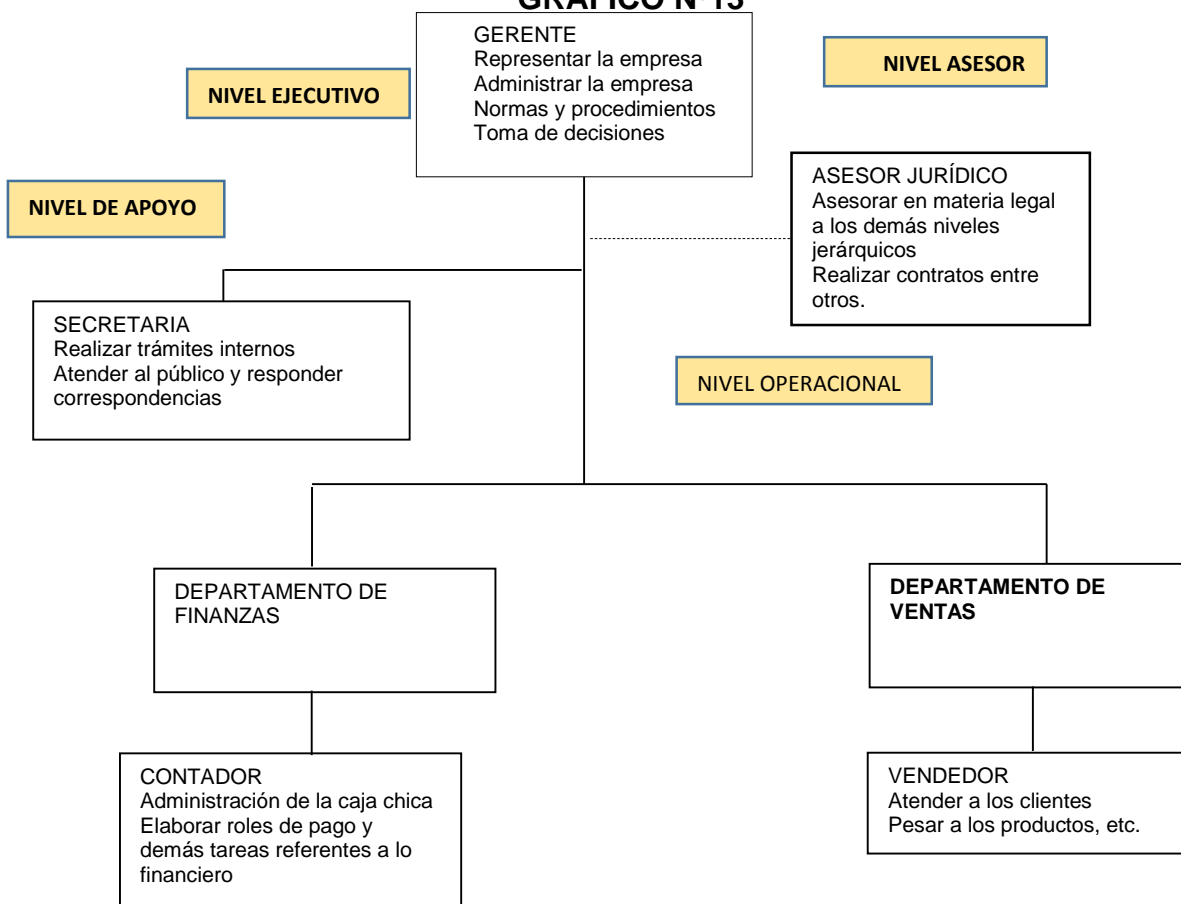


Elaboración: La Autora.

Organigrama Funcional

Consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de la unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por la más importante y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

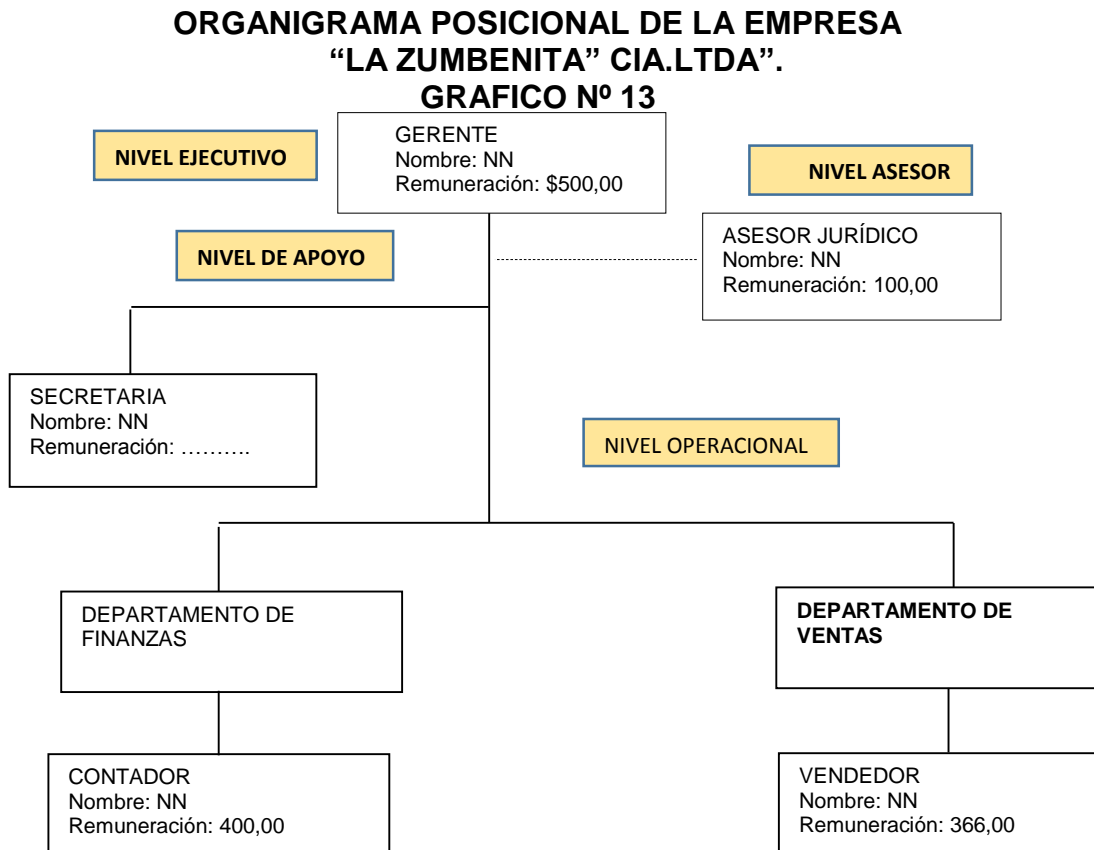
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA
“LA ZUMBENITA” CIA.LTDA”.
GRÀFICO N°13**



Elaboración: La Autora.

Organigrama Posicional

En este organigrama se detallan aspectos como: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que reciben.



Elaboración: La Autora.

MANUAL DE FUNCIONES



TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE - PROPIETARIO
DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO
SUPERVISA A: TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES:

- Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras.
- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos.
- Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso.
- Representar ante el directorio, programas de servicio, pronósticos de ventas del servicio y más documentos de trabajo para su aprobación.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Ingeniero Comercial.

EXPERIENCIA: Dos años en funciones similares

Elaboración: La Autora



TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURIDICO

DEPENDENDE: DEL GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Asesorar en materia legal al nivel Ejecutivo de la Institución para la consecución de los objetivos y el cumplimiento de las disposiciones legales

FUNCIONES:

- Asesorar al Gerente General en lo concerniente a los aspectos legales.
- Revisar los Reglamentos internos, Convenios u otros documentos.
- Procesar y dar seguimiento de los aspectos legales en los documentos que deben ser firmados por el gerente.
- Otras funciones inherentes que se le asignen.
- Recomendar a empleadores y trabajadores en materia de derecho.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Tercer nivel en derecho.

EXPERIENCIA: de 2 a 3 en funciones similares



TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA.
DEPENDE DE: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Organizar, Archivar, Comunicar y Ejecutar.

FUNCIONES:

- Usar apropiado del teléfono
- Manejar y organizar la agenda del Gerente
- Realizar redacción de correspondencia general, comercial y administrativa.
- Archivar documentos
- Enviar y contestar oficios y memorandos.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

El puesto requiere de responsabilidad, y discreción en el desarrollo de sus funciones, y facilidad de comunicación. .

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Titulo en secretariado ejecutivo.

EXPERIENCIA: 1 a 2 años en funciones similares.



TÍTULO DEL PUESTO: CONTADORA.
DEPENDE DE: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Realizar labores de contabilidad así como brindar asistencia directa al Gerente-Propietario de la empresa.

FUNCIONES:

- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS
- Preparar los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable económico y financiero.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

El puesto requiere de responsabilidad, y discreción en el desarrollo de sus funciones, conocimiento de normas y procedimientos contables.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Licenciada en contabilidad.

EXPERIENCIA: 1 Año en funciones afines.



TÍTULO DEL PUESTO: JEFE DEL PERSONAL.
DEPENDE DE: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Trabajo que consiste en planificar, organizar, dirigir y controlar el recurso humano

FUNCIONES:

- ✓ Participar en la elaboración de planes estratégicos.
- ✓ Ejecutar y controlar la asignación de los recursos planificados.
- ✓ Supervisar el cumplimiento de los proyectos.
- ✓ Identificar las actividades del personal a cargo

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Emplear y mantener las normas definidas.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Tercer nivel en administración de empresas

EXPERIENCIA: 3 años en funciones similares.



TÍTULO DEL PUESTO:	VENDEDOR
DEPARTAMENTO:	VENTAS
DEPENDE DE:	GERENTE
SUPERVISA A:	NO APLICA

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ejecución de labores de ventas para la empresa.

FUNCIONES:

- Realizar las actividades de venta.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Es el responsable por el cumplimiento de labores de ventas.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: Título de Bachiller

EXPERINCIA: Manejo de relaciones humanas.

Elaboración: La Autora.

ESTUDIO FINANCIERO.

Para la realización del estudio financiero de la empresa se toma en cuenta un sinnúmero de activos tanto fijos, variables y diferidos que vamos a utilizar para la implementación de la empresa. Por medio del estudio financiero se logra determinar la evaluación financiera.

INVERSIONES

La inversión se debe efectuar la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones se clasifica en tres rubros:

1. Activos Fijos.
2. Activo Circulante.
3. Activo Diferido.

Activos Fijos.

Están integrados por las inversiones que se realizan en bienes tangibles que van a ser utilizados en la operación normal de la empresa. En esta clase de activo tenemos: los terrenos, las construcciones, equipamiento de empresa y la dotación de principales servicios básicos, las inversiones a realizarse se indican a continuación:

MAQUINARIA Y EQUIPO: Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la empresa de la tecnología para realizar el proceso de comercialización con un costo de **\$5.360,00** estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N°40

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cortador de carne (sierra eléctrica)	1	460	460
Rebanadora de carne	1	590	590
Balanza PCE PCS.	1	110	110
cuato frio	1	3.000	3.000
Frigorífico	1	1.200	1.200
TOTAL		\$2.360	\$5.360

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

HERRAMIENTAS: Son el complemento para efectuar adecuadamente el proceso productivo, cuyo costo es de \$40,50, se detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO N°41

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuchillos	2	2,5	5
Ganchos para carnicería	6	4,25	25,5
Fuentes plásticas	2	5	10
TOTAL		\$11,75	\$40,5

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES: Comprende todos los bienes que se necesitan de acuerdo a la función, ya que facilitará la comodidad y adecuación del área administrativa y comercialización para el uso del personal y de los clientes. El monto es de \$480,00.

CUADRO N°42

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio Gerente	1	150	150
Silla giratoria	1	50	50
Sillas de oficina	2	40	80
Escritorio	1	80	80
Archivador de 4 Gavetas.	1	120	120
TOTAL		\$120	\$480

Fuente: Almacén Pro. Muebles, Gerardo Ortíz.

Elaboración: La Autora.

EQUIPOS DE OFICINA.

Se incluye en este rubro todos los valores correspondientes a los elementos que harán posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente, con un monto de \$100,00.

CUADRO N°43

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sumadora	1	40	40
Teléfono	1	60	60
TOTAL		\$100	\$100

Fuente: Gráfica Santiago

Elaboración: La Autora.

EQUIPO DE CÓMPUTO.- Dentro de este rubro se indican los valores correspondientes al computador e impresora que son necesarios para un mejor desenvolvimiento de las actividades dentro de la empresa con un monto de \$1.270,00.

CUADRO N°44

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	2	600	1.200
Impresora CANON G4.	1	70	70
TOTAL		\$670	\$1.270

Fuente: Master PC.

Elaboración: la Autora.

EQUIPO DE SEGURIDAD: Se ha tomado en consideración un extintor, para ayudar en la seguridad de la empresa con un valor de \$30,00.

CUADRO N°45

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintor	1	30	30,00
TOTAL		\$30	\$30,00

Fuente: Ferretería J y G.

Elaboración: L a Autora.

**RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS.
CUADRO N°46**

DETALLE	VALOR
MAQUINARIA Y EQUIP	\$5.360
HERRAMIENTAS	\$40,5
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$1270
MUEBLES Y ENSERES	\$480
EQUIPOS DE OFICINA	\$100
TOTAL	

Fuente: Almacén el colombiano S.A.

Elaboración: La Autora

Depreciación de activos fijos

Depreciaciones: Las depreciaciones son los desgastes que sufren los activos fijos debido a su trabajo diario, estos activos tiene diferentes tiempos de vida útil.

Formula: $\text{Valor Residual} = \text{valor histórico} * \% \text{ de depreciación}$

Depreciación = valor actual – valor residual vida útil del activo

Depreciación de activos fijos

CUADRO N°47

DEPRECIACIÓN	VALOR	VIDA UTIL	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIP	5.360	10	10%	536	482,4
HERRAMIENTAS	40,5	10	10%	4,05	3,645
EQUIPO DE COMPUT	1270	3	33%	423,3	282,22
MUEBLES Y ENSERES	480	10	10%	48	43,2
EQUIPOS DE OFICINA	100	10	10%	10	9
TOTAL				1.021,38	820

Fuente: Almacene el colombiano S.A.

Elaboración: La Autora

**REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y HERRAMIENTAS
CUADRO N°48**

REINVERSION			
DESCRIPCIÓN	VALOR ACTUAL	CRECIMIENTO	VALOR
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$1.270	9,27%	\$1.387,729

Fuente: Compucenter.

Elaboración: La Autora

Procedimiento

Para la reinversión se utilizó el valor de los activos multiplicado por la tasa de crecimiento que es de 3,09% por los tres años que es donde se vuelve a comprar los activos

**DEPRECIACIÓN DE REINVERSIÓN DE ACTIVOS
CUADRO N°49**

DEPRECIACION DE ACTIVOS DE REINVERSIÓN					
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1387,7 29	3	33,33%	463	308,35
TOTAL				462,58	308,35

Fuente: Compucenter.

Elaboración: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVOS NOMINALES O DIFERIDOS.

Son aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, son inversiones intangibles susceptibles de amortizar y, al igual que la depreciación afectarán al flujo de caja. Los principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, capacitación, los imprevistos, los intereses y cargos financieros pre-operativos, etc.

CUADRO N°50

PRESUPUESTO DE CONSTITUCIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudio Preliminar	1	400	400
Gastos de constitución	1	300	300
Permiso de funcionamiento	1	70	70
Patente Municipal	1	150	150
Adecuación de local	1	200	200
Imprevistos	3%	33,6	33,6
TOTAL	1	\$1.153,6	\$1.153,6

Elaboración: La Autora

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS
CUADRO N°51

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1.153,6	230,72	922,88
2	922,88	230,72	692,16
3	692,16	230,72	461,44
4	461,44	230,72	230,72
5	230,72	230,72	0
TOTAL			\$2.307,2

Elaboración: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE OPERACIÓN.

Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades. Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

A este rubro corresponden el conjunto de elementos de activos que están en continua rotación o cambio.

**COSTO DE COMERCIALIZACION
CUADRO N°52**

PRECIOS DE PROVEEDORES		
PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO
Pollo	libras	\$ 1,11
Salchicha de res	libras	\$ 1,79
Chorizo de chancho	libras	\$ 2,00
Mortadela de pollo	libras	\$ 1,86
Chuleta de chancho	libras	\$ 3,22
Carne de res pura	libras	\$ 1,79
Carne de chancho pura	libras	\$ 2,14

Fuente: Inapesa, Tercena.

Elaboración: El autora

MERCADERÍAS: En el proyecto lo que trata es de comercializar productos de primera necesidad, por lo tanto se debe recurrir al proceso de compra de los mismos para sin proceso adicional hacer llegar a los consumidores, de acuerdo a los niveles de comercialización estimados se tiene las siguientes cantidades.

Costo De Mercadería: Constituyen los productos que serán comercializados y que deben ser adquiridos a proveedores, en este caso INAPESA y Tercena.

CUADRO N°53

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD SEMANAL	PRECIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pollo	libras	265	1,11	1272,73	15272,71
Salchicha de res	libras	71	1,79	545,78	6549,38
Chorizo de chancho	libras	35	2,00	305,76	3669,12
Mortadela de pollo	libras	238	1,86	1919,41	23032,90
Chuleta de chancho	libras	106	3,22	1474,53	17694,33
Carne de res pura	libras	123	1,79	955,12	11461,41
Carne de chanco pura	libras	44	2,14	408,95	4907,45
TOTAL		882lb		6882,28lb	82587,30lb.

Elaboración: La Autora

Costo De Mercadería: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016.

**PROYECCIÓN DE COSTO DE MERCADERÍA
CUADRO N°54**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	\$ 82.587,30
2	\$ 85.139,25
3	\$ 87.770,06
4	\$ 90.482,15
5	\$ 93.278,05
TOTAL	\$ 439.256,81

Fuente: tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: El autora

MATERIAL DE EMPAQUE: Es aquel producto que sirve e interviene de manera directa en la comercialización del producto, es un complemento necesario para comercializar el mismo en condiciones higiénicas.

CUADRO N°55

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
fundas de halar rayadas	cientos	1	1,25	1,25	15
Fundas de halar negras medianas	cientos	1	0,75	0,75	9
Fundas de halar negras pequeñas	cientos	1	0,5	0,5	6
TOTAL				2,5	30

Fuente: Tienda de la ciudad de Zumba.

Elaboración: La Autora.

Proyección de Costo De Mercadería: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016.

**PROYECCIÓN DE COSTO DE MERCADERÍA.
CUADRO N°56**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	\$ 30,00
2	\$ 30,93
3	\$ 31,88
4	\$ 32,87
5	\$ 33,88
TOTAL	\$ 159,56

Fuente: Tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: El autora.

MANO DE OBRA DIRECTA: Son las personas que intervienen directamente en el proceso de comercialización, en este caso se inicia con 1 vendedor con un sueldo de básico de \$366,00 dólares.

CUADRO N°57

RUBROS	VENDEDOR
Sueldo básico	366
Décimo tercer sueldo 1/12	30,5
Décimo Cuarto sueldo SBA/12	30,5
Vacaciones S.B/24	15,25
Fondos de reserva (12)	
Aporte Patronal IEES (11,15%)	40,809
Aporte SECAP (1%)	3,66
SUELDO MENSUAL	486,719
# DE PUESTOS	1
SUELDO ANUAL	\$5.840,628

Fuente: Ministerio de trabajo y empleo.

Elaborado: La Autora

Proyección de Mano De Obra Directa: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016.

**PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA
CUADRO N°58**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	5.840,63
2	6.021,10
3	6.207,16
4	6.398,96
5	6.596,68
TOTAL	\$31.064,53

Fuente: tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: El autora.

Arriendo: Se prevé arrendar un local de al menos 60 m², en el funcionara toda la empresa de comercialización; este local tiene un costo de \$200.00 dólares mensuales en el lugar seleccionado.

CUADRO N°59

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo del local		1	200	200	2.400
TOTAL				\$200	\$2.400

Elaboración: Lal autora.

Proyección de Arriendo: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016.

**PROYECCIÓN DE ARRIENDO
CUADRO N°60**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	2.400,00
2	2.474,16
3	2.550,61
4	2.629,43
5	2.710,67
TOTAL	\$ 12.764,87

Fuente: tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: El autora

Servicios Básicos:

Agua Potable: Se lo calcula en base de la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa.

Energía Eléctrica: Se calcula sobre la base de los gastos de iluminación requerida para las oficinas y comercialización de la empresa. El precio es de \$ 0.48 por cada KW/h según la Empresa Eléctrica Regional del Sur de Loja; se estima un promedio de consumo de 300 KW/h.

CUADRO N°61

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua potable	m3	10	0,48	4,8	57,6
Energía eléctrica	kw/h	300	0,1	30	360
TOTAL				\$34,8	\$417,6

Fuente: ERSSA Municipio de Zumba.

Elaboración: El autora

Proyección de Servicios Básicos: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016.

**PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS.
CUADRO N°62**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	417,6
2	430,50
3	443,81
4	457,52
5	471,66
TOTAL	\$2.221,09

Fuente: Tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: El autora

Materiales y Útiles de Aseo: Es necesario realizar un presupuesto de materiales y útiles de aseo, los mismos que son necesarios para el bienestar de los trabajadores y de la empresa para el transcurso.

CUADRO N°63

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Escobas	Unidades	2	2,5	5	10
Recogedores	unidades	2	2	4	8
Cestos para basura	unidades	3	4	12	12
Trapeadores	unidades	2	2	4	8
Desinfectante de 2l.	Botella	2	2,75	5,5	22
Papel higiénico	Docena	1	4	4	48
Franelas	unidades	4	0,75	3	18
Detergente	unidades	3	3,25	9,75	58,5
Jabón de tocador	Botella	1	5	5	60
Toallas	unidades	3	1	3	18
Guantes	unidades	2	1,8	3,6	21,6
Mandiles	unidades	2	4	8	48
TOTAL				\$66,85	\$332,1

Fuene: Tiendas de la ciudad de Zumba.

Elaboración: El autora

Proyección Material y Útiles de Aseo: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016.

**PROYECCIÓN MATERIALES Y ÚTILES DE ASEO
CUADRO N°64**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	332,1
2	342,36
3	352,94
4	363,85
5	375,09
TOTAL	\$1.766,34

Fuente: Tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: El autora

Materiales Y Útiles De Oficina: Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina y útiles de oficina como: carpetas de archivo, lápices, resmas de papel, etc.

CUADRO N°65

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papel boon	Resma	2	4	8	16
Cartuchos negro	Unidades	2	20	40	40
Block de facturas	Ciento	2	8	16	192
Esferos	unidades	2	0,3	0,6	7,2
Correctores	unidades	2	0,75	1,5	3
Grapadora	unidades	1	7	7	14
Perforadora	unidades	1	6	6	12
Carpetas archivadoras	unidades	2	3	6	6
Clips	Caja	1	0,4	0,4	4,8
TOTAL				\$85,5	\$295

Fuente: Librería Reina del Cisne.

Elaboración: La autora

Proyección Material Y Útiles De Oficina: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016

**PROYECCIÓN MATERIAL Y ÚTILES DE OFICINA.
CUADRO N°66**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	295,00
2	304,12
3	313,51
4	323,20
5	333,19
TOTAL	\$1.569,02

Fuente: Tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: La autora

Publicidad: En este rubro se incluyen todo los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva en la comercialización de sus productos; así como una buena distribución.

CUADRO N°67

PUBLICIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VAOR ANUAL
Cuñas Radiales	1	1	15	15	180
TOTAL				\$15	\$180

Fuente: Oficinas radio San Antonio.

Elaboración: El autor

Proyección Publicidad: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016

**Proyección Publicidad.
CUADRO N°68**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	180,00
2	185,56
3	191,30
4	197,21
5	203,30
TOTAL	\$957,37

Fuente: Tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: La autora.

Reparación Y Mantenimiento: Para evitar posibles fallas es necesario dar el respectivo mantenimiento a la maquinaria, para lo cual se ha procedido a calcular un porcentaje anual correspondiente a cada rubro

CUADRO N°69

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE	VALOR ANUAL
Maquinaria y equipo	5360	2%	107,2
Muebles y enseres	480	2%	9,6
Equipo de oficina	100	1%	1
TOTAL			\$117,8

Fuente: Comercial el Colombiano S.A.

Elaboración: La Autora.

Proyección de Reparación Y Mantenimiento: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016.

PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.
CUADRO N°70

AÑOS	VALOR TOTAL
1	117,80
2	121,44
3	125,19
4	129,06
5	133,05
TOTAL	\$ 626,54

Fuente: Tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: La autora.

Sueldos Administrativos: Conforman el gasto del personal que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa. Se refiere los sueldos para el personal que trabajará en la parte administrativa de la empresa.

CUADRO N°71

DETALLE	GERENTE	CONTADORA	ASESOR JURÍDICO
Sueldo básico	500	400	
Décimo tercero (S.B /12)	41,67	33,33	
Décimo Cuarto (SBA/12)	30,5	30,5	
Vacaciones/24	20,8	16,667	
Fondos de reserva IEES*0,1115			
Aporte SECAP 1%	5	4	
TOTAL MES	598,0	484,5	100,00
TOTAL ANUAL	\$7.176,00	\$5.814,00	\$1.200,00
TOTAL	\$14.190,00		

Fuente: Ministerio de trabajo y empleo.

Elaboración: El autora

Proyección de Sueldos Administrativos: Esta proyección se la realiza con la tasa de inflación del 3,09% del año 2016

**PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS
CUADRO N°72**

AÑOS	VALOR TOTAL
1	14.190,000
2	14.628,47
3	15.080,49
4	15.546,48
5	16.026,86
TOTAL	\$75.472,30

Fuente: Tasa de inflación de 3,09 del año 2016

Elaboración: La autora.

**RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.
CUADRO N°73**

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Mercadería	82.587,30	6882,28
Mano de obra directa	5.840,63	486,719
Servicios básicos	417,6	34,8
Arriendo	2.400	200
Publicidad	180	15
Reparación y mantenimiento	117,8	9,82
Materiales y útiles de aseo	332,1	27,675
útiles de oficina	295,00	24,58333333
Teléfono	6,00	0,5
Remuneraciones administrativas	14.190,00	1182,5
Material de empaque	159,56	13,29674132
TOTAL	\$ 106.366	\$ 8.877,17

Elaboración: El autora

**INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO.
CUADRO N°74**

ACTIVOS	VALOR TOTAL
ACTIVO FIJO	7.281
ACTIVO CIRCULANTE	8.877
ACTIVO DIFERIDO	1.223,6
TOTAL	\$17.381

Elaboración: La autora.

Financiamiento de la inversión

El monto del proyecto para su puesta en marcha se determinó de tal manera que detalla con los rubros de inversión con los cuales va a ejecutarse la empresa.

CUADRO N°75

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
* COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN					
MERCADERÍAS	82.587,30	85.139,25	87.770,06	90.482,15	93.278,05
MATERIAL DE EMPAQUE	30,00	30,93	31,88	32,87	33,88
MANO DE OBRA DIRECTA.	5.840,63	6.021,10	6.207,16	6.398,96	6.596,68
ARRIENDOS	2.400	2.474,16	2.550,61	2.629,43	2.710,67
SERVICIOS BÁSICOS	417,6	430,50	443,81	457,52	471,66
MATERIALES Y ÚTILES DE ASEO	332,10	342,36	352,94	363,85	375,09
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	482,40	482,40	482,40	482,40	482,40
DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS	3,645	3,65	3,65	3,65	3,65
TOTAL COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	92.093,68	94.924,35	97.842,50	10.0850,81	10.3952,08
* GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
REMUNERACIONES	14.190,00	14.628,47	15.080,49	15.546,48	16.026,86
TELÉFONO	6	6,19	6,38	6,57	6,78
ÚTILES DE OFICINA	295,00	304,12	313,51	323,20	333,19
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA.	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES.	76,80	76,80	76,80	76,80	76,80
DEP. EQUIPO DE COMPUTACIÓN.	279,40	279,40	279,40	279,40	279,40
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	117,80	121,44	125,19	129,06	133,05
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	14.974,00	15.425,41	15.890,77	16.370,51	16.865,08
*GASTOS DE VENTAS					
PUBLICIDAD	180,00	185,56	191,30	197,21	203,30
TOTAL GASTOS DE VENTAS	180,00	185,56	191,30	197,21	203,30
OTROS GASTOS					
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	2.307,2	2.307,2	2.307,2	2.307,2	2.307,2
TOTAL OTROS GASTOS	2.307,20	2307,20	2307,20	2307,20	2307,20
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN.	17.461,20	17.918,17	18.389,27	18.874,92	19.375,58
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	109.554,88	112.842,53	116.231,77	119.725,73	123.327,66

Elaboración: La Autora.

Para el financiamiento de la empresa “**COMERCIALIZADORA LA ZUMBEÑITA**” la inversión es de \$ 17.381 dólares, el mismo que se financiara de capital interno que se detalla a continuación:

Fuente Interna: Para el presente proyecto, la inversión interna será cubierta por capital propio cuyo monto es de; \$ 17.381 dólares que representa el 100% de la inversión.

**FINANCIAMIENTO
CUADRO N°76**

DETALLE	PORCENTAJE	PORCENTAJE
Capital propio	17.381	100%
TOTAL	17.381	100%

Elaboración: El autora

Determinación De Costos De Operación.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos y variables se determinan con la finalidad de representar los valores monetarios para una medición empresarial, mediante el punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada.

COSTOS FIJOS: son aquellos que se mantiene constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos durante el transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.

COSTOS VARIABLES: Son gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

CUADRO N°77

CUADRO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES						
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.	C.F.	C.V.
Mercadería		82.587,30		87.770,06		93.278,05
Material de empaque		30,00		31,88		33,88
Mano de obra directa	5.840,63		6.207,16		6.596,68	
Arriendos	2.400		2.550,61		2.710,67	
Servicios básicos		417,6		443,81		471,66
materiales y útiles de aseo		332,10		352,94		375,09
Dep. maquinaria y equipo	482,40		482,40		482,40	
Dep. herramientas	3,65		3,65		3,65	
TOTAL COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN						
Gastos administrativos						
Remuneraciones	14.190,00		15.080,49		16.026,86	
Teléfono	6		6,38		6,78	
útiles de oficina	295,00		313,51		333,19	
Dep. Equipo de oficina	9,00		9,00		9,00	
Dep. Muebles y enseres.	76,80		76,80		76,80	
Dep. Equipo de computación.	279,40		279,40		279,40	
Reparación y mantenimiento	117,80		125,19		133,05	
GASTOS DE VENTAS						
Publicidad	180,00		191,30		203,30	
Otros gastos						
Amortización de diferidos	2.307,2		2307,2			2.307,2
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	26.187,87	83.367,00	27.633,08	88.598,69	26.861,78	96.465,88
TOTAL COSTOS	\$109.554,88		\$116.231,77		\$123.327,66	

Elaboración: El autora

INGRESOS TOTALES

Para determinar los ingresos totales de cada uno de los productos, se procede a multiplicar el Precio de Venta al Público por las unidades comercializadas al año de cada uno de ellos.

CUADRO N°78

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	P.V.P	CANTIDAD ANUAL (Lb)	VALOR TOTAL
Pollo	\$1,11	40%	\$1,55	13.759	21.381,80
Salchicha de res	\$1,79	40%	\$2,50	3.669	9.169,13
Chorizo de chancho	\$2,00	40%	\$2,80	1.835	5.136,77
Mortadela de pollo	\$1,86	40%	\$2,60	12.383	32.246,06
Chuleta de chancho	\$3,22	40%	\$4,50	5.504	24.772,06
Carne de res pura	\$1,79	40%	\$2,50	6.421	16.045,98
Carne de chancho pura	\$2,14	40%	\$3,00	2.293	6870,43
TOTAL					115.622,23lb

Elaboración: El autora

$$C.U * M.U.=P.V.P.$$

$$1,11 * 40\% = 1,55$$

$$C.A.* P.V.P.= I.T.$$

$$11.759 * 1,55 = 21.381,80$$

NOTA: El mismo procedimiento para todos los productos tomando en relación la cantidad anual.

Proyección de ingresos

Para los años siguientes se calcula con la tasa de crecimiento de 3,09%, tomando en cuenta el 40% de margen de utilidad y un incremento en los últimos tres años de un 5% más de margen de utilidad.

CUADRO N°79

PROYECCIÓN VENTAS	
AÑO	VENTAS
1	115.622,23 lb
2	119.194,95 lb
3	128.837,83 lb
4	139.260,81 lb
5	150.527,00 lb

Fuente: INEC.

Elaboración: El autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos ganancias. Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos fijos y los variables.

Punto de equilibrio año 1**Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{26.187,87}{115.622,23 - 83.367} * 100$$

$$PE = 81,19\%$$

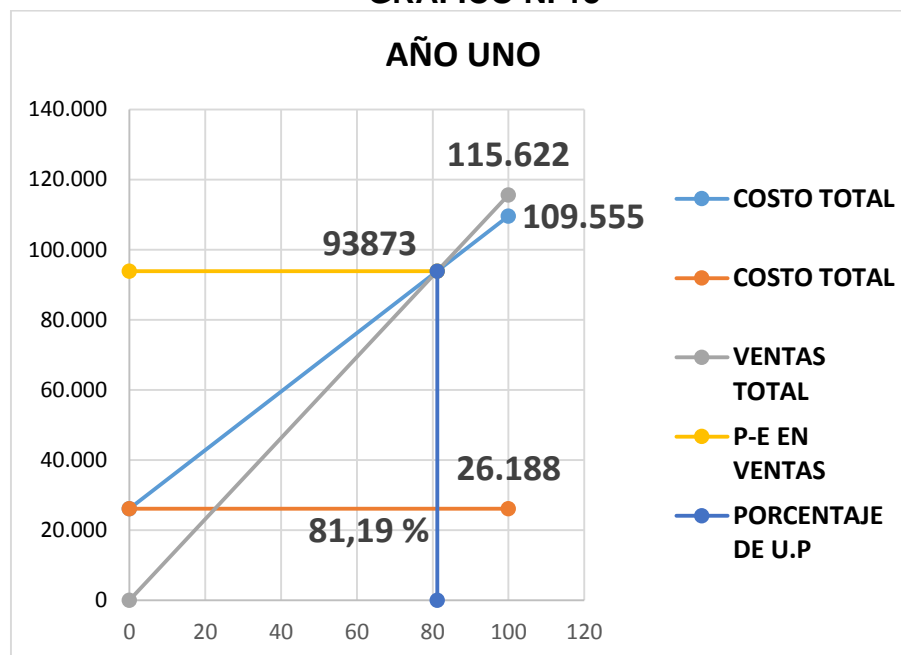
Punto de equilibrio en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{26.187,87}{1 - \frac{83.367}{115.622,23}}$$

$$PE = 93.873$$

**FUNCION DE LA VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA.
GRÁFICO N. 18**



ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 81,19% y las ventas de \$93873 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

Punto de equilibrio año 3

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{26.861,78}{151.548 - 96.465,88} * 100$$

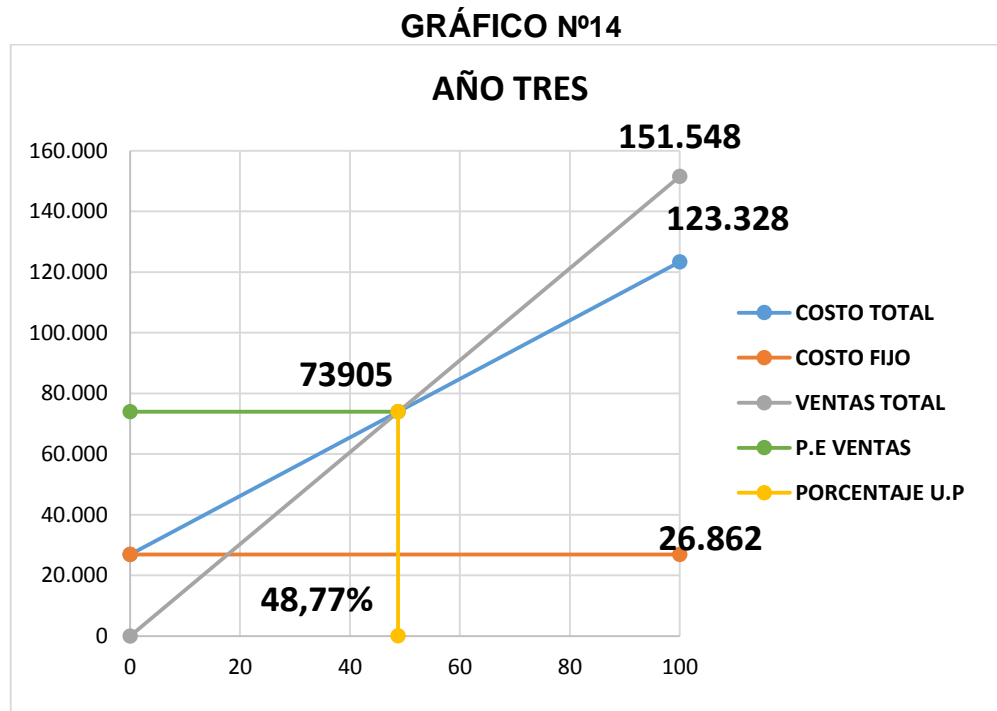
$$PE = 48,77\%$$

Punto de equilibrio en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{26.861,78}{1 - \frac{96.465,88}{151.548,39}}$$

$$PE = 73.904,76$$



Elaboración: La Autora.

ANÁLISIS: El siguiente gráfico indica que para el tercer año la empresa debe vender \$73.905,00 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 48,77% de capacidad instalada.

Punto de equilibrio año 5.

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{27.633,08}{128.838 - 88.598,69} * 100$$

$$PE = 68,67\%$$

Punto de equilibrio en función de los ingresos (ventas)

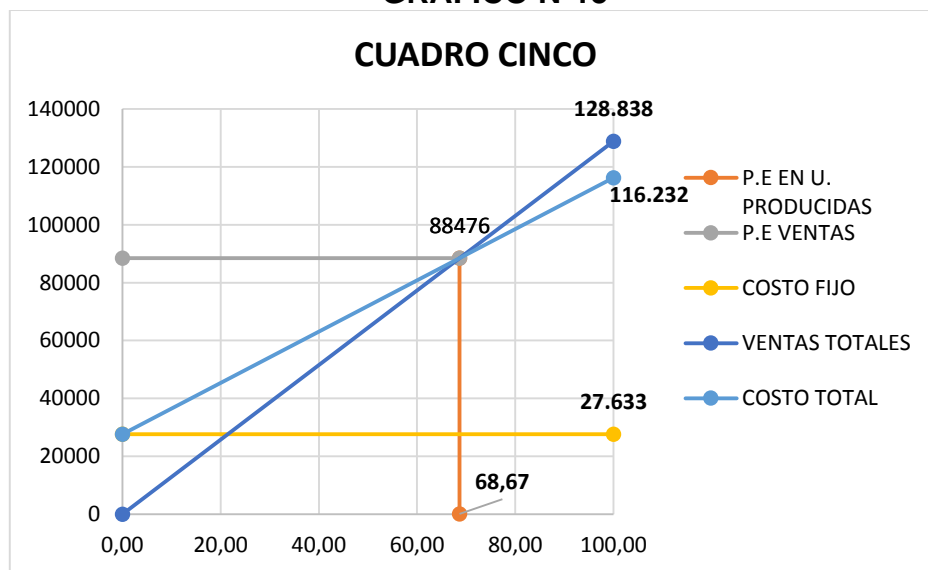
$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{27.633,08}{1 - \frac{88.598,69}{128.837,83}}$$

$$PE = 88.475,70$$

GRÁFICO N°15

CUADRO CINCO



Elaboración: La Autora.

ANÁLISIS: El siguiente gráfico indica que para el tercer año la empresa debe vender \$88.476,00 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 68,67% de capacidad instalada.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

Para establecer el estado de pérdidas y ganancias se debe considerar el ingreso total anual por concepto de ventas, del que se deduce los costos de producción, operación, el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, la deducción del 22% del pago de impuesto a la renta.

CUADRO N°80

DENOMINACIÓN	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	115.622,23	119.194,5	128.837,83	139.260,81	150.527,00
Costos de comercialización	92.093,68	94.924,35	97.842,50	100.850,81	103.952,08
Utilidad bruta	23.528,55	24.270,60	30.995,33	38.409,99	46.574,92
Costos de operación	17.461,20	17.918,17	18.389,27	18.874,92	19375,58
Utilidad Neta	6.067,35	6.352,43	12.606,06	19.535,07	27.199,34
15% utilidad de trabajo	910,10	952,86	1.890,91	2.930,26	4.079,90
Utilidad antes del impuesto	5.157,25	5.399,56	10.715,15	16.604,81	23.119,44
22% Impuesto a la renta	1.134,59	1.187,90	2.357,33	3.653,06	5.086,28
Utilidad antes de Reserva Legal	4.022,65	4.211,66	8.357,82	12.951,75	18.033,17
10% reserva legal	402,27	421,17	835,78	1.295,18	1.803,32
Utilidad Líquida	3.620,39	3.790,49	7.522,04	11.656,58	16.229,85

Elaboración: La Autora.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

FLUJO DE CAJA

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

CUADRO N°81

FLUJO DE CAJA

	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		115.622,23	119.194,95	128.837,83	139.260,81	150.527,00
Capital propio	17.381					
Valor residual				427,38		1.021,38
T. Ingresos	17.381	115.622	119.195	129.265	139.261	151.548
EGRESOS						
A Fijo	7.281					
A. Diferido	1.223,6					
A. Circulante	8.877,17					
Reinversión					1387,729	
Presupuesto General		109.554,88	112.842,53	116.231,77	119.725,73	123.327,66
total egresos	17.381	109.555	112.843	116.232	121.113	123.328
utilidad bruta		6.067,35	6.352,43	13.033,44	18.147,34	28.220,73
15% Utilidad Trabajo		910	953	1.955	2.722	4.233
(=) utilidad ante de impuestos		5.157,25	5.399,56	11.078,43	15.425,24	23.987,62
22% Imp. Renta		1.135	1.188	2.437	3.394	5.277
utilidad ant de reserva		4.023	4.212	8.641	12.032	18.710
(+) depreciación de activos fijos		820	820	820	820	820
(+) amortización de activos diferidos		231	231	231	231	231
Utilidad ante. De pago de interés		5.074	5.263	9.692	13.083	19.762
FLUJO DE CAJA	0	5.074	5.263	9.692	13.083	19.762

Elaboración: La Autora.

VALOR ACTUAL NETO

Gracias a este valor logramos calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

CUADRO N°82
VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO			
AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE DESCUENTO	FACTOR ACTUALIZADO
		7%	
0	17.381		-17.381
1	5.074	0,9346	4.742
2	5.263	0,8734	4.597
3	9.692	0,8163	7.912
4	13.083	0,7629	9.981
5	19.762	0,7130	14.090
		VAN	23.940

Elaboración: La Autora.

Fórmula del factor de actualización

Fórmula del Factor de Actualización:

F= Factor de actualización; **i**= Interés del préstamo; **n**= Número de años

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN = 41321 - 17381

VAN = \$ 23.940

El valor actual neto en el presente proyecto es de \$ 23.940 dólares; por lo tanto se acepta el proyecto ya que es un valor positivo.

TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

CUADRO N°83

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE DESCUENTO	VAN 1	FACTOR DE DESCUENTO	VAN 2
0	17.381	38,28%	-17.381	39,28%	-17.381
1	5.074	0,7232	3.669	0,7180	3.643
2	5.263	0,5230	2.752	0,5155	2.713
3	9.692	0,3782	3.666	0,3701	3.587
4	13.083	0,2735	3.578	0,2657	3.477
5	19.762	0,1978	3.909	0,1908	3.770
TOTAL			193		-191

Elaboración: La Autora.

Procedimiento de la tasa interna de retorno

Fórmula

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}$$

Procedimiento

$$TIR = (38,28\% + ((0,01) \left(\frac{193}{(193 - (-191))} \right))$$

$$TIR = 38,78\%$$

Análisis: Tomando en cuenta que la Tasa Interna de Retorno (TIR), calculada para el proyecto es de 38,78% y la tasa pasiva es de 7%, con este resultado el proyecto puede ser ejecutado.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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 Es indiferente realizar el proyecto.
- ✓ B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

CUADRO N°84

AÑOS	COSTOS TOTALES ORIGINALES	INGRESOS TOTALES ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	COSTOS ACTUALIZADOS	INGRESOS ACTUALIZADOS
			7%		
1	109.554,88	115.622,23	0,9345	102.388	108.058
2	112.842,53	119.194,95	0,9345	105.460	111.397
3	116.231,77	128.837,83	0,4667	54.252	60.136
4	119.725,73	139.260,81	0,2254	26.996	31.401
5	123.327,66	150.527,00	0,1089	13.434	16.397
TOTALES				302.530	327.389
RBC				1,08	

Elaboración: La Autora.

Fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{327.389}{302.530}$$

$$RBC = 1,08$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,08 centavos de dólar

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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.

CUADRO N°85

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL			
AÑO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	SUMA DE LOS FLUJOS
0	17.381		
1		5.074	5.074
2		5.263	10.337
3		9.692	20.029
4		13.083	33.112
5		19.762	52.873

Elaboración: La Autora

Para calcular el Periodo de Recuperación del Capital se utiliza la siguiente Fórmula:

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

$$PRC = 3 + \frac{17.381 - 20.029}{9.692}$$

$$PRC = 2,73 \text{ año}$$

$$PRC = 0,73 * 12 = 8 \text{ meses}$$

$$PRC = 0,76 * 30 = 23 \text{ días}$$

Análisis: en el proyecto la inversión inicial se la recupera en 2 años, 8 meses y 23 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

Fórmula:

Nueva TIR

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}$$

$$NTIR = 27,50 + 0,01 \frac{277,50}{277,50 - (-247,74)}$$

$$NTIR = 28,03\%$$

$$TIR\ DEL\ PROYECTO = 38,78\%$$

Diferencia TIR

$$DIF.\ TIR = TIR\ del\ proyecto - NUEVA\ TIR$$

$$DIF.\ TIR = 38,78\% - 28,03\%$$

$$DIF.\ TIR = 10,75\%$$

Porcentaje de Variación

$$\%.\ V = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} * 100$$

$$\%.\ V = \frac{10,75\%}{38,78} * 100$$

$$\%.\ V = 27,73\%$$

Análisis de Sensibilidad

$$\%.\ V = \frac{0\% \text{ variación}}{NTIR}$$

$$\%.\ V = \frac{27,73\%}{28,03\%}$$

$$ANALISIS\ DE\ SENCIBILIDAD = 0,99$$

CUADRO N°86

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTADO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACION	VALOR ACTUAL
0		4,28%			27,50%		28,50%	
1	109.555	114.244	115.622,23	1.378,40	0,78431	1.081	0,77821	1.073
2	112.843	117.672	119.194,95	1.522,77	0,61515	937	0,60561	922
3	116.232	121.206	128.837,83	7.631,34	0,48247	3.682	0,47129	3.597
4	119.726	124.850	139.260,81	14.410,81	0,37841	5.453	0,36676	5.285
5	123.328	128.606	150.527,00	21.920,92	0,29679	6.506	0,28542	6.257
	TOTALES					17.659		17.134
					INVERSION	17381,27		17.381,27
					VAN Tm	277,50	VAN TM	-247,74
					TIR ORIGINAL		38,78%	
					NUEVA TIR		28%	
					DIFERENCIA DE TIR		11%	
					% VARIACIÓN		28%	
					ANALISIS DE SENSIBILIDAD		0,99	

Elaboración: La Autora

Análisis: La empresa la Zumbeñita soporta un incremento de costo de 4,28

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON INGRESOS DISMINUIDOS

Nueva TIR

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}$$

$$NTIR = 27,52\% + 0,01 \frac{267,96}{267,96 - (-250,14)}$$

$$NTIR = 28,04\%$$

$$TIR\ DEL\ PROYECTO = 38,78\%$$

Diferencia TIR

$$DIF.\ TIR = TIR\ del\ proyecto - NUEVA\ TIR$$

$$DIF.\ TIR = 38,78\% - 28,04\%$$

$$DIF.\ TIR = 10,74\%$$

Porcentaje de Variación

$$\%.V = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} * 100$$

$$\%.V = \frac{10,4\%}{38,78} * 100$$

$$\%.V = 0,28$$

Análisis de Sensibilidad

$$\%.V = \frac{0\%variación}{NTIR}$$

$$\%.V = \frac{28\%}{28,35}$$

$$ANALISIS\ DE\ SENCIBILIDAD = 0,99$$

CUADRO N°87

AÑOS	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL DISMINUIDO	COSTO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	
0		3,88%			27,52%		28,52%		
1	115622,23	111136,08	109555	1581,21	0,784190715	1240	0,7780890	1230	
2	119194,95	114570,19	112843	1727,66	0,614955078	1062	0,6054225	1046	
3	128837,83	123838,92	116232	7607,15	0,482242062	3668	0,4710726	3584	
4	139260,81	133857,49	119726	14131,75	0,378169748	5344	0,3665364	5180	
5	150527,00	144686,56	123328	21358,90	0,296557205	6334	0,2851980	6092	
TOTALES						17649		17131	
INVERSION INICIAL						17381,27		17381	
						VAN Tm	267,96	VAN TM	-250,14
						TIR ORIGINAL	38,78%		
						NUEVA TIR	28,04%		
						DIFERENCIA DE TIR	10,74%		
						% VARIACIÓN	28%		
						ANALISIS DE SENSIBILIDAD	0,99		

Elaboración: La Autora.

ANALISIS: La empresa la Zumbeñita soporta una disminución en los ingresos de 3,88%.

h. CONCLUSIONES.

Al finalizar el trabajo de investigación y con los resultados obtenidos podemos concluir lo siguiente:

- La empresa se constituirá legalmente como: "COMERCIALIZADORA LA ZUMBEÑITA" CIA. LTDA."
- Para la implementación del proyecto se requiere de una inversión de \$17.381 dólares lo cual será financiada con aportes de la proponente del proyecto.
- Respecto a lo financiero se pudo determinar que el proyecto es rentable,
- en base a los resultados obtenidos con los indicadores de evaluaciones, los cuáles reflejan la viabilidad del proyecto: Según las proyecciones se obtiene un valor actual neto de \$24.642,00 lo que indica que el valor de la inversión aumenta.
- La tasa interna de retorno es de 39,42% lo cual está por arriba del costo del capital 7% lo que hace que la inversión sea rentable.
- La Relación Beneficio-Costo es de \$1.08 centavos de dólar, indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá 0.08 dólares de utilidad.
- Se recuperará la inversión en un periodo de 2 años, 8 meses y 23 días; la empresa puede soportar un incremento en los costos del 4.28% en los costos y una disminución del 3.88% en los ingresos, sin dejar de tener utilidad.

i. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación se cree conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- La implementación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, ello lo demuestran los indicadores de evaluación.
- De ponerse en ejecución este proyecto se deberá procurar, en base a las ventajas competitivas, que se maneje la fracción de mercado previsto y de ser posible incrementarla, con el afán de acrecentar los beneficios económicos.
- Se propone mantener revisiones semestrales del análisis de costos para poder realizar los ajustes necesarios en el precio de venta al público, de manera que se produzca los ingresos suficientes para solventar los costos de operación y obtener utilidades esperadas.

j. BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS.

1. BACA URBINA, G. (2013). Evaluacion de proyectos. Mexico: Mc Graw Hill.
2. CARTIER , E. (2010). Categoria de Costos. Rosario.
3. CHAIN, N. S. (2011). Proyectos de Inversion Formulacion y EvaluacionMexico: PEARSON .
4. DE SOTO, H. (2011). El Misterio del Capital. Mexico: Diana.
5. GARY, K. P. (2013). Fundamnetos de Marketing. Mexico : PEARSON .
6. GOMEZ, C. (2010). mercadotecnia.
7. HUERTA RIOS , E. (2012). Analisis y evaluacion de proyectos de inversionde capital. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Publicos.
8. LÓPEZ, R. (2015). Estudio de mercado. España.
9. URDANETA, O. (2010). Elaboracion de Manuales y Requisitos. Madrid: PEARSON .

INTERNET

<http://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html>.

<http://www.revistalideres.ec/lideres/consumo-carnicos-ecuador.html>.

<http://www.sabor-artesano.com/embutidos-historia.htm>. (09 de 2013).

INEC. (2016). INEC. Quito: INEC.

k. ANEXOS.**Anexo 1. RESUMEN PROYECTO.****TITULO:**

“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN FRIGORÍFICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS EN LA CIUDAD DE ZUMBA; PERTENECIENTE AL CANTÓN CHINCHIPE, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

PROBLEMATICA.

La producción de cárnicos como: pollo, cerdo y res son las carnes elegidas por los ecuatorianos, detallándose que llegan a consumirse anualmente promedios de: 32 kg. de pollo, 12kg cerdo y 10kg que conciernen a res y pescado, esto pone en riesgo la seguridad alimentaria de los habitantes en el país, ya que últimamente no se viene considerando importante esta actividad que brinda alimentos con grandes proteínas tanto la carne de res, pescado y lácteos.

las empresas cárnicas presentan una serie de problemas que impiden su crecimiento y desarrollo en el mercado, los principales son: los nuevos cambios tecnológicos, las políticas de impuestos, las nuevas leyes adoptadas por el gobierno a los productos, las altas tasas de interés y el desinterés que existe por parte de los empresarios por plantear estrategias que permitan una buena orientación de su empresa al mercado; esto ha determinado que una gran cantidad de empresas de este sector, no lleguen a cumplir con sus objetivos.

Anualmente se procesan aproximadamente 220,000 toneladas métricas de carne, de un millón de bovinos faenados, de acuerdo a la Federación Nacional de Ganaderos, a pesar de que se ha venido estimulando la creación de sucursales para dar mantenimiento a la producción y aportar con la estabilidad económica de los productores especialmente en provincias en las mismas que se concentra la producción de reses, cerdos y pollo que son: Pichincha, Azuay, Tungurahua, Cotopaxi, Loja, Zamora y el Carchi; sobresale Manabí con un 40% de producción de reses, Según la Asociación de Ganaderos del Litoral. Los productores hacen conocer que conservar este tipo de semovientes no es una labor muy rentable actualmente, debido a los costos que se originan al momento de comprar la carne ya sea en mercados o en otros puntos de venta comerciales, también altas tasas arancelarias atribuidas por el gobierno, la deficiente tecnología que existe en el país, el crecimiento de desempleo y las múltiples leyes y políticas que establecen a los negocios en el país, esto ha conducido a que muchas empresas lleguen a declinar en el mercado ecuatoriano.

Haciendo hincapié en la provincia de Zamora Chinchipe, la producción derivada del sector agropecuario es uno de los pilares fundamentales en el desarrollo de la económica; sin embargo tiende a decrecer haciendo comparaciones con el año 2009 que se produjo un 38% de carne derivada de la producción ganadera y en el 2012 un 23%, según (MAGAP), esta actividad decreció debido al poco impulso para creación de "PYMES", los rendimientos de los productos son más bajos que en otras provincias, debido a que se realizan de forma tradicional es decir: la falta de tecnología apropiada para maximizar

rendimiento, también por buscar otras alternativas sobre todo en la extracción del oro siendo esta una actividad muy significativa en cuanto a las ventas del Ecuador.

Zumba se identifica por ser una ciudad productiva por excelencia ocupando el segundo lugar en producción ganadera representado un 27%, en el primer lugar está el cantón Palanda que representa un 32%, por tal razón que este proyecto incentivara el desarrollo comercial en el campo de cárnicos, que es un sector abandonado en el medio, aprovechando los recursos existentes y aspirando que los resultados se proyecten hacia la creación y conformación de empresas que aseguren rendimientos económicos de la sociedad.

La creación de esta comercializadora de productos cárnicos en la Ciudad de Zumba perteneciente al Cantón Chinchipe, se ve oportuna por la diversificación de la actividad comercial, con el propósito de satisfacer las necesidades y complementar los bienes y servicios al cliente sea éste local, o de sectores aledaños.

En este contexto se evidencia la necesidad de implementar una unidad de comercialización de productos cárnicos que oferte productos con valor agregado, estrictas normas higiénicas y que permita el aprovechamiento de la gran cantidad de cárnicos que se ofertan en la zona y que ofrezca la oportunidad de contar con productos de calidad a los habitantes de la ciudad de Zumba.

Para contrarrestar la problemática se presenta este proyecto que está orientado a satisfacer la demanda de este tipo de productos, para dar

cumplimiento a metas viables, y sus objetivos establecidos, que propenden a solucionar la problemática básica que corresponden a no aprovechar la gran oferta de cárnicos del cantón Chinchipe y la falta de un centro de comercio de cárnicos con condiciones de asepsia y calidad.

JUSTIFICACIÓN.

Académico

El presente trabajo es de carácter práctico y académico, en el cual se busca desarrollar un proyecto de factibilidad para la comercialización de productos cárnicos y embutidos, dicho trabajo permitirá desarrollar y reforzar los conocimientos y habilidades adquiridas en las aulas universitarias de la carrera de Administración de Empresas, y a la vez estar confiados de que hemos logrado entender y adquirir las bases fundamentales que permitirá comparar la teoría aprendida con la práctica a desarrollar en el ámbito empresarial, creando de esta manera técnicas claras y precisas que ayudaran a la mejor operación y por ello a establecer una mejor comercialización de los productos, evitando de esta manera el estancamiento de los mismos, y por otra parte dar cumplimiento con la normativa establecida por la universidad y así mismo permitir optar por el grado de ingeniería en Administración de Empresas.

Socio Económico.

El desarrollo económico, implica no simplemente pensar en términos de aumento de la calidad y cantidad del capital, sino en la labor de desarrollo social, que viene hacer impulsado por el humano, que es quien se dirige a alcanzar y defender la equidad, generar empleo, proteger los intereses de la empresa y de las personas brindando desarrollo para la sociedad ya que

basado en la economía sostiene la responsabilidad como: del medio ambiente, en aumentar los niveles de educación, salud, y nivel de vida de las personas, pensando no solo en el presente sino en las generaciones futuras.

El beneficio de este estudio es mejorar el desarrollo de la provincia de Zamora Chinchipe, en especial del cantón Zumba, así mismo se pretende aportar con productos elaborados a base de carne de: res, chanco y pollo, proporcionando un valor agregado a esta materia prima y aportando al desarrollo agroindustrial del país, por medio de proyectos productivos enfocados a crear empresas , así mismo como la aplicación de las más optimas estrategias de comercialización de nuestros productos , con el fin de mejorar las condiciones de vida del hombre ; el mismo que requiere urgentemente incrementar las posibilidades de subsistencia a través de la creación de fuentes de empleo generando oportunidades laborales para los habitantes del cantón, explotando los factores de producción (tierra , trabajo, capital y tecnología) de una manera eficiente capaz de otorgar rentabilidad a todos quienes se encuentran inmersos en la actividad productiva, además con este trabajo de investigación lograr concientizar a la ciudadanía a ser emprendedores y de esta manera generar más ingresos a la economía del sector y de la región.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de un frigorífico para la comercialización de productos cárnicos y embutidos en la

ciudad de Zumba; perteneciente al cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de los productos.
- Determinar el estudio técnico, así como la estructura orgánica-funcional de la empresa.
- Realizar el estudio financiero para establecer la inversión y financiamiento, así como los presupuestos de ingresos y gastos.
- Realizar la evaluación financiera a través de los indicadores. Para determinar la factibilidad o no del proyecto.

METODOLOGÍA.

MÉTODOS

A continuación se indican los métodos que se utilizó para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

Método Deductivo.- Permitió tomar referencia de investigaciones realizadas anteriormente y la construcción del marco referencial; de esta manera poder conocer y analizar el mejor procedimiento para fundamentar la propuesta de la comercializadora haciendo referencia a sus cuatro estudios para lograr su aplicación en el ámbito local.

Método Inductivo.- Admitió determinar el perfil y el comportamiento del consumidor, con el único propósito de ofrecer un producto acorde con las necesidades del cliente con la aplicación de las encuestas de acuerdo a la

muestra, se aplicó con el fin de obtener información que permita conocer el nivel de aceptación que tendrán los productos en el mercado, así como también conocer las características que el posible demandante prefiera en relación a su precio, calidad, cantidad, etc.

Método Descriptivo - Analítico: Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, se realizó un proceso descriptivo – analítico, el cual permitió analizar e interpretar la situación actual de los productos cárnicos y embutidos, su procesamiento, requerimientos del mercado, especificaciones técnicas, organizacionales y financieras, que permitan la puesta en marcha en estudio de factibilidad.

TÉCNICAS.

En el presente trabajo se utilizaron las siguientes técnicas:

Observación Directa.

Permitió obtener información real proveniente de los diferentes sitios donde se comercialice productos cárnicos y embutidos para determinar los procesos de almacenamiento y comercialización del lugar, como también las facilidades y condiciones para poder brindar productos de primera necesidad como son los cárnicos.

Encuesta.

Esta técnica se aplicó para el estudio de mercado, la misma que se encuentra dirigida a las 270 familias la ciudad de Zumba, ya que son productos alimenticios masivos; tomando como base la obtención de la información del INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC) del censo 2010. La población del cantón Chinchipe es de 3.163 habitantes con una tasa

de crecimiento del 0,79%, puesto que el consumo es por familias, se divide el número de habitantes para el promedio de 4 miembros de cada familia, lo que nos da un total de 829 familias.

Para ello se planteó la siguiente proyección:

Fòrmula:

$$P_f = P_o (1+i)^n$$

$$P_{2010} = P_{2010} (1 + 0.0079)^6$$

$$P_{2010} = 791 (1.0079)^6$$

$$P_{2010} = 791(1.04834)$$

P₂₀₁₆ = 829 familias.

Entonces tenemos que la población del año 2016, es de 829 familias, siendo esta la población para el cálculo del tamaño de la muestra.

MUESTRA

Para la determinación del tamaño de la muestra se aplica la siguiente:

$$\text{Fòrmula: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{829}{1 + (0,05)^2 (829)}$$

$$n = \frac{829}{3.07}$$

$$n = 270$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población de Estudio

e²= Margen de error

Cuadro de los oferentes de cárnicos y embutidos en la ciudad de Zumba.

OFERENTES ACTUALES.

CUADRO N° 1

Nº	Comercializadoras.
4	Mercado
4	Tercenas
6	Tiendas

Fuente: Investigación directa.

Elaboración: La Autora.

ANEXO 2. ENCUESTA A DEMANDANTES.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA. CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Muy amablemente le solicito se digne responder a las siguientes interrogantes de manera honesta y responsable de acuerdo a la experiencia que viene llevando en la alimentación de su familia.

1. ¿En su familia consumen productos cárnicos?

SI..... NO.....

2. ¿si en su alimentación incluye cárnicos, cuales son los productos que más consume?

Mortadela	Chancho
Salchicha	Pollo
Chorizo	Res
Chuleta	Otros

3. ¿Conoce usted el valor nutricional de los cárnicos?

SiNo

4. ¿Qué marca prefiere al momento de comprar su producto?

DON DIEGO . PRONACA .
EL RANCHITO INAPESA CAFRILOSA

5. ¿Calidad del producto?

Regular..... Buena..... Muy buena.....

6. ¿Qué cantidad de libras consume mensualmente?

PRODUCTO	MORTADELA		SALCHICHA		CHORIZO		CHULETA	
Cantidad	5lb a 9lb	8lb a 12lb	5lb a 7lb	8lb a 10lb	4lb a 6lb	8lb a 10lb	4lb a 6lb	8lb a 10lb

PRODUCTO	POLLO		RES		CHANCHO	
Cantidad	8lb a 12lb	13lb a 17lb	4lb a 8lb	9lb a 11lb	4lb a 6lb	8lb a 10lb

7. ¿Qué precio paga por libra del producto que compra?

PRODUCTO	MORTADELA DE POLLO		SALCHICHA DE RES		CHORIZO DE CHANCHO		CHULETA DE CHANCHO	
Precio	\$2,50 a \$2,70 USD	\$2,71 a \$2,90 USD	\$2,50 a \$2,60	\$2,61 a \$2,70	\$2,80 a \$3,00	\$3,01 a \$2,20	\$4,50 a \$4,60	\$4,61 a \$4,70

PRODUCTO	POLLO		CARNE DE RES PURA		CARNE DE CHANCHO PURA	
Precio	\$1,50 a \$1,60	\$1,61 a \$1,70	\$2,50 a \$2,70	\$2,71 a \$2,90	\$3,00 a \$3,30	\$3,31 a \$3,60

8. ¿Donde los adquiere?

MercadoTiendaTercena

9. ¿Si se implementara una comercializadora de productos cárnicos y embutidos en Zumba, estaría dispuesto a adquirir?.

Si.....No.....

10. ¿Porqué medio de comunicación le gustaría escuchar la publicidad de los cárnicos y embutidos?

ALTERNATIVA	
Radio	
Internet	
Hojas Volantes	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

PRODUCTO	POLLO		CARNE DE RES PURA		CARNE DE CHANCHO PURA	
Cantidad	1lb a 15lb	16lb a 20lb	1lb a 15lb	16lb a 20lb	1lb a 15lb	16lb a 20lb

2. **¿Cuál es su empresa proveedora?**

ALTERNATIVA	RESULTADO
DON DIEGO	
PRONACA	
EL RANCHITO	
INAPESA	
CAFRILOSA	

3. **¿Qué criterio le daría a la calidad del producto?**

ALTERNATIVA	RESULTADO
Buena	
Muy buena	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

INDICE

PORTADA	1
CERTIFICACIÒN.....	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÒN DE TESIS.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÒN.....	6
d. REVISIÒN DE LITERATURA	8
e. MATERIALES Y MÈTODOS.....	35
f. RESULTADOS.....	40
g. DISCUSIÒN.....	53
h. CONCLUSIONES.....	121
i. RECOMENDACIONES	122
j. BIBLIOGRAFÍA.....	123
k. ANEXOS.....	124
INDICE.....	138