

CERTIFICACIÓN

INGENIERO MARCO PATRICIO GOMEZ CABRERA DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo de la Srta: Diana Elizabeth Sanmartin Puga , cuyo tema se titula "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA, EN LA PARROQUIA JIMBILLA DEL CANTÓN LOJA, PARA LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA" el mismo que cumple con todos los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja , por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes .

Loja, 12 de marzo del 2019

Atentamente,

Ing. Mareo Patricio Gómez Cabrera

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Diana Elizabeth Sanmartin Puga, 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 o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi

tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Diana Elizabeth Sanmartin Puga

Fecha: Loja, diciembre del 2019

iii

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

Yo, Diana Elizabeth Sanmartin Puga declaro ser autora de la Tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA, EN LA PARROQUIA JIMBILLA DEL CANTÓN LOJA, PARA LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CUIDAD DE LOJA", Como requisito para optar al Grado de: INGENIERA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 17 días del mes de diciembre 2019, firma el autor.

AUTOR: Diana Elizabeth Sanmartin Puga

FIRMA: Nama Now

CÉDULA: 1150462024

DIRECCIÓN: Loja, Sauces Norte

CORREO ELECTRÓNICO: dielizabethsanmartin@hotmail.com

TELÉFONO CÉLULAR: 0987395159

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Marco Patricio Gómez Cabrera

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Rocio del Carmen Toral Tinitana PhD PRESIDENTA

Ing. Juan Pablo Sempertegui MAE VOCAL

Ing. Jimena Benítez Mg. Sc. VOCAL

DEDICATORIA

Primeramente, agradecer a Dios por la salud, a mis padres y hermano que han sabido ser un

pilar fundamental a lo largo de mi vida gracias por su apoyo, comprensión y aliento para

seguir adelante y poder culminar con éxito mi carrera profesional.

A mi familia por sus lindos deseos y consejos que me supieron dar, de esta manera pude

llegar a cumplir las metas y objetivos que me he propuesto a lo largo de mi vida. Infinitas

gracias a todos.

Con todo cariño

Diana Elizabeth Sanmartin Puga

٧

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a todas las personas que

formaron parte de mi vida en el transcurso de este tiempo de carrera universitaria amigos,

compañeros y docentes que con su granito de arena ayudaron a formar profesionales de

calidad y en especial a mi director de tesis el Ing. Patricio Gómez Cabrera por su generosa

colaboración brindándome su apoyo y asesoramiento en el desarrollo y culminación del

trabajo de tesis

En fin, mis más sinceros agradecimientos a todos quienes me apoyaron con su información

para el proyecto de investigación y asi poder llegar a obtener mi título en Ingeniera en

Administración de Empresas

Con todo mi aprecio

Diana Elizabeth Sanmartin Puga

vi

a. TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA, EN LA PARROQUIA JIMBILLA DEL CANTON LOJA, PARA LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CUIDAD DE LOJA"

b. RESUMEN

En la actualidad estamos sometidos a cambios constantes debido a la nueva era en donde existen cambios tecnológicos, industriales y sociales que avanza de manera rápida, es por ello que cada vez somos más inconformistas y deseamos productos de calidad, es así que dentro del mercado se busca satisfacer las necesidades de los consumidores y de esta manera ser mejor frente a la competencia.

Dentro de este cambio se encuentra la industria alimentaria la cual se encuentra encargada de transformar los productos y no obstante acaparan las exigencias de los consumidores, la cual en la presente época es tener una dieta equilibrada con vitaminas y minerales que ayuden a combatir enfermedades y reduzca el riesgo de problemas a futuro.

Es por ello que el huevo es uno de los principales alimentos dentro de canasta familiar no solo por su valor nutricional sino también por su cómodo precio que está al alcance del consumidor.

Por esta razón el presente proyecto de investigación, tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un plantel avícola en la parroquia Jimbilla del cantón Loja, para la producción y comercialización de huevos, la mismas que se trata de una investigación para medir la viabilidad del proyecto de inversión.

Para determinar la factibilidad del proyecto se empieza con el estudio de mercado en donde se estableció la segmentación geográfica que está conformado por las familias de la cuidad de Loja, rápidamente se aplicó encuestas tanto a los demandantes y ofertantes de la zona dándonos como resultado analizar la demanda potencia, real y efectiva y por consiguiente saber los gustos y preferencias de los clientes que serán satisfechas con el producto.

Por otra parte, se procedió a realizar el estudio técnico donde se determinó los requerimos básico e indispensables para el proceso productivo como el componente tecnológico, la capacidad instalada y utilizada, la infraestructura física, así mismo se identificó la macro y micro localización adecuada para el proyecto concluyendo que se ubicara en la parroquia Jimbilla del cantón Loja. Esta empresa está constituida como empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

A continuación, se procedió con el estudio de financiero en donde se estimó una inversión inicial de \$75.709,95 dólares; activos fijos con un total de \$64.516,77 dólares; activos diferidos \$2.880,00 dólares y un capital de trabajo de \$8.313,18. El financiamiento se lo hará con un 53,77 % de capital propio y el 46,23% financiado por el banco BanEcuador.

Así mismo el costo anual de producción para el primer año es de \$69.857,18 y los ingresos por ventas son de \$87.321,48, por consiguiente, la empresa debe tener un punto de equilibrio del 75,22% en función de la capacidad instalada, en función de las ventas es de \$65.688,61 dólares y en función de la producción 883.844 unidades. (29.461 cubetas)

El presente proyecto obtendrá utilidades en el primer año de \$10.640,23, de igual manera se calcularon los flujos de caja para lo diez años de vida útil del proyecto, siendo para el primer año \$19.196,36 dólares y para los demás años son todos positivos.

Después se realizó la evaluación financiera con sus respectivos indicadores financieros, los cuales son: Valor Actual Neto (VAN) es de \$50.060,30; Tasa Interna de Retorno (TIR) de 29,88%; Relación Beneficio Costo (RBC) es de \$0,36 centavos por cada dólar invertido; Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 4 años, 9 meses y 21 días; y finalmente, el Análisis de Sensibilidad demuestra que el proyecto soporta un incremento en los costos del 8,58% y a una disminución en los Ingresos del 6,34%.

Finalmente se elaboró las conclusiones y recomendaciones que dieron como resultado implementar la empresa, para de esta manera llegar a nuestros consumidores con un producto de alta calidad.

SUMMARY

At present we are subject to constant changes due to the new era where there are technological, industrial and social changes that advances quickly, that is why we are becoming more maverick and want quality products, so that within the market is seeks to satisfy the needs of consumers and in this way be better against the competition.

Within this change is the food industry which is responsible for transforming the products and nevertheless monopolize the demands of consumers, which in the current era is to have a balanced diet with vitamins and minerals that help fight diseases and reduce the risk of problems in the future.

That is why the egg is one of the main foods in the family basket not only for its nutritional value but also for its comfortable price that is available to the consumer.

For this reason, the present research project aims to carry out a feasibility study for the implementation of a poultry farm for the production and commercialization of eggs in the city of Loja, which is an investigation to measure the viability of the investment project.

To determine the feasibility of the project, we start with the market study where geographic segmentation was established, which is made up of the families of the city of Loja. We quickly applied surveys to the plaintiffs and bidders in the area, giving us the result of analyzing the power demand, real and effective and therefore know the tastes and preferences of customers that will be satisfied with the product.

On the other hand, the technical study was carried out where the basic and unavailable requirements for the production process were determined, such as the technological component, the installed and used capacity, the physical infrastructure, and the right macro and micro location for the project concluding that it will be located in the Jimbilla parish of the Loja canton. The company is constituted as a limited liability company

Next, we proceeded with the financial study where an initial investment of \$ 75,709.95 was estimated; fixed assets with a total of \$ 64,516.77 dollars; deferred assets \$ 2,880.00 dollars and a working capital of \$ 8,313.18. The financing will be done with 53.77% of equity and 46.23% financed by the BanEcuador bank.

Likewise, the annual cost of production for the first year is \$ 69,857.18 and the sales revenue is \$ 87,321.48, therefore, the company must have an equilibrium point of 75.22% depending on the installed capacity, depending on sales is \$ 65,688.61 dollars and depending on production 883,844 units. (29,461 buckets)

The present project will obtain profits in the first year of \$ 10,640.23, in the same way cash flows were calculated for the ten years of useful life of the project, being for the first year \$ 19,196.36 dollars and for the other years they are all positive.

Then the financial evaluation was carried out with their respective financial indicators, which are: Net Present Value (NPV) is \$ 50,060.30; Internal Rate of Return (IRR) of 29.88%; Cost Benefit Ratio (RBC) is \$ 0.36 cents for every dollar invested; Capital Recovery Period (PRC) is 4 years, 9 months and 21 days; and finally, the Sensitivity Analysis shows that the project supports an increase in costs of 8.58% and a decrease in revenues of 6.34%.

Finally, the conclusions and recommendations that resulted in implementing the company were elaborated, in order to reach our consumers with a high quality product

c. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA, EN LA PARROQUIA JIMBILLA DEL CANTON LOJA, PARA LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CUIDAD DE LOJA" se propuso debido a que dentro del cantón no existen planteles avícolas que se dediquen a este tipo de actividad, por lo que se vio una oportunidad de trabajo generando así fuentes de empleo y el crecimiento económico de la ciudad.

La industria avícola ha ido creciendo de manera acelerada y se ha centrado el interés en el huevo debido a que este producto es de consumo masivo que contiene proteínas, vitaminas y minerales que contribuyen en la formación de tejido muscular.

Dentro del trabajo se refleja un resumen en el cual se detalla rápidamente un análisis de los estudios realizados en el trascurso del proyecto, los cuales consta de los siguientes: estudio de mercado, técnico, administrativo, financiero y evaluación financiera.

Así mismo el proyecto cuenta con revisión de literatura, las mismas que se ha basado en proyectos de inversión ya realizados, definiciones y conceptos sobre el tema entre ellas se encuentra los antecedentes, valor nutricional y características del producto.

Los materiales y métodos utilizados que se necesitaron durante la elaboración del trabajo fueron el método deductivo, inductivo y analítico, además se utilizaron técnicas de investigación necesarias para la recopilación de información tales como la observación directa, encuestas y entrevista

Seguidamente se procedió a la elaboración y tabulación de la información obtenida por medio de los demandantes y ofertantes de la cuidad, en donde se establecen tablas, gráficos y la interpretación de cada una de las preguntas formuladas en la encuesta.

Dentro de la discusión se detalla todo lo concerniente al estudio de mercado en donde se pudo detectar que no existía demanda insatisfecha debido a que existe mayores distribuidores mas no productores, es decir entraremos a un mercado de competencias, así mismo se estableció un plan de marketing para poder llegar a nuestro mercado meta y fidelizar al cliente.

También se realizó un estudio técnico en donde se detalla el tamaño del proyecto y la localización del mismo, además se fijó los espacios que estarán distribuidos dentro de la planta sin que exista retraso en los procesos productivos, luego de ellos se realizó la constitución legal y diseño organizacional de la empresa seguida de los organizamas y manuales de funciones.

En el estudio financiero representan todo lo referente a desembolsos de efectivo para la compra de activos, financiamiento, análisis de costos, determinación de ingresos y estados financiero y la evaluación financiera que es el último paso para saber si el proyecto es factible o no mediante los indicadores financieros que son : Flujo de caja, Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Análisis de sensibilidad, Relación beneficio costo(RBC) y Periodo de recuperación de capital(PRC).

Para finalizar el presente proyecto de factibilidad contiene conclusiones, recomendaciones, bibliografía los cuales se ha citado de libros y tesis relacionadas al trabajo y anexos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Revisión de Referencial

La base teórica que se utilizará en el presente trabajo de investigación se fundamenta en referencias bibliográficas, libros de proyectos de factibilidad y tesis de proyectos de factibilidad, que servirá de apoyo para direccionar la investigación.

En la tesis de (Apolo & Apolo , 2015) titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD

PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA PRODUCTORA Y

COMERCIALIZADORA DE HUEVOS INCUBADOS EN EL CANTÓN BALSAS

PROVINCIA DE EL ORO" de la Universidad Nacional de Loja

Menciona que se inició con el Estudio de mercado donde se analiza básicamente las condiciones de oferta, demanda, precios y características del producto, esta se ayudó aplicado encuestas y entrevistas. En el estudio técnico se determinó la capacidad instalada de la granja y cuanto de ella se utilizará normalmente, además de esto detalla la localización del proyecto a través de la macro localización y micro localización. La ingeniería del proyecto destacando el componente tecnológico y el proceso productivo; aquí también se establece la estructura organizativa que tendrá la nueva unidad productiva. Así mismo referente al estudio financiero aquí se estableció el monto de la inversión, se establecen los costos de producción y los precios de venta que regirán durante la vida útil del proyecto, se presentan el estado de pérdidas y ganancias para tener visión de las posibles utilidades para los socios; finalmente se determina el punto de equilibrio que hará posible que la empresa labore sin ocasionar perdidas.

Dentro de la evaluación financiera, mediante el cálculo de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). Se determina la factibilidad sin que

de ellos dependa básicamente la aceptación o no del proyecto. En la relación de benéfico costo se conocerá puntualmente el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria asignada al proyecto. Y para finalizar el Análisis de Sensibilidad nos muestra cómo se modifica la rentabilidad del proyecto bajo diferentes escenarios en las cuales se desenvolverá el mismo en las fases de inversión y operación.

Igualmente, según (Luzuriaga & Higalgo , 2017) en su tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA PRODUCTORA DE HUEVOS DE INCUBADORA EN LA PARROQUIA SABIANGO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS CIUDADES DE CARIAMANGA, SOZORANGA, MACARÁ Y ZAPOTILLO" de la Universidad Nacional de Loja expone los siguientes resultados:

En el estudio de mercado para determinar la oferta, la demanda y que muestre la demanda insatisfecha existente y las características del mercado (Precio, Plaza, Producto, Promoción, Posicionamiento, Publicidad y Postventa).

En el estudio técnico se llegó a definir la ubicación, tamaño y distribución física más adecuada para la implementación de la empresa, estructurando una ingeniería flexible y con criterio tecnológico innovador garantizando así una óptima producción. En el estudio financiero para determinar el monto de inversión es necesario, los presupuestos, ingresos, punto de equilibrio, y realizar una evaluación financiera mediante la aplicación de indicadores como (Valor Actual Neto, Relación Beneficio Costo, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad) que reflejen, la factibilidad, ejecutabilidad y rentabilidad del proyecto.

Estos objetivos se cumplieron a cabalidad y como resultado se tiene los siguientes indicadores:

La capacidad instalada le permite tener una producción de 421.575 huevos al año. La

empresa se ubicará en la Parroquia SABIANGO, para su implementación se requiere una

inversión de 60.659.82 dólares cuyo financiamiento se prevé será interno mediante el

aporte de la Junta Parroquial de Sabiango.

El costo de producción para el primer año es de 0.10 dólares y el precio de venta

establecido es de 0.12 dólares.

Para establecer el presupuesto de costos tenemos una tasa de incremento promedio del 5%

y para el presupuesto de ingresos se incrementa el precio de venta en 1 centavo anual.

El Valor Actual Neto del Proyecto es de 8. 708.78 dólares; la tasa interna de retorno de la

inversión es de 10.62%; la relación beneficio costo es de 1.31 dólares, por cada dólar

invertido se obtiene 31 centavos de utilidad; la inversión se recuperará en 4 años, 1 mes; el

proyecto por las condiciones en que se ejecutará no soporta incremento en costos ni

disminución en ingresos.

Marco conceptual

PARROQUIA DE JIMBILLA

La parroquia Jimbilla, fue elevada a parroquia el 28 de noviembre de 1956, por el Doctor.

Alfredo Mora, alcalde en ese entonces del cantón Loja y el 06 de marzo de 1957 se

oficializa el hecho por el doctor Camilo Ponce, presidente de la República, acontecimiento

que fue publicado en el RO N°- 299 del mes de agosto del mismo año.

Latitud: 3° 51' 35" Sur

Longitud: 79° 10' 12" Oeste

10

Extensión: 119.06 km2

Altura: 2.200 m.s.n.m

Clima¹: Templado - Húmedo. La Parroquia posee clima Ecuatorial Mesotérmico

semi Húmedo (Convenio MAG-ODEPLAN-SIGAGRO-Hojas Censales INEC

Población: 2.500 habitantes

Temperatura: Fluctúa entre 12º y 14º C, temperatura promedio

Distancia de Loja: 26 Km

Límites:

Norte: con Parroquia Imbana(provincia Zamora la de

Sur: con el Cantón Loja y parte de la Parroquia Santiago, Este: con la parroquia San Lucas

Chinchipe)

y Oeste: con la parroquia urbana El Valle, cantón Loja.

Fiestas Cívicas: Fiestas de Parroquialización 28 de noviembre

Fiestas Religiosas: 7 de octubre, en honor a Nuestra Señora del Rosario

Importancia Parroquial: Parroquia esencialmente ganadera. La cabecera parroquial aún

mantiene viviendas y patios de tapia, verdaderas reliquias del pasado. La agricultura y la

ganadería constituyen la principal ocupación de los habitantes de Jimbilla, utilizan el

sistema de labranza de la tierra mediante arado y actividades manuales como hilar y tejer.

HISTORIA DEL HUEVO

Como alimento, difícilmente se pueden condensar tantas virtudes en tan pequeño volumen.

No es de extrañar que siempre haya sido muy apreciado. En tiempos de escasez, al ser

considerado muy nutritivo, se guardaban los huevos para las personas que más los

necesitaban (niños, ancianos, enfermos, embarazadas) a modo de reconstituyente y en las

mesas de los grandes señores era un manjar muy apetecible ya que ofrecía numerosas

posibilidades para su disfrute gastronómico.

¹ http://www.loja.gob.ec/contenido/jimbilla

11

Tanto en crudo, que desde siempre ha sido la forma primaria de consumirlo, como en las numerosas recetas en las puede emplearse como ingrediente, se convierte en insustituible. Hoy en día es un alimento de consumo generalizado en todo el mundo, y especialmente importante en la dieta de poblaciones con aporte escaso de proteínas de origen animal en la dieta. Por otro lado, el consumo de huevos ha resurgido como una moda reciente al incorporarse en la alimentación de quienes buscan beneficios añadidos para el organismo: en salud, como en el caso de los ovolacto vegetarianos, que vuelven a lo esencial en la alimentación; o en funcionalidad, caso de los deportistas, que lo consumen por su proteína de alta calidad para generar masa muscular.

Además de la importancia de su aporte nutricional, su sabor, color, textura y cualidades organolépticas particulares lo han convertido en un alimento básico e imprescindible de la cocina de hoy. Con el huevo podemos hacer comida rápida o tradicional, sofisticada, básica, gourmet y casera, sabiendo que no nos defraudará porque a pesar de su sencillez y de tratarse de uno de los alimentos más asequibles que podemos encontrar, un huevo es siempre y sobre todo un alimento sabroso, listo para su consumo, versátil y sano.

VALORACIÓN NUTRICIONAL

El huevo² juega un papel importante en la dieta, es un ingrediente básico en la cocina y de alto valor nutritivo. Es el alimento con mayor densidad de nutrientes de entre los que habitualmente consumimos. Dichos nutrientes, además, están disponibles para ser utilizados por el organismo.

El huevo es especialmente rico en aminoácidos esenciales, ácidos grasos y algunos minerales y vitaminas necesarias en la dieta. Su alta concentración de nutrientes y su bajo

-

² http://www.infoalimenta.com/biblioteca-alimentos/10/67/huevo/

aporte calórico ponen de relieve su papel en la dieta. Los componentes nutricionales están heterogéneamente repartidos, existiendo importantes diferencias entre la clara y la yema. La grasa, el colesterol y algunos micronutrientes se encuentran en la yema. La clara, sin embargo, está formada principalmente por agua (88%) y proteínas (11%), siendo la ovoalbúmina la más importante.

Los huevos aportan al total de la dieta una apreciable cantidad de proteína de fácil digestión y un perfil de aminoácidos similar al que se considera ideal para el ser humano. Por esta razón, se dice que es de alto valor biológico (94 en una escala de 100). Dos huevos aportan unas 141 kcal, lo que supone un 7% de la energía diaria recomendada ara un adulto, que necesita 2000kcal.

El huevo no contiene hidratos de carbono, por lo que la energía procede fundamentalmente de su materia grasa. La calidad de la grasa presente en el huevo es buena pues el contenido de AGM (ácidos grasos monoinsaturados) y AGP (ácidos grasos poliinsaturados) supera ampliamente al de la grasa saturada. Contiene también AGP Omega-3 como EPA y DHA que han demostrado efectos beneficiosos sobre la salud.

Muchos de los nutrientes del huevo están presentes de una forma que los hace fácilmente disponibles, es decir, aprovechables para el organismo humano. Es importante recordar, que el color de la cáscara no influye en el valor nutricional del huevo.

DEFINICIÓN DEL HUEVO

El huevo es mucho más que un alimento para el hombre. Está presente en numerosos ritos y expresiones populares, en la mitología y en el arte. El huevo de gallina (Gallus gallus) es desde la antigüedad un alimento muy importante para el hombre y su consumo es casi generalizado en todo el mundo en la actualidad.

El diccionario de la Lengua Española³ de la Real Academia define huevo (del latín ovum) como "cuerpo redondeado, de tamaño y durezas variables, que producen las hembras de las aves o de otras especies animales, y que contiene el germen del embrión y las sustancias destinadas a su nutrición durante la incubación". En su segunda acepción es el "huevo de gallina, especialmente destinado a la alimentación humana".

Marco Teórico

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Según el autor Manuel (Pasaca M. E., 2017, pág. 15) define los proyectos de inversión como "El conjunto de información que permite tomar decisiones adecuadas para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que: la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), el Costo de Oportunidad de la Inversión (COI), o el Costo del Capital (CK); todo esto en el marco del respeto a la sociedad, la naturaleza y el ser humano"

Proyecto es una propuesta de acción técnica, económica planificada que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas en la búsqueda de la solución inteligente al planeamiento de un problema tendiente a resolver entre muchas una necesidad humana utilizando un conjunto de recursos disponibles los cuales pueden ser , humanos, materiales y tecnológicos entre otros. (Cordoba Padilla, 2011, pág. 2)

EL CICLO DE LOS PROYECTOS

La formulación y evaluación de un proyecto involucra la realización de un conjunto de actividades debidamente seleccionadas y evaluadas para el proyecto que será ejecutado y

_

³ http://www.infoalimenta.com/biblioteca-alimentos/10/67/huevo/

sometido al final de su vida útil a una evaluación ex-post y post-posterior (post-morten para algunos autores), con cuyas conclusiones se podrá orientar nuevos proyectos.

Al hablar del ciclo de un proyecto se presentan algunas versiones originadas principalmente por el manejo de la terminología y cronología de actividades.

Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y, en ellas debe estar involucrado todo el equipo proyectista, la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza, sino en una lógica de progresión.

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

Las etapas constituyen el orden cronológico de realización del proyecto, en ellas se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo. (Pasaca M. E., 2017, pág. 17)

ETAPA DE PREINVERSIÓN.

Se constituye por la formulación y evaluación ex-ante, se enmarca entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar el mismo. Consiste en un proceso RETROALIMENTADO de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa ajusta, rediseña, etc. Tiene por objeto definir y optimizar los aspectos de mercado, técnicos y financieros con los que se pretende especificar los planes de inversión y montaje del proyecto, destacando la necesidad de insumos, estimación de costos, necesidad de entrenamiento, etc.

La etapa de pre – inversión se compone de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación. Estas fases son:

- Identificación de idea
- Perfil
- Pre factibilidad
- Factibilidad

Cada fase tiene como objetivo decidir pasar a la etapa siguiente de tener o dar por finalizado el estudio en la etapa realizada ya que, en ese punto se alcanzó el nivel de detalle requerido para tomar la decisión de ejecutar el proyecto o abandonarlo definitivamente. Los estudios efectuados en cada fase de la etapa de pre – inversión se convertirá en insumos de la misma formulación y evaluación del proyecto, los resultados de la evaluación mostraran el camino más indicado para el desarrollo del ciclo del proyecto, teniendo como alternativas:

- ✓ Continuar a la siguiente fase
- ✓ Retroceder o detener dentro de la etapa de pre inversión,
- ✓ Suspender la etapa de pre inversión y descartar el proyecto.

Identificación de Ideas Básicas de Proyectos

Los proyectos surgen paralelamente con las necesidades del hombre, durante el desarrollo de las Formaciones Económico Sociales (FES), el hombre siempre ha tenido necesidades, las mismas que han sido cubiertas con variedad de satisfactores, y es precisamente la calidad de ellos lo que obligan al hombre a emprender en proyectos de solución a las necesidades sociales a cambio de obtener una rentabilidad que permita mejorar su nivel de vida.

Una de las técnicas más utilizadas para seleccionar las ideas de proyectos es la llamada lluvia de ideas, la cual consiste en una matriz de doble entrada en la cual se analizan y valoran las alternativas frente a diferentes factores del mercado que le darán la viabilidad de realización. Cuanta más ventaja ofrece el factor analizado su calificación tiende a 10 caso contrario tiende a 5.

Se suman los valores de los factores correspondientes a cada alternativa, la que alcance mayor puntaje, será la mejor opción de llevar a la práctica. (Pasaca M. E., 2017, pág. 21)

Estudio a Nivel Perfil

El estudio a nivel de perfil debe contemplar un análisis preliminar de aspectos como el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio financiero y la evaluación financiera. En esta instancia, es fundamental la calidad de la información por cuanto de ella depende reducir la incertidumbre, sin incurrir en costos adicionales, la calidad de la misma permitirá plantear posibilidades técnicas que avalen convincentemente las propuestas de inversión. De acuerdo con los resultados del estudio a nivel de perfil, será posible optar por profundizar el estudio de ciertos aspectos específicos que requiera el proyecto o también puede ser el caso de abandonar totalmente la ejecución del proyecto. (Pasaca M. E., 2017, pág. 22)

Estudio de Pre factibilidad o Proyecto Preliminar

La evaluación a este nivel requiere esfuerzos para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las alternativas seleccionadas y los costos a cubrir para obtenerlos. La alternativa seleccionada puede ser afectada por factores ambientales, institucionales o legales, debiendo incorporarse las condicionantes técnicas de tamaño y localización, de tal manera que la alternativa escogida debe ser la mejor ya que en la siguiente etapa será analizada con mayor precisión (Pasaca M. E., 2017)

TIPOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Hay varias clasificaciones de los proyectos de inversión, de acuerdo con el sector al que van dirigidos, que pueden ser:

- ➤ AGROPECUARIOS: son los que se ubican en el sector primario. Al explotarlos no se efectúa ninguna transformación.
- ➤ INDUSTRIALES: son los que se ubican en el sector secundario, el sector industrial, su principal característica es la transformación de productos.
- ➤ DE SERVICIOS: Son los que se ubican en el sector terciario y pueden ser: educación, carreteras, transporte, etc.
- ➤ DEPENDIENTES: son dos o más proyectos relacionados, donde al ser aprobado uno, los demás también serán aprobados.
- ➤ INDEPENDIENTES: son dos o más proyectos analizados y aprobados o rechazados, de forma individual, sin que la decisión incida en los demás.
- MUTUAMENTE EXCLUYENTES: este caso ocurre cuando se analiza un conjunto de proyectos y, al seleccionar alguno los demás quedan descartados.
- ➤ DE BIENES: son agrícolas, forestales, industriales, marítimos, mineros, pecuarios, etc.
- ➤ DE SERVICIOS: Se dividen en: infraestructura social, infraestructura física, infraestructura hidráulica y transporte. (Carlos & Gabriel, 2018, pág. 4)

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar a la investigación como la solución a problemas empresariales sino un instrumento más que permite minimizar riesgos

y, en consecuencias, las decisiones puedan ser más acertadas. (Pintado Blanco, Sanchez Herrera, Ildefonso Grande, & Estevez Muñoz, 2011)

Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2010)

ESTUDIO DE MERCADO

Tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio q se pretenda fabricar o vender será aceptado en el mercado, y los posibles consumidores están dispuestas a adquirirlas. (Morales Castro & Morales Castro, 2010, pág. 41)

En esta parte del proyecto se hace necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, Calidad, Canales de comercialización, Publicidad, Plaza, Promoción, esto permite conocer el posicionamiento del producto en el mercado; cuando se trata de un producto nuevo permite medir el nivel de aceptación que tendrá el mismo en el mercado.

El estudio obliga por lo tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: a quién, cuánto, cómo, y dónde se venderá el producto o servicio.

Para hablar de mercado es importante destacar que al mismo se lo considera como el lugar en que convergen las fuerzas de la oferta y demanda. En cuanto a la demanda se puede decir que es la cantidad de bienes y servicios que requiere el mercado para satisfacer una necesidad específica, por el lado de la oferta de productos, es necesario definir estrategias de mercado, publicidad y presentación del producto, estudiando la competencia en cuanto a la capacidad instalada, tecnologías, proceso productivo.

Una vez analizados la oferta y la demanda se podrán hacer estimaciones del precio esperado de los productos a lo largo de la vida útil del proyecto, el estudio de mercado debe contener los siguientes términos:

- Información base (Resultados de encuestas, entrevistas, observaciones, etc.)
- Producto principal
- Producto secundario
- Producto sustituto
- Productos complementarios
- Mercado
- Demandantes
- Estudio de la demanda
- Estudio de la oferta
- Situación base (mercadeo, presentación, calidad, precio, plaza, etc) (Pasaca M. E.,
 2017, pág. 32)

INFORMACIÓN BASE

Le constituye los resultados provenientes de fuentes primarias y han sido recogidos mediante diferentes técnicas de investigación, encuestas entrevistas, observación, constatación física, y con diferentes procedimientos: censo, muestreo, observación, etc.

Sobre la aplicación de encuestas es fundamental tener claro lo siguiente:

 Cuando se debe trabajar con poblaciones muy pequeña es preferible encuestar a toda la población. Cuando la población es demasiado grande o infinita es aconsejable realizar el muestreo, para lo cual es indispensable determinar la muestra. (Pasaca M. E., 2017, pág. 33)

PRODUCTO

Supone la determinación de los atributos y presentaciones ofrecidas al mercado para satisfacer sus necesidades. Es la primera decisión que se debe tomar al diseñar las acciones comerciales. La definición del producto se centra, además de en sus características o atributos, en los beneficios que ofrece, las emociones y las experiencias que proporciona. Además, se incluyen otras decisiones sobre la oferta, como las relacionadas con el ciclo de vida, la marca, el envase, los servicios adicionales y el desarrollo de nuevos productos. (Campos, y otros, 2013, pág. 29)

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc.

Es un bien que se recibe en un intercambio q normalmente tiene un conjunto de atributos tangibles o intangibles como los aspectos sociales y psicológicos. (Morales Castro & Morales Castro, 2010, pág. 53)

PRODUCTO PRINCIPAL

Es la descripción pormenorizada del producto(s) que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestran las principales características.

PRODUCTO SECUNDARIO

Aquí se describe los productos que se obtiene con los residuos de Materia Prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita.

Un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios. (Pasaca M. E., 2017, pág. 44)

PRODUCTO SUSTITUTO

En esta parte debe hacerse una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad

PRODUCTO COMPLEMENTARIO

Se describe en este punto a los productos que hacen posible se puede utilizar al Producto Principal. Debe considerarse que no todo producto principal necesita de un Producto Complementario para la satisfacción de las necesidades.

En cuanto a los productos es importante tomar en consideración los siguientes aspectos que permiten ubicarlos por su naturaleza y uso:

- Por resistencia al tiempo pueden ser: Duraderos (activos fijos) y No Duraderos (Alimentos).
- 2. Por la oportunidad y servicio pueden ser:
 - a. De conveniencia, entre los que se tiene a los considerados básicos (alimentos) cuya compra se planifica y, los denominados por impulso (adornos) que son los que generalmente se compran basados en una buena opción de oferta.

- b. Comparables, que se dividen en homogéneos (libros, bebidas) cuyas características son comunes y, heterogéneos (implementos deportivos, bienes muebles) cuyas características son completamente diferentes.
- c. De especialidad, cuya satisfacción proporcionada obliga al cliente a regresare (servicio médico, mecánico, etc.).
- d. No buscados, por cuanto no se quiere tener relación alguna con ellos, pero que en caso necesario pueden utilizarse (hospitales).
- e. Por su destino, los de consumo final (alimentos) los que luego de satisfacer una necesidad desaparecen y, los de consumo intermedio (materia prima) que generalmente son utilizados como parte de un proceso para obtener otro producto. (Pasaca M. E., 2017, pág. 45)

PRECIO

Definido como la contraprestación realizada por los clientes a cambio del producto comercializado. Es un instrumento de estímulo de la demanda y un factor determinante de la rentabilidad a largo plazo. Es el instrumento más fácil y rápido de modificar, pero es también una herramienta clave. El precio es un indicador de la calidad, particularmente no existe otro tipo de medidas. (Campos, y otros, 2013, pág. 29)

PLAZA

El punto de venta o distribución es el proceso mediante el cual el producto o servicio llega hasta nuestro cliente, que puede ser mayorista o consumidor final. Es una cuestión fundamental que va a influir notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción del consumidor.

En la distribución existen múltiples variables que es preciso analizar exhaustivamente.

✓ Almacenamiento

✓ Transporte.

✓ Tiempos de la operación.

✓ Costes de los envíos.

Canales que más me conviene utilizar: venta directa, distribuidores, tiendas online, etc.

(Campos, y otros, 2013, pág. 31)

PROMOCIÓN

Se incluyen todos aquellos medios, canales y técnicas que van a dar a conocer nuestro producto. Con la eclosión del universo online, las posibilidades de realizar una buena promoción son muchas, asequibles para cualquier presupuesto y muy distintas en concepto y filosofía.

En la actualidad, a los medios tradicionales (outbound), como pueden ser vallas publicitarias o anuncios en radio o televisión, debemos sumar estrategias de inbound marketing. Estas son mucho más amables y menos intrusivas, basadas en contenidos elaborados y bien argumentados y, sobre todo, con valor añadido para los posibles clientes. (Campos, y otros, 2013, pág. 30)

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

De igual manera para el autor Pasaca (2017) "la comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar bien el producto o servicio" (pág. 53). Esto permitirá a la nueva empresa entregar su producto en el lugar y tiempo adecuado.

Canales de Distribución. - Los principales canales de distribución son:

Productor-consumidor o usuario

Cuando el producto es vendido de forma directa, es decir del productor al consumidor.

Productor-intermediario-consumidor

Cuando el productor vende el producto a terceras personas que hacer llegar el producto al consumidor final.

ESTUDIO TÉCNICO DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacios físicos y recursos humanos. Este estudio enfoca a tres aspectos fundamentales: tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional. (Pasaca M. E., 2017, pág. 55)

MACRO LOCALIZACIÓN

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional para su representación y recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. (Pasaca M. E., 2017, pág. 58)

MICRO LOCALIZACIÓN

En este punto y apoyarlos preferentemente en la representación gráfica, mapas y planos urbanísticos, se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local. (Pasaca M. E., 2017, pág. 58)

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el rendimiento que puede alcanzar el componente tecnológico en un período en tiempo determinado. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo. (Pasaca M. E., 2017, pág. 56)

CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el rendimiento con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado.

(Pasaca M. E., 2017, pág. 56)

CAPACIDAD FINANCIERA

Es importante analizar las condiciones financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero. (Pasaca M. E., 2017, pág. 57)

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Es la condición de tener claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender. (Pasaca M. E., 2017, pág. 57)

INGENIERÍA DE PROYECTOS

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos pata los requerimientos óptimos de producción tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo, así como la maquinaria y equipamiento. (Pasaca M. E., 2017, pág. 60)

FUNCIONES (EMPRESARIALES) DEL TALENTO HUMANO

La Gestión del Talento Humano. Es el conjunto de procesos necesarios para dirigir a las personas dentro de una empresa, partiendo del reclutamiento, la selección, la capacitación, la evaluación del desempeño, las recompensas, la salud ocupacional y el bienestar general de los trabajadores. (Vivallo, 2012)

DISEÑO ORGANIZACIONAL

Este aspecto busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, utilización de productos, subproductos, patentes, etc. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a niveles de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales; como puede apreciarse esto es fundamental ya que un proyecto altamente rentable, puede no ser factible por contraponerse a una norma legal.

TIPOS DE COMPAÑÍAS

Para determinar el tipo de Organización Jurídica se debe recurrir a lo que estipulan las leyes. Dentro de la legislación ecuatoriana se reconocen los siguientes tipos de compañías: La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, La Compañía en Nombre Colectivo, La Compañía de Responsabilidad Limitada, La Compañía en Comandita Simple, La Compañía Anónima, La Compañía en Comandita por Acciones y la Compañía de Economía Mixta. Para un estudio pormenorizado de este tema, lector o investigador debe remitirse a la Ley de Compañías. En este aspecto es fundamental el aporte de profesionales de Derecho. Uno de los aspectos más relevantes será la Legislación Tributaria, en ella se deberán identificar las tasas arancelarias que gravan la actividad a la que se orienta el proyecto. Es indispensable darles adecuada consideración a esos aspectos jurídicos antes de avanzar en la realización de estudios e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación.

En un proyecto la información legal debe estar sintetizada en:

- Tipo de organización jurídica
- Razón social
- Domicilio

- Objeto o actividad a que se dedicara
- Duración
- Capital social
- Representación legal
- Regulaciones legales a la actividad
- Leyes que amparan o restringen la actividad en que incursionara la empresa
- Requerimientos legales para la operación
- Patentes y permisos de funcionamiento

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos básicamente los siguientes:

- 1. Acta constitutiva
- 2. La razón social o denominación
- 3. Domicilio
- 4. Objeto de la sociedad
- 5. Capital social
- 6. Tiempo de duración de la sociedad
- 7. Administradores

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Es fundamental en la etapa de operación determinar la estructura organizativa con que se cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa

se presenta por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, esta estructura tiene que ver con la departamentalización.

NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- 1. Nivel Legislativo. Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos.
- 2. Nivel Directivo. Es el nivel que hace la vinculación directa entre los dueños de las empresas (socios o accionistas) y el personal que labora en ella, está conformado por el directorio. Para su actuación está representado por la Presidencia.
- 3. Nivel Ejecutivo.- Este nivel está conformado por el Gerente Administrador, el cual será nombrado por el nivel Directivo y será responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- **4. Nivel Asesor. -** Normalmente este nivel constituye el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como por ejemplo las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor

Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **5. Niel de Apoyo. -** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **6. Nivel Operativo. -** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo (Pasaca M. E., 2017, pág. 70)

ORGANIGRAMAS

Constituye la representación gráfica de la estructura organizativa de la nueva unidad productiva; entre los más utilizados se encuentran el estructural, el funcional y el de posición.

MANUAL DE FUNCIONES

Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones sin de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual ella establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Identificación del puesto
- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo

- Tareas principales
- Tareas secundarias
- Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

Naturaleza del trabajo:

Operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial. Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo.

Funciones principales:

Se incluye en detalle las funciones que debe desempeñar normalmente dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.

Funciones secundarias:

Se refiere a aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la empresa, lo cual no puede ni debe hacerse diariamente.

Responsabilidad:

Se delimita claramente cuál es la responsabilidad del puesto, sobre lo que debe responder el titular del puesto.

Requisitos:

Hace referencia al perfil que debe tener el titular del puesto para un buen desempeño, entre ellos los más importantes son: Formación Profesional y Experiencia.

ESTUDIO FINANCIERO

Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente. Para realizar la inversión se asignan precios de mercado a cada uno de los activos que se usarán para generar el producto y/o servicio, así como los costos de las fuentes de financiamiento, los costos de operación del proyecto y la rentabilidad de la inversión. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

PRESUPUESTO

Es un plan de operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

En otras palabras, hacer un presupuesto es simplemente sentarse a planear lo que quieres hacer en el futuro y expresarlo en dinero. Un ejemplo son los viajes. Uno se pone a planear, entre otras cosas, cuánto hay que gastar en pasajes o gasolina, comidas y hospedaje. Y ya que has visto todo eso, entonces sabrás cuánto necesitas ahorrar y, por lo tanto, cuándo te podrás ir. (Morales Castro & Morales Castro, 2010)

COSTO

Se refiere al valor monetario de los gastos de las materias primas, equipos, suministros, servicios, mano de obra, productos, etc., que se utilizan para la creación del producto o

servicio. Se trata de una cantidad que se registra como un gasto en los registros de contabilidad (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, como se estudió anteriormente; por la función que cumplen existen los costos de fabricación o transformación y los costos de operación; sin embargo, es necesario clasificarlos de acuerdo a su origen o naturaleza, esto es, en costos fijos y variables, que se constituyen en la herramienta fundamental para el cálculo del punto de equilibrio. La clasificación no es estándar, ella depende de la actividad que se desarrolle.

- **a. Costos Fijos:** Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el sólo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción, la empresa está en obligación de cubrirlos puesto que de ello depende su operación.
- a. Costos variables: son aquellos valores que incurren la empresa, en función de su capacidad; están en relación directa con los niveles de producción de la empresa, aumentan o disminuyen proporcionalmente con el volumen de producción.

UTILIDAD DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

La utilidad del punto de equilibrio no radica en saber cuánto hay que producir, vender o utilizar de la capacidad instalada; como herramientas para la toma de decisiones el PE proporciona información que permite medir la utilización de recursos y el cumplimiento de políticas internas. (Pasaca M. E., 2017, pág. 106)

INGRESOS

Comprenden el importe generado por ventas totales menos las devoluciones y descuentos, de lo que resulta el importe de ventas netas. Para efectos de presentación es posible desglosar las ventas en nacionales y de exportación o de productos principales y secundarios. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

Son valores recibidos o causados por la empresa como resultados de las actividades que realiza, con el propósito de obtener una ganancia. (Espejo Jaramillo, 2007)

GASTOS

Representan los valores pagados o causados por la empresa por servicios recibidos y adquiridos, los mismos que son necesarios para su funcionamiento. Los gastos constituyen una perdida para la empresa porque no se pueden recuperar. (Espejo Jaramillo, 2007)

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 activo. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos de la empresa

El flujo de caja para un nuevo proyecto se compone de los siguientes elementos: Inversión Inicial, ingresos y egresos de operación, reinversiones y valor residual o de salvamiento.

- La inversión inicial representa los valores requeridos para poner en funcionamiento la nueva unidad productiva
- Los ingresos y egresos de operación representan los valores reales de entradas y salidas de efectivo, estos por su carácter de devengados o causados, normalmente no ocurren en igual momento que los flujos reales. Contablemente los ingresos por

ventas son considerados en su totalidad sin tomar en cuenta que puedan existir cobros pendientes por ventas a crédito; por otro lado, se considera igualmente el valor total del costo de ventas como egreso sin considerar la existencia de inventarios.

- Las reinversiones son valores que se consideran para remplazar un activo en el periodo de evaluación, en este caso deberá considerarse el ingreso por la venta del activo (valor residual), así como el egreso por la compra del nuevo.
- El valor residual representa el valor en los libros que tiene un activo a la finalización de la vida útil del proyecto. Esto se representa siempre que la vida útil del activo sea mayor al horizonte del proyecto. El valor se obtiene por un activo al final de su vida útil se denomina Valor Económico o de Mercado, se registran en los estados financieros como otros ingresos.
- Los valores que se esperan obtener al final de la vida útil del proyecto constituye un beneficio neto adicional al periodo de operación.
- Existen otros egresos que deben determinarse para el proyecto y que deberá ser
 considerados en el flujo de caja, estos son las depreciaciones y las amortizaciones.
 Para su cálculo se requiere cuantificar los valores de depreciación y amortización de
 activos diferidos, los cuales, sin representar egresos de efectivo, condicionan el
 valor a pagar por obligaciones tributarias.
- Existen dos tipos de flujos de caja, el financiero y el económico, financiero que se obtiene al restar los ingresos totales los egresos totales, sirve para proporcionar información sobre la situación de la empresa a terceras personas, se basa en el movimiento de efectivo (ingresos y gastos); el flujo económico, en el que la

diferencia entre ingresos y egresos se suma los valores correspondientes a amortizaciones y depreciaciones ya que son valores que no egresan de la empresa o no se pagan, se basa en movimiento real de efectivo (ingresos y gastos pagables), sirve para la toma de decisiones en la gestión empresarial. (Pasaca M. E., 2017, pág. 109)

ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados es un informe financiero que presenta de manera ordenada y clasificada los ingresos generados, los costos y gastos incurridos por la empresa en un periodo determinado. La diferencia entre los ingresos y gastos constituyen la utilidad o pérdida del ejercicio económico. (Espejo Jaramillo, 2007)

FUENTES DE FINANCIAMIENTOS

Todas las empresas necesitan dinero para sus diferentes actividades:

La formación de una empresa requiere capital inicial para la compra del equipo esencial.

Para la operación del día a día las empresas necesitan capital de trabajo, dinero para cubrir pagos, gastos y existencias.

Para el crecimiento y la expansión se requiere financiamiento para poder incrementar los activos fijos de la empresa. Igualmente necesita mayor capital de trabajo.

La expansión se puede lograr adquiriendo otros negocios. Para la adquisición se necesita financiamiento de otras empresas.

Situaciones especiales como baja en las ventas, crisis económicas, aumentos en la demanda del producto, pueden requerir apoyo financiero para evitar que el negocio quiebre.

Muchas veces se solicita financiamiento para apoyar la investigación y desarrollo de nuevos productos o invertir en nuevas estrategias de marketing (Carlos & Gabriel, 2018)

AMORTIZACIONES

Las amortizaciones son reducciones en el valor de los activos o pasivos para reflejar en el sistema de contabilidad cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor. Con las amortizaciones, los costes de hacer una inversión se dividen entre todos los años de uso de esa inversión (Vivallo, 2012)

DEPRECIACIONES

La utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa hace que los mismos sufran desgastes o pierda vigencia y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad; esto hace que deba preverse el remplazo de los mismos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los interese de la empresa. (Pasaca M. E., 2017, pág. 79)

VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad. Los valores obtenidos en el flujo de caja, se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática.

El Van se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significan que se trasladan al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de inversión. (Pasaca M. E., 2017, pág. 112)

TASA INTERNA DE RETORNO

Constituye la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto, se la considera también la tasa de interés que podría pagarse por un crédito que financie la inversión. (Pasaca M. E., 2017, pág. 115)

Ésta es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero, o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo igualen el monto de la inversión. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento ®, que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivo) sea igual ala valor actual de los flujos de inversión negativos. (Fernandez Espinoza, 2017)

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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

Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aun con la dolarización en el ecuador el dinero pierdes su poder adquisitivo en el tiempo.

$$PRC = ASI + \frac{Inversión - \sum FASI}{FNASI}$$

ASI= Año que supera la inversión

∑FASI=Sumatoria de flujos hasta que supera la inversión.

FNASI=Flujo neto del año que supervisa la inversión (Pasaca M. E., 2017, pág. 122)

Mediante la aplicación de este método se puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta, es decir, en cuántos años los flujos de efectivo igualarán el monto de la inversión inicial. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

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

- ➤ Si la relación ingreso/ egresos es = 1 el proyecto e indiferente
- > Si la relación es mayor 1 el proyecto es rentable
- ➤ Si la relación es menor 1 el proyecto no es rentable

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente formula

$$RBC = \underbrace{\left[\frac{\sum Ingresos\ Actualizados}{\sum Costos\ Actualizados}\right]} - 1$$

Para ello se procede de la siguiente manera:

- Se toma los valores de costos e ingresos del presupuesto y se procede a actualizarlos a la tasa de descuento utilizada para el cálculo del VAN y la TIR.
- 2. Se realiza la sumatoria de los valores actualizados,
- Se divide la sumatoria de ingresos actualizados para la sumatoria de los costos actualizados,
- 4. A la resultante que es la RBC, se resta la unidad (1), que representa el desembolso realizado.
- 5. El resultado significa la cantidad de unidades monetarias que se obtiene de beneficio por cada unidad monetaria invertida. (Pasaca M. E., 2017, pág. 121)

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es la siguiente:

- ➤ Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios se reducen o anula la rentabilidad
- ➤ Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambio no afectan la rentabilidad.
- ➤ Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto. (Pasaca M. E., 2017, pág. 117)

El análisis de sensibilidad mide la variación que se produce en el rendimiento del resultado del proyecto de inversión (principalmente el VPN), como consecuencia de la modificación de alguna de las variables que determinan la rentabilidad o los beneficios, considerando que las demás variables no cambian. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

e. MATERIALES Y METODOS

Materiales

Los materiales requeridos en el proyecto de investigación que nos permitieron la recolección e interpretación de información son los siguientes:

- > Internet
- > Computadora
- > Flash memory
- ➤ Hojas papel boom
- > Esferos
- > Transporte
- Copias
- > Impresora
- Borrador
- Lápices
- > Carpeta perfil

Método deductivo

El presente método nos ayudó al cumplimiento de los objetivos ya propuestos, de esta manera se los relacionó con el estudio de mercado y el estudio técnico en donde se procedió al cálculo del tamaño del proyecto que nos permitió conocer la demanda insatisfecha, la cual es analizo factores tales como: los demandantes y ofertantes, se analizó la competencia, se conoció la demanda del producto y a qué mercado nos estamos enfrentando.

Método inductivo

A través de este método se conoció los procedimientos necesarios para la implementación

de nuestro producto, en donde se analizó los aspectos legales, políticas y normas de la empresa, procedimientos administrativos que nos sirvieron para recoger aspectos particulares en el presente proyecto de investigación.

Método analítico

Se lo aplico para interpretar los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas en el estudio de mercado, lo cual nos permitió analizarlas individualmente para de esta manera conocer los aspectos importantes dentro del mercado como es el mercado potencial y la oferta local. Así mismo este método se utilizó en la evaluación financiera, obtenidos del estudio económico que fueron analizados individualmente.

Técnicas

Observación directa

Mediante la observación directa se pudo detectar la localización del proyecto, ya que se procedió ir al lugar en donde se implantará el plantel con el objetivo de ver los factores de localización como son los servicios básicos, el estado de las vías entre otras que favorezcan a la empresa.

Encuesta

Por otra parte, entre las técnicas que hemos utilizado se encuentran la encuesta que fue aplicada principalmente a las familias de la cuidad de Loja que serán nuestros futuros consumidores, con la finalidad de conocer nuestra demanda en el mercado.

Entrevista

Y por último se aplicó la entrevista a los ofertantes de la cuidad con el objetivo de conocer

cuál es su demanda semanal, saber qué tipo de promociones ofertan a sus clientes, entre otras variables de esta manera conocer la competencia ya existente en el mercado.

Selección de la muestra

El proceso de selección de la muestra se procedió a realizarlo a través de un muestreo aleatorio simple en donde todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para contestar las preguntas, en este caso la encuesta fue aplicada a 382 familias de la cuidad de Loja.

Formato de la encuesta

Dentro de la encuesta aplicada a los demandantes se plantearon preguntas cortas, claras y precias con la finalidad de conseguir la información necesaria para el proyecto de tesis de igual manera se procedió a realizar lo mismo al momento de efectuar la entrevista con los ofertantes (ver anexo # 1y2)

Procedimiento

Para la presente investigación se visitó la biblioteca de la universidad, fuentes de consulta como lo es el internet, libros y tesis con la finalidad de poder guiarnos al momento de realizar la revisión literaria del informe.

Luego se aplicó las 382 encuestas, las mismas que fueron aplicadas a los habitantes de la ciudad de Loja y previo a esto se inició el estudio de mercado que a través de estas encuestas se cumplió con el objetivo de recoger toda la información necesaria que permitió determinar la oferta y la demanda del producto. El siguiente paso se basó en la recolección de información mediante entrevistas a los diferentes distribuidores de huevos en la cuidad,

debido a que dentro de la misma no cuentan con planteles avícolas, es por ello que este producto es trasladado de otras ciudades.

De igual manera en base a los resultados se estableció el estudio técnico en donde se procedió a determinar el tamaño y localización, la ingeniería del proyecto y el diseño estructural en el que se elaboró los organigramas y manual de funciones.

En la siguiente etapa del proyecto se procedió a la realización de presupuestos para conocer la inversión y el financiamiento que requiere la empresa, este financiamiento provendrá de una fuente interna y externa

Y finalmente se realizo la evolución financiera a través de los indicadores tales son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad, lo cual permitirá medir la factibilidad de la empresa.

Determinación de la muestra

Proyección de la población en familias de la ciudad de Loja, año 2018

Nomenclatura

Pb	I		n
170.280 habitantes	Porcentaje de poblacional	crecimiento	Año a proyectar = 8
42.570 familias	-		

Proyección de la demanda

Datos

DF= Demanda Futura

DA= Demanda Actual

n= periodo de tiempo

i= tasa de crecimiento

$$P_f = Pb \ (1+i)^n$$

$$P_f = 42.570 (1 + 0.0265)^8$$

$$P_f = 42.570 (1,0265)^8$$

$$P_f = 42.570 (1,232740401)$$

$$P_f = 52.478$$

Población final por familias = 52.478

DETERMINACIÓN DE MUESTRA EN LA CIUDAD DE LOJA

Para la aplicación de las encuestas se emplea como técnica la recopilación de información ya que al tratarse de una población de gran tamaño no es posible trabajar con todos sus elementos; es por ello, que se recurre a trabajar con una muestra cuyo tamaño se calcula a continuación:

Datos:

n= Número de encuestas

N= Población total

E= Error experimental

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

Z= Nivel de confianza

$$A = \frac{N.Z^{2}.P.Q}{[(n-1)e^{2}] + Z^{2}.P.Q} =$$

$$A = \frac{(52.478)(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{[(52.478 - 1)(0,05)^2] + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} =$$

$$A = \frac{(56.176).(3,8416).(0,5).(0,5)}{[(52.477)(0,0025)] + (3,8415).0,5.0,5} =$$

$$A = \frac{50.399}{131,1925 + 0,9604} = 381.52$$

Número de encuestas a realizar= 382

Determinación de encuestas a realizar por sector en la ciudad de Loja

PARROQUIA	FAMILIAS	PORCENTAJE %	N° DE ENCUESTAS
Sucre	14 693	28	108
Sagrario	5 247	10	38
El Valle	5 247	1	38
San Sebastián	7 348	14	53
Caringan	7 348	14	53
Punzara	12 596	24	92
Total	52 478	100	382

f. RESULTADOS

Encuestas

1. ¿Cuál es su ingreso familiar?

Cuadro # 1 INGRESO FAMILIAR

DETALLE	XM	CANTIDAD	XM.F	PORCENTAJE
1 A 50	25,5	13	331,5	3%
51 A 380	215,5	175	37.712,5	46%
381 A 450	415,5	91	37.810,5	24%
451 A 550	500,5	65	32.532,5	17%
551 A mas	605,5	38	23.009	10%
TOTAL		382	131.396	100%

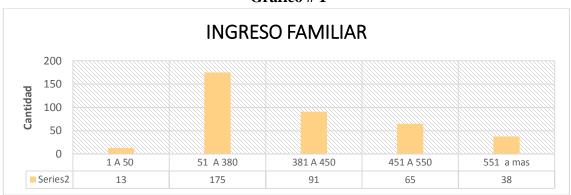
Fuente: Encuesta
Elaboración: Autora
X= Xm.F/ Nº encuestas

X = 131.396 / 382

X = 343,96

X=344 dólares

Gráfico #1



Fuente: Cuadro #1
Elaboración: Autora
INTERPRETACIÓN

Para ofrecer un producto en el mercado, es de vital importancia saber la situación económica de los hogares ya que esto permitirá conocer hacia qué nivel económico nos estamos dirigiendo, es por ello; que, de acuerdo a la información recibida, se puede decir, que el desarrollo de este proyecto está dirigido a las personas de status económico medio con un promedio de 344 dólares mensuales, mismo q presenta el 46% de la población.

2. ¿Consume huevos en su familia?

Cuadro # 2 CONSUMO FAMILIAR

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	377	98,69%
NO	5	1,31%
TOTAL	382	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico # 2



Fuente: Cuadro #2 Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

Los huevos son un producto que contribuyen en la dieta del ser humano aportando proteínas de alta calidad, vitaminas y minerales, es así que, un 98,69% de los encuestados manifestaron consumir el producto; mientras que solo el 1,31% no lo consume; esto muestra que aproximadamente las 4/4 partes de la población Lojana consume el producto, representado un aspecto positivo puesto que la demanda tiende a crecer conforme se dé el crecimiento poblacional.

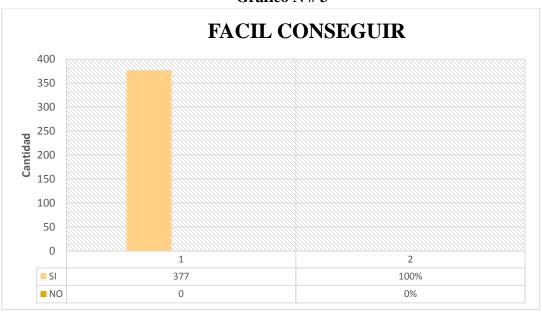
3. ¿Le es fácil conseguir huevos?

Cuadro # 3 FACIL CONSEGUIR

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	377	100%
NO	0	0%
TOTAL	377	100%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 3



Fuente: Cuadro #3 Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

En base a la encuesta aplicada a la cuidad de Loja podemos destacar que es fácil conseguir huevos en un 100%, lo cual demuestra que existe una gran oferta de este producto en el mercado.

4. ¿Indique que tipo de huevos consume?

Cuadro #4
TIPO DE HUEVO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
DE INCUBADORA	373	98,94%
CRIOLLOS	32	7,90%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico # 4



Fuente: Cuadro #4
Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

En cuanto al tipo de huevo que se consume más en los hogares de la cuidad, se puede deducir que existe un mayor índice en los huevos de incubadora con un 98,94% de la población encuesta mientras que el sobrante 7,90% consumen huevos criollos, esto se debe a la comodidad que les brinda el precio a las familias Lojanas.

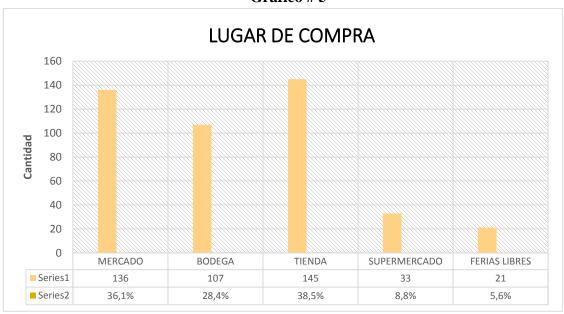
5. ¿En qué lugar adquiere los huevos que consume?

Cuadro # 5 LUGAR DE COMPRA

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MERCADO	136	36,1%
BODEGA	107	28,4%
TIENDA	145	38,5%
SUPERMERCADO	33	8,8%
FERIAS LIBRES	21	5,6%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico # 5



Fuente: Cuadro #5 Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta los criterios son dispersos, es así que las personas encuestadas pudieron destacar en primera opción el lugar de compra las tiendas con un 38,50%, seguido del 36,1% el mercado, el 28,4 % las bodegas y por último en el supermercado con 8,8%.

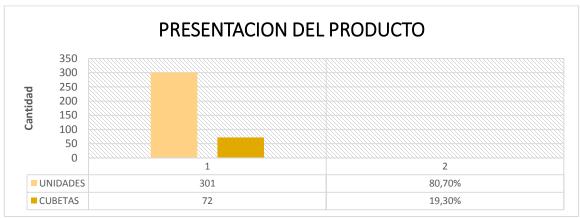
6. En qué presentación adquiere los huevos?

Cuadro # 6
PRESENTACION DEL PRODUCTO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
UNIDADES	301	80,70%
CUBETAS	72	19,30%
TOTAL	373	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 6



Fuente: Cuadro #6
Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

En cuanto a la presentación del producto los clientes adquieren los huevos en unidades en un 80,70%; mientras que la otra parte los adquiere en cubetas en un 19,30%, esto se debe a que al momento de cómpralos en esta presentación existe un cierto descuento por parte del lugar donde compra.

7. ¿Cuántas unidades de huevos consume usted semanalmente?

Cuadro #7
CONSUMO SEMANAL

DETALLE	XM	TOTAL	XM.F	PORCENTAJE
1 A 5	3	62	186	16,62%
6 A 10	8	103	824	27,61%
11 A 15	13	83	1079	22,25%
16 A 20	18	35	630	9,38%
21 A 25	23	18	414	4,83%
26 A 30	28	72	2016	19,30%
TOTAL		373	5149	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora X= Xm.F/ Nº encuestas

X = 5149/373

X=13.8

X= 14 unidades de huevos semanales x 52 semanas

X= 728 huevos anuales

Gráfico #7



Fuente: Cuadro #7
Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

En cuanto al consumo semanal de las familias se pudo conocer lo siguientes: dentro de las variables expuestas las de mayor preferencia son: de 6 a 10 unidades que corresponden al 27,61%; de 11 a 15 unidades con un equivalente del 22,25% y de 26 a 30 que es lo que corresponde a una cubeta semanal es del 19,30%. Esto nos ayuda a conocer que al ser un producto de consumo masivo y de bajo precio se consume más en unidades. Además gracias a esto se pudo conocer cuál es el consumo promedio familiar al año es de 728 unidades.

8. ¿Qué precio paga por los huevos en unidades y cubetas?

Cuadro # 8 PRECIO POR UNIDAD

DETALLE	XM	CANTIDAD	Xm.f	PORCENTAJE
0.10 A 0,15	0,13	244	31	65,42%
0,16 A 0,20	0,18	4	0,72	1,07%
0,21 A 0,25	0,23	28	6,44	7,51%
0,26 A 0,30	0,28	25	7	6,70%
TOTAL		301	44,66	

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora X= Xm.F/ Nº encuestas

X = 44,66/301

X=0.14 ctvs. Por unidad

Gráfico N # 8



Fuente: Cuadro # 8 Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

El precio es un indicador clave para determinar la demanda es así que la mayoría de los consumidores encuestados adquieren los huevos a un precio de 0.10 a 0.15 centavos con una representación del 65,78%.

Cuadro # 9 PRECIO POR CUBETAS

DETALLE	XM	CANTIDAD	XM.F	PORCENTAJE
2,50 A 2,60	2,55	6	15,30	1,59%
2,61 A 2,70	2,65	11	29,15	2,92%
2,71 A 2,80	2,76	10	27,55	2,65%
2,81 A 2,90	2,96	0	0,00	0,00%
2,91 A 3,00	2,96	25	73,88	6,63%
3,01 A 3,10	3,06	11	33,61	2,92%
3,11 A 3,20	3,16	9	28,40	2,39%
TOTAL		72	207,88	

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora X= Xm.F/ Nº encuestas

X= 207,88 /72 X=2.89 ctvs.

X= 2.90 ctvs. por cubeta

Gráfico # 9



Fuente: Cuadro #9 Elaboración: Autora

INTERPRETACIÓN

En la siguiente grafica se pudo determinar que la cubeta de huevos la pueden adquirir en un precio de \$2,91 a \$3,00 dólares que corresponde a un 6,63 % en la cuidad de Loja. Esto nos demuestra que el producto es accesible y no es elevado para el bolsillo del consumidor.

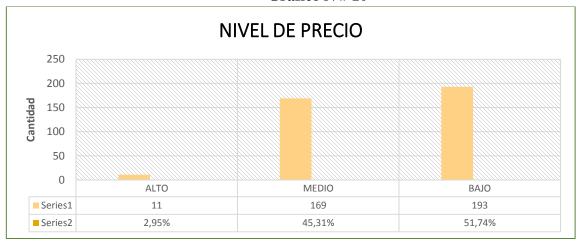
9. ¿Cómo considera usted el precio del producto?

Cuadro # 10 NIVEL DE PRECIO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
ALTO	11	2,95%
MEDIO	169	45,31%
BAJO	193	51,74%
TOTAL	373	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 10



Fuente: Cuadro #10 Elaboración: Autora

INTERPRETACION

Dentro de las encuestas aplicadas podemos darnos cuenta que los clientes consideran que el precio del producto es bajo con un 51,74 %, medio con 45,31% y bajo con 2,95 %. dentro del status económico.

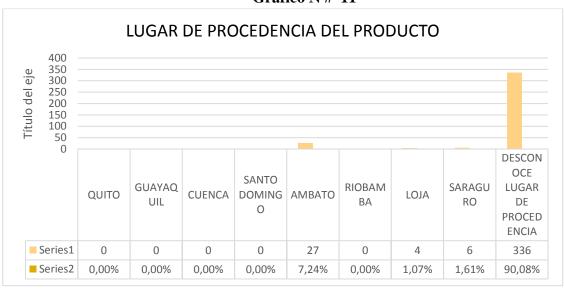
10. Conoce usted el lugar de procedencia de los huevos que compra?

Cuadro # 11 LUGAR DE PROCEDENCIA

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
QUITO	0	0,00%
GUAYAQUIL	0	0,00%
CUENCA	0	0,00%
SANTO DOMINGO	0	0,00%
AMBATO	27	7,24%
RIOBAMBA	0	0,00%
LOJA	4	1,07%
SARAGURO	6	1,61%
DESCONOCE EL LUGAR DE PROCEDENCIA	336	90,08%
TOTAL	373	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 11



Fuente: Cuadro #11 Elaboración: Autora

INTERPRETACION

Dentro de los encuestados pudimos detectar que el 90,08% desconoce el lugar de procedencia del producto; mientras que por otro parte el 7,24% de la población señalan que procede el huevo de Ambato, el 1,61% de Saraguro y por último el 1,07% de la cuidad de Loja.

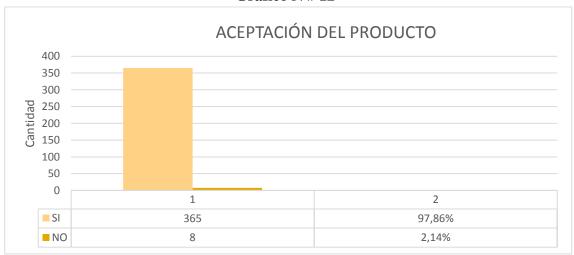
11. ¿Usted está de acuerdo que se implemente un plantel avícola en la parroquia de Jimbilla para la producción de huevos y que se realice la comercialización en la ciudad de Loja con precio favorables y de alta calidad?

Cuadro #12 ACEPTACION DEL PRODUCTO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	365	97,86%
NO	8	2,14%
TOTAL	373	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 12



Fuente: Cuadro #12 Elaboración: Autora

INTERPRETACION

Dentro de las encuestas aplicadas podemos darnos cuenta que el consumidor tiene una gran aceptación para la producción y comercialización de huevos de incubadora con un 97,86% favorable para la empresa, mientras que el 2,14% manifestaron que no comprarían el producto.

12. ¿Cuál de los siguientes aspectos toma en cuenta al momento de adquirir los huevos?

Cuadro # 13 ASPECTO DE COMPRA PARA EL PRODUCTO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRECIO	120	32,88%
CALIDAD	268	73,42%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 13



Fuente: Cuadro #13 Elaboración: Autora

INTERPRETACION

Mediante la encuesta aplicada en la cuidad de Loja, se puede identificar que la mayoría de los encuestados toman como aspecto importante al momento de adquirir el producto es la calidad con el 73,42%, mientras que solo el 32,88% prefiere el precio al momento de comprar el producto.

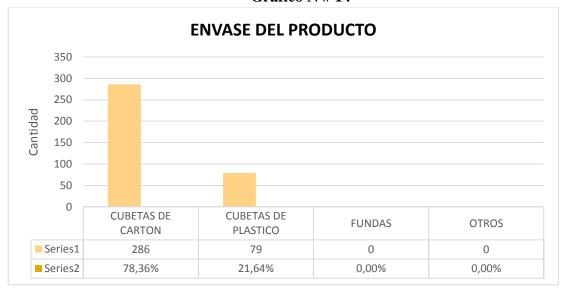
13. ¿En qué tipo de envase le gustaría que se realice la comercialización?

Cuadro # 14 ENVASE DEL PRODUCTO

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
CUBETAS DE CARTON	286	78,36%
CUBETAS DE PLASTICO	79	21,64%
FUNDAS	0	0,00%
OTROS	0	0,00%
TOTAL	365	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 14



Fuente: Cuadro #14 Elaboración: Autora

INTERPRETACION

Al preguntarles a los encuestados acerca del envase de comercialización del producto respondieron que el 78,36% desean los huevos en cubetas de cartón por ser un producto reciclable, mientras que por otro lado el 21,64% manifestó que la presentación debería de ser en envase de plástico.

14. ¿Por qué medios de publicidad desea conocer o recibir información de la empresa?

Cuadro # 15 PUBLICIDAD DE LA EMPRESA

DETALLE	NOMBRE	CANTIDAD	PORCENTAJE	
	BOQUERON	89	24,38%	
	SOCIEDAD	45	12,33%	59,18%
	LUZ Y VIDA	21	5,75%	39,1070
RADIO	LA HECHICERA	61	16,71%	
	UVT	5	1,37%	4,66%
TELEVISION	ECOTEL	12	3,29%	4,00%
	LA CRONICA	17	4,66%	10,68%
PRENSA ESCRITA	LA HORA	22	6,03%	10,08%
REDES SOCIALES	FACEBOOK	93	25,48%	25,48%
TOTAL		365	100,00%	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 15



Fuente: Cuadro #15 Elaboración: Autora

INTERPRETACION

Los medios de publicidad de la cuidad son de vital importancia para hacer conocer al cliente de nuestro producto, es así que de acuerdo a las encuestas aplicadas podemos darnos cuenta que tiene mayor preferencia las redes sociales con un 25,48%, seguido de la radio Boquerón con un 24,38 % dando una pauta para que el producto del

proyecto pueda ser publicitado en los medios de comunicación antes mencionados, teniendo así una mejor acogida entre los consumidores.

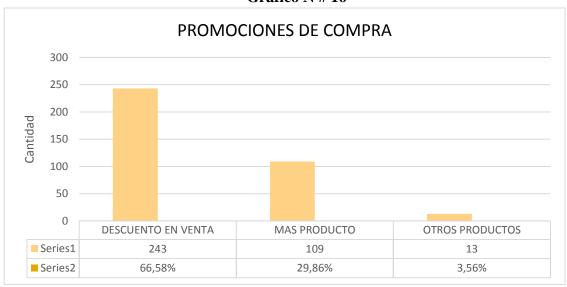
15. ¿Qué promociones le gustaría por su compra?

Cuadro # 16 PROMOCIONES DE COMPRA

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
DESCUENTO EN VENTA	243	66,58%
MAS PRODUCTO	109	29,86%
OTROS PRODUCTOS	13	3,56%
TOTAL	365	100,00%

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Gráfico N # 16



Fuente: Cuadro #16 Elaboración: Autora

INTERPRETACION

En cuanto a las promociones los demandantes manifiestan que al momento de realizar la compra del producto prefieren descuentos en venta con un 66,58%; seguido por más producto con 29,86% y por último el 3,56% con otros productos.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Producto principal

El producto principal de la presente propuesta es el huevo, este es un producto de consumo masivo que brinda beneficios y forma parte de la alimentación básica del ser humano ya que un producto rico en calorías y con una gran variedad de vitaminas y minerales.

Los huevos son una fuente barata y rica de proteínas, y en casi todas sus preparaciones son muy digestivos, por eso podemos decir que el huevo es uno de los alimentos más completos que existe aunque ha habido alguna polémica sobre su contenido en colesterol.

En cuanto a este mito del colesterol, ya está demostrado que, aunque el huevo tiene una cantidad notable de esta grasa, no toda se absorbe ni supone un riesgo para desarrollar enfermedades cardiovasculares, sin lugar a duda el huevo es un alimento primordial en el cuidado de la salud.

Es por ello, que este producto se ofrecerá al mercado por unidades y cubetas de acuerdo al gusto y preferencia de los consumidores.

Producto secundario

Uno de los residuos que se obtiene de este proceso es la gallina la cual una vez terminada su vida útil puede ser comercializada para consumo; por otro lado, otro producto secundario es el abono de las aves este es un producto utilizado en la actualidad para las plantas y el suelo.

Producto complementario

Dentro del campo alimenticio los productos complementarios son todos aquellos insumos que se utilizan para la elaboración de diferentes platos gastronómicos o preparados necesarios para la nutrición de las personas. Dentro de la industria de producción de nuevos productos, el huevo se complementa con otros insumos necesarios, así como para la producción de mayonesa, salsas, flanes, pastas, tortas, sopas, helados, tortillas, galletas, rellenos, cremas, revueltos, postres.

Producto sustituto

Entre los posibles sustitutos directos se puede plantear huevos de codorniz, huevos criollos (gallina), con diferentes componentes alimenticios e inclusive con variantes en precio, calidad, tamaño y uso.

Mercado demandante

El mercado al que se orienta este producto es la cuidad de Loja, según la información proveniente del INEN, en el censo del 2010, tiene una población de 170.280 habitantes con una tasa de crecimiento del 2,65% en una estructura familiar de 4 miembros.

Por ello es necesario conocer la realidad actual del mercado en cuanto a la cantidad de demandantes y el futuro durante el periodo de vida útil del proyecto; en este caso el proyecto es para 10 años, por lo tanto, se procede a proyectar la información para dicho horizonte.

Proyección de la demanda

Datos

DF= Demanda Futura

DA= Demanda Actual

n= periodo de tiempo

i= tasa de crecimiento

POBLACIÓN FUTURA

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

$$DF = 170.280 (1 + 0.0265)^8$$

$$DF = 170.280 (1,0265)^8$$

$$DF = 209.911,03$$

 $P 218 = 209.911 \, A\tilde{n}o \, 0$

POBLACIÓN ACTUAL

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

$$DA = 209.911 (1 + 0.02)^{1}$$

$$DA = 209.911 \ (1,0265)^1$$

$$DA = 215.474$$

A continuación, se presenta el cuadro de la demanda proyectada a los 10 años del proyecto:

Cuadro # 17 DEMANDA PROYECTADA

AÑO	POBLACIÓN TOTAL
0	209.911
1	215.474
2	221.184
3	227.045
4	233.662
5	239.238
6	245.578
7	252.086
8	258.766
9	265.623
10	272.662

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaboración: Autora

Análisis de la demanda

Las demandas para realizar el estudio de mercado son las siguientes: potencial, real y efectiva

> Demanda potencial

Para determinar la demanda potencial se toma en cuenta el total de la población de la cuidad de Loja del año 2019 de 215.474 habitantes con un total de 53.869 familias.

Para efecto tomamos la información recolectada de las encuestas aplicadas a los demandantes

Cuadro # 18 DEMANDA POTENCIAL

			DEMANDA	UNIDADES DE CONSUMO	
	TOTAL	POBLACION	POTENCIAL	FAMILIAR	DEMANDA
N°	POBLACION	FAMILIAR	98,69 %	(anual)	POTENCIAL
0	209.911	52.478	51.790	728	37.703.332
1	215.474	53.869	53.163	728	38.702.535
2	221.184	55.296	54.572	728	39.728.141
3	227.045	56.761	56.018	728	40.780.869
4	233.662	58.416	57.650	728	41.969.387
5	239.238	59.810	59.026	728	42.970.925
6	245.578	61.395	60.590	728	44.109.689
7	252.086	63.022	62.196	728	45.278.629
8	258.766	64.692	63.844	728	46.478.462
9	265.623	66.406	65.536	728	47.710.088
10	272.662	68.166	67.273	728	48.974.403

Fuente: Pregunta # 2 Elaboración: Autora

Mediante la pregunta # 7 propuesta en la encuesta de los demandantes, al preguntarles cuántas unidades de huevo consume su familia semanalmente nos da un número promedio de 14 huevos semanales por familia luego se procedió a multiplicarlo por 52 semanas que tiene el año dando como resultado 728 unidades por familia al año.

De las 53.869 familias el 98,69% si consumen huevos en su familia lo que equivale a 53.163 familias, esta cantidad se la multiplica por el consumo promedio de 728 unidades de consumo familiar, lo que nos da un total de 38.702.535 de demanda potencial.

> Demanda real

Es la cantidad de huevos de incubadora que actualmente se está consumiendo en el mercado de la cuidad de Loja.

Cuadro # 19 DEMANDA REAL

	POBLACION		UNIDADES DE	
	DE LA		CONSUMO	
	DEMANDA	DEMANDA REAL	FAMILIAR	DEMANDA
N°	POTENCIAL	98,94%	(anual)	REAL
0	51.790	51.241	728	37.303.677
1	53.163	52.599	728	38.292.288
2	54.572	53.993	728	39.307.023
3	56.018	55.424	728	40.348.592
4	57.650	57.039	728	41.524.512
5	59.026	58.400	728	42.515.433
6	60.590	59.948	728	43.642.126
7	62.196	61.537	728	44.798.675
8	63.844	63.167	728	45.985.790
9	65.536	64.841	728	47.204.361
10	67.273	66.559	728	48.455.275

Fuente: Encuesta pregunta # 4

Elaboración: Autora

Para la determinación de la demanda real se realiza el siguiente procedimiento matemático de las cuales se tiene la siguiente información:

De las 53.163 familias que si consumen huevos se determinó que el 98,94% consumen huevos de incubadora en un número de 52.599 familias, luego se procede a multiplicar con el promedio anual de consumo de huevos familiar que es 728 huevos y da como resultado que la demanda real es de 38.292.288 huevos anuales.

> Demanda efectiva

La demanda efectiva se consideró de la pregunta #11 realizada a los demandantes, en el cual manifestaron el 97,86% que estarían dispuestos a adquirir el producto propuesto en el proyecto de investigación, dedicada a la producción de huevos de incubadora que a continuación, se presenta el siguiente cuadro.

Cuadro # 20 DEMANDA EFECTIVA

	DEMANDA	DEMANDA EFECTIVA	UNIDADES DE CONSUMO	DEMANDA
N°	REAL	97,86%	FAMILIAR (anual)	EFECTIVA
0	51.241	50.145	728	36.505.378
1	52.599	51.474	728	37.472.833
2	53.993	52.838	728	38.465.853
3	55.424	54.238	728	39.485.132
4	57.039	55.819	728	40.635.887
5	58.400	57.151	728	41.605.603
6	59.948	58.665	728	42.708.185
7	61.537	60.220	728	43.839.983
8	63.167	61.816	728	45.001.694
9	64.841	63.454	728	46.194.187
10	66.559	65.135	728	47.418.332

Fuente: Encuesta pregunta # 11

Elaboración: Autora

Análisis de la oferta

Para conocer la oferta se procedió a entrevistar a los distribuidores de huevos en la cuidad de Loja ya que ellos son los mayores ofertantes de este producto, teniendo como resultado: que para obtener del producto se debe realizar visitas semanales a la cuidad de Ambato, la cual los provea en vista de que la cuidad carecen de planteles avícolas para la producción de huevos.

Dentro de la cuidad de Loja hemos recolectado información de 4 distribuidores, los cuales nos manifestaron mediante la pregunta # 5 realizada en la entrevista cuáles son sus ventas semanales las mismas que se reflejan en la tabla siguiente:

Cuadro # 21 OFERTA

DISTRIBUIDORES	CUBETAS	UNIDADES	UNIDADES AL
	SEMANALES	SEMANALES	AÑO
Distribuidor "Don	2.500	75.000	3.900.000
Lucho''			
Distribuidor	16.000	480.000	24.960.000
"Balcázar"			
Distribuidor	5.000	150.000	7.800.000
"Disval"			
Distribuidor "La	3.000	90.000	4.680.000
Granja''			
TOTAL	26.500	795.000	41.340.000

Fuente: Entrevista pregunta # 5

Elaboración: Autora

Balance oferta demanda

Realizado el estudio de la oferta y demanda permite conocer cuál es la variable que predomina, así también ayuda a conocer la demanda insatisfecha del producto para esto se procede a realizar la diferencia ente la demanda y oferta lo cual obtendremos la demanda insatisfecha.

Cuadro # 22 BALANCE OFERTA DEMANDA

N °	AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	2019	37.472.833	42.435.510	-4.962.677

Fuente: Cuadro #21 y # 23 Elaboración: Autora

Como se puede observar en el cuadro anterior al comparar los datos de la demanda y la oferta vemos que la oferta supera con -4.962.677 unidades a la demanda en este caso no se produce una demanda insatisfecha, por lo contrario, esta el 100% cubierta; es por ello que entraremos a un mercado de competencias mejorando de esta manera las variables de precio y calidad.

Plan comercial

El plan comercial es el medio por el cual es posible llegar a nuestros clientes ofreciendo nuestros productos o servicios, el mismo que se basa en las preferencias y gustos de los consumidores que desean el producto.

Este plan se basa en la combinación de las 4ps como lo son: precio, plaza, producto y promoción.

Estrategias de comercialización

Las estrategias son las acciones que realizan para determinar ciertos objetivos, es decir lanzar un producto nuevo al mercado o incrementar las ventas.

El producto

El producto es el punto central de la investigación, además que este debe poseer características nutricionales para los consumidores a los cuales se intenta llegar y del mismo modo ingresar al mercado.

Esta empresa productora y comercializadora de huevos tiene como objetivo ofrecer un producto de calidad y con precios accesibles al bolsillo del consumidor, de esta manera poder superar a la competencia.

Presentación

Los huevos de incubadora estarán disponibles en el mercado con una presentación de 30 unidades las mismas que serán comercializadas en cubetas de cartón a preferencia del público. El cual ayudara a que el producto se mantenga en buen estado y de estar manera poder evitar pérdidas algunas.





Logotipo de la empresa

Grafico # 17



Slogan

El slogan de la empresa es una frase clave y que llame la atención de los consumidores, lo cual reflejara la ideología de la empresa las mismas que manifiesten credibilidad y seguridad

La empresa "LA CASA DEL HUEVO" ha definido el siguiente slogan

"SIEMPRE FRESCOS Y DE CALIDAD"

Precio

Es el valor monetario que tendrá el producto al momento de ser comercializado en el mercado, para poder determinar el precio en primer lugar se va analizar los costos tanto directos como indirectos que se involucren en la producción de huevos, los mismos que nos

ayuden a tener un margen de utilidad favorable para la empresa, además se tomará en cuenta el precio actual que se encuentra a la venta.

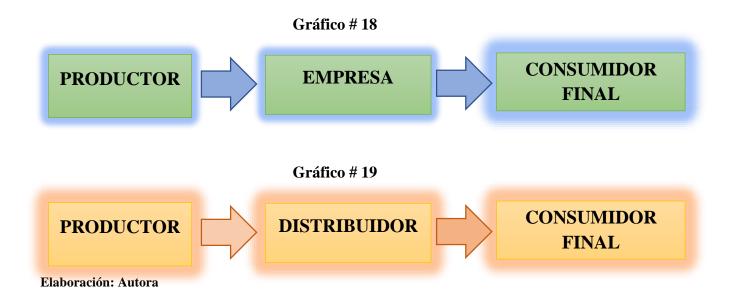
Plaza

La plaza se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso al producto que ofrecemos, es asi que nuestra empresa se dedicara a la distribución dentro de la cuidad de Loja.

Dentro del sistema de comercialización tenemos claro que un mayor número de intermediarios incrementan el precio final del producto al consumidor, es por ello que la empresa colocará el producto en el último punto de la cadena de intermediarios para la facilidad del consumidor.

Canal de comercialización

Los huevos serán comercializados en la empresa y a través de un intermediario para de esta manera poder llegar al consumidor final



Promoción

La promoción tiene como objetivo informar y persuadir al público acerca de los productos que ofrece la empresa de esta manera tener aceptación en el mercado y fidelizando al cliente

Esta empresa al iniciar sus actividades realizará las siguientes promociones, con la finalidad de atraer la atención de los clientes, estas son:

- Para los primeros 10 clientes se les dará un descuento del 15% por cada cubeta.
- Se realizará oferta de docena de 13.
- Se ofrecerá más producto por su compra, es decir más huevos por la compra de
 300 cubetas esto aplica para distribuidores.



Publicidad

Para dar a conocer nuestro producto se va a realizar cuñas radiales en la emisora más sintonizadas dentro de la cuidad de Loja, la cual es la Radio Boquerón según las encuestas aplicadas a los consumidores los cuales supieron manifestar su agrado por dicha radio.

Además se hará uso de las herramientas que brindan el internet como son las redes sociales (Facebook, página de la empresa) que son las más utilizadas, las mismas que proporcionan

información de manera inmediata. La página de la empresa tendrá al tanto a los clientes de los descuentos en línea, los productos que ofrecemos y toda la información que estos requieran.

ESTUDIO TECNICO

Tamaño y localización

Tamaño

Capacidad instalada: Se determinará la capacidad previa a su determinación en la misma que se han realizado cálculos que permitan determinar el rendimiento productivo en un determinado tiempo, es por ello que la maquinaria principal instalada para la operación, la conforman básicamente criadoras, mezcladora, comedores, bebederos y principalmente las gallinas como maquinas productoras, que posteriormente se renueva con gallinas jóvenes una vez concluida su ciclo de producción.

Se comprará 3.000 gallinas cada una pondrá 1 huevos diario las mismas que producen por 365 días, es decir 1 año ; la producción que se obtendrá será de 1.095.000 huevos, teniendo como vida útil de las gallinas 1 año de producción continua a partir de aquí empiezan a bajar la producción, hasta cumplir su ciclo de vida.

Cuadro # 23 CAPACIDAD INSTALADA

N °	CAPACIDAD DE GALLINAS	NUMERO DE HUEVOS AL AÑO POR GALLINA	CAPACIDAD INSTALADA
1	3.000	184	552.000
2	3.000	366	1.098.000
3	3.000	365	1.095.000
4	3.000	365	1.095.000
5	3.000	365	1.095.000
6	3.000	366	1.098.000
7	3.000	365	1.095.000
8	3.000	365	1.095.000
9	3.000	365	1.095.000
10	3.000	366	1.098.000

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

Capacidad Utilizada: La capacidad de producción del proyecto será igual a la capacidad instada de 3.000 gallinas al año en un galpón, estas gallinas pondrán un huevo diario durante 1 año, pero en este caso la producción comenzará a partir del mes de julio del mismo año que entran las gallinas al galpón; debido que estas tardan 6 meses en desarrollarse completamente para la producción

Cuadro # 24 CAPACIDAD UTILIZADA

		NUMERO DE HUEVOS AL AÑO	CAPACIDAD
N°	CAPACIDAD DE GALLINAS	POR GALLINA	INSTALADA
1	3.000	184	552.000
2	3.000	366	1.098.000
3	3.000	365	1.095.000
4	3.000	365	1.095.000
5	3.000	365	1.095.000
6	3.000	366	1.098.000
7	3.000	365	1.095.000
8	3.000	365	1.095.000
9	3.000	365	1.095.000
10	3.000	366	1.098.000

Fuente: Encuesta Elaboración: Autora

3.000 * 184 días = 552.000 huevos anuales

Para determinar la capacidad utilizada se procedió a multiplicar las 3.000 gallinas anuales (capacidad instalada) por los restantes184 días del año debido a que las gallinas comienzan su producción después de 6 meses dando una producción al año de 552.00 huevos anuales para el primer año de vida útil del proyecto.

Plan de producción

Dentro del plan de producción se detalla las actividades que tendrá la nueva unidad productiva desde el mes de enero en el cual se ubicará a las gallinas en el galpón 1, una vez terminada su crianza y desarrollo, es decir a sus 6 meses de vida comenzaran con la producción de huevos en donde se procederá a la venta del producto desde el mes de julio; esta comercialización se la realizara por un año. Es así que, para que exista una producción continua se dotara de nuevas gallinas ponedoras desde el otro año en el galpón 2 y así poder continuar con las actividades de la empresa.

Cuadro # 25 PLAN DE PRODUCCIÓN

LA CASA DEL HUEVO									
"Siempre frescos y de calidad "									
	PLAN DE PRODUCCIÓN								
	Simbologia Resumen :Plan producción para la produccióny							la produccióny	
EYD]	Entrada y	desarrollo de	e las gallinas	5	comerciali	zació	n de huevos en 5	años
VH		Venta de huevos Autorizado por: Gerencia							
MESES	S	ENERO	FEBRERO	MARZO	O ABRIL			MAYO	JUNIO
		EYD	EYD	EYD	EYD		EYD EYD		EYD
PRODUCC	ľÓN					3.000			
MESES		JULIO	AGOSTO	SEPTIEMI	TIEMBRE OCTU		RE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
		VH	VH	VH		VH		VH	VH
VENTA	S	92.000	92.000	92.000		92.000	0	92.000	92.000

Fuente: Tabla # 24 Elaboración: Autora

Localización de la empresa

De acuerdo a la localización del proyecto se define en dos ámbitos: mediante la macro localización y el micro localización con la finalidad de determinar el lugar exacto donde se va a instalar la empresa.

Macrolocalización

La empresa se ubicará en la zona 7 del Ecuador en la provincia de Loja, cantón de su mismo nombre.



Gráfico #20

Fuente: Google Elaboración: La autora

Micro localización

La empresa se ubicará en la cuidad de Loja, parroquia Jimbilla que se encuentra aproximadamente a 26 Km del Cantón Loja, debido a que dentro de una zona urbana de la cuidad no se puede implementar estos tipos de planteles avícolas, los mismos que deben ser ubicados en un lugar abierto y que no contamine, es por ello que se instalado en una zona rural como lo es Jimbilla, sus límites son: al Norte con la parroquia de San Lucas; al

Sur con el Cantón Loja; al Este con la parroquia Imbana; y, al Oeste con la parroquia Santiago.

Gráfico #21



Fuente: Google maps Elaboración: Autora

Factores de localización

Mercado

La nueva unidad productiva estar ubicada en la parroquia Jimbilla del cantón Loja, la misma que se encargara de la producción y venta de huevos a los grandes distribuidores de la cuidad, para que estos hagan llegar de la mejor manera el producto al consumidor final.

Proveedores

La empresa cuenta con un proveedor que se llama LA GRANJA, la cual se especializa en la venta de los semovientes, alimentación y utensilios los mismos que servirán para una buena producción y calidad del producto

Servicios básicos

El lugar en donde se va a implementar el plantel avícola, cuenta con los servicios básicos como lo es: luz, agua, teléfono, internet y alcantarillado.

Infraestructura vial

Las vías para llegar al sitio de producción se encuentran en buen estado lo que facilita la dotación de los implementos necesarios a la empresa.

Mano de obra

Dentro de la zona que se ubicara el proyecto cuenta con personal calificado desocupado los mismos que serán favorecidos con un puesto de trabajo dentro de la empresa, ya que estos cuentan con experiencia y practica en crianza y producción de aves.

Ingeniería de proyectos

Componente Tecnológico

Para la operación de la empresa no se requiere de tecnología de sofisticada, es por ello que se busca tecnología que se adopte a lo que la empresa necesitas entre los cuales están las siguientes herramientas y utensilios:

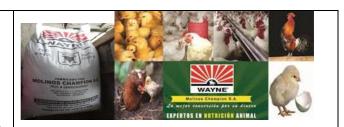
SEMOVIENTES

- Caja de pollos bebe
- Cantidad: 30 cajas las cuales contiene 100 pollos bebé
- Marca del pollo Brioler
- Tipo de pollo: Pollos de postura
- Precio: \$135 dólares por cada caja



ALIMENTACIÓN

- Balanceado Wayne
- Precio es de \$27,45 el inicial y el de postura \$ 32,50
 Cantidad de 300 quintales de balanceado



BEBEDEROS

- Tipo de bebedero manual
- Precio de 3.75 por unidad
- Cantidad 250
- Capacidad 20 pollos bebes



COMEDEROS

- Tipo de comedero tabular
- Cantidad de 300
- Precio por unidad de \$8,50
- Capacidad de 25 pollos



CRIADORA

- Proporciona calor a más de 500 pollos
- Precio de \$ 42 dólares por unidad



CILINDROS INDUSTRIALES

- Marca Lojagas
- Precio de 180 dólares



NIDALES

- Nidales de lámina galvanizada prácticos y resistentes
- Precio de \$ 160 por unidad
- Capacidad de 36 puestos



RESERVORIO

- Cantidad 1
- Marca plastigama
- Precio de \$70,00 dólares
- Capacidad 208 litros de agua



Infraestructura física

Para la implementación y funcionamiento de la empresa se considera las dimensiones totales del terreno, las mismas que son: 45,88 m de ancho y 37,28 m de largo mismas que fueron distribuidos por sectores dentro del plantel avícola como son: área administrativa, galpones, bodegas de almacenamiento y estacionamiento.

Distribución de la planta

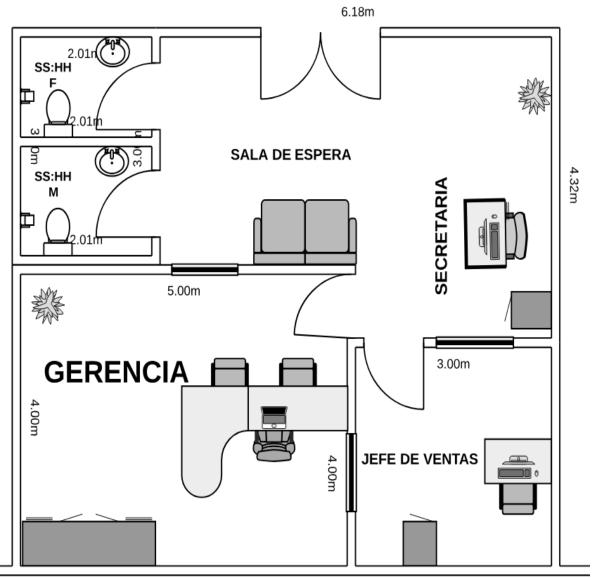
La distribución diseñada de la plata nos permitirá trabajar de manera eficiente y de la misma forma tener un proceso productivo correcto en donde no exista interferencia alguna para realizar las actividades establecidas como se muestra en el grafico siguiente:

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA GRÁFICO # 22



Elaborado: La autora

DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA ADMINISTRATIVA GRÁFICO # 23



Elaborado: La autora

Proceso producción

Para la producción de los huevos de incubadoras realiza el siguiente proceso:

1. La materia prima: principal en este proceso es el pollo bebe de 1 día de nacido que tiene un costo de \$135,00 dólares la caja de 100 pollos bebes de un día de nacidos



2. Crianza: se debe tener en cuenta todo el equipamiento necesario como la: luz adecuada, bebederos y comedores



3. Alimentación: para la crianza de las aves se necesita proveerse de alimento, en este caso se utiliza el balanceado inicial hasta cumplir 4 semanas y hasta las 7 semanas se dará el balanceado, la marca de balanceado con lo que se les alimentará es el wayne ponedora, cada uno tiene el precio de \$32,50 dólares.



4. Control sanitario: mantener una adecuada higiene en las instalaciones es importante para evitar que se presenten enfermedades y la humedad dentro del galpón las mismas que causan grandes pérdidas.



5. Vacunación: se realiza la vacunación para evitar infecciones o enfermedades que afecten el desarrollo de las gallinas.



6. Producción: las gallinas de postura deben llevar una adecuada alimentación, vacunas, proteínas y calcio de esta manera realicen una buena producción, estas gallinas dan al día 1 huevos por un año; después de terminar su ciclo de vida baja la producción dando como resultado entre 2 a 3 huevos a la semana.



7. Recolección: se procederá a la recolección de huevos diariamente tres veces al día con la finalidad de que se no acumule y exista rotura del mismo, estos serán recolectados dentro de una canasta de forme manual.



8. Almacenamiento del producto: los huevos serán llevados a una bodega donde se almacenará y limpiará la producción obtenida para luego ser empacada y distribuida.



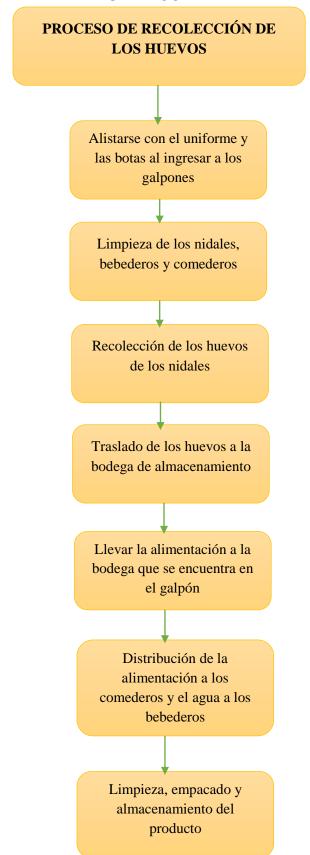
9. Empacado: se ordenará según el número de huevos por cubeta en donde se realizara un empacado de 30 huevos.



 Almacenamiento y distribución: se procederá almacenar el producto y distribución a los diferentes canales de comercialización.



FLUJOGRAMA DE PROCESOS PROCESO DE RECOLECCION DE HUEVOS GRÁFICO # 24



CUADRO # 25 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

LA CASA DEL HUEVO								
"Siempre frescos y de calidad"								
				Resumen :Proceso de recoleccion de				
Operación : P	roducccion	Hoja N°1		huevos que dura 5 horas 4			46 min	
Producto : Hu	evos	Diseñado por :La	autora			Inicio y fin		
Departament	o : Produccion	Fecha: 25/01/201	9			Ope	racion	
Lote N°1						Tran	sporte	
Autorizado po	or:Gerencia						n inspeccion binada	
riaconizació po				SIMBO	DLOGIA			
N°	ACTIV	/IDADES					TIEMPO	
1	Alistarse con el botas al ingresa	•				6 min		
2	Limpieza de los nidales, bebederos y comederos						60 min	
3	Recolección de nidales	los huevos de los		<			90 min	
4	Traslado de los bodega de alma						20 min	
Llevar la alimentación a la bodega 5 que se encuentra en el galpón					•		20 min	
Distribución de la alimentación a los comederos y el agua a los bebederos							90 min	
7	Limpieza, empacado y 7 almacenamiento del producto						60 min	
Elahanada, La	тот	AL					346 min	

Elaborado: La autora

El proceso de recolección de huevos mediante un flujograma de procesos llevara un tiempo de 5 horas con 46 minutos.

Diseño organizacional

La empresa para su funcionamiento cumplirá con todos sus aspectos legales y regulaciones del ordenamiento jurídico nacional.

1. Razón social

La empresa llevara por nombre "LA CASA DEL HUEVO"

2. Organización jurídica

La empresa se constituye como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

Se escoge este tipo de organización por cuanto es la mejor opción para defender su patrimonio personal de las actividades empresariales.

3. Duración

La empresa está proyectada para 10 años

4. Objeto Social

La empresa tiene como objeto la producción de huevos y su comercialización en la cuidad de Loja, posteriormente se comercializará la carne de gallina, siempre y cuando la tecnología lo permita.

5. Domicilio

La empresa se constituye en la parroquia Jimbilla del cantón Loja y por lo tanto se someterá a las leyes vigentes de dicho lugar.

EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Ley No. 2005-27

Registró Oficial 196, 26-I-2006

Lectura de la ley y realizar un resumen de los aspectos más, importantes de la misma, realizando una conclusión sobre las ventajas o desventajas en la realización de actividades económicas bajo la modalidad de empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

Concepto

Según Registro Oficial No. 196 de enero 26 del 2006, expide la Ley de Empresa

Unipersonal de Responsabilidad limita, la misma que es por la cual una persona natural o
jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de
sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil.

Características básicas

- ✓ Es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca
- ✓ Los patrimonios de la una de la otra son patrimonios separados.
- ✓ La persona que la constituya no será responsable de las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo en ciertos casos específicos.

Nacionalidad y domicilio

Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

El domicilio principal de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará en el lugar que se determine en el acto de su constitución y puede diferir del domicilio de su gerente-propietario, así como del lugar de explotación de su negocio.

Objeto

El objeto de la empresa unipersonal limitada es la actividad económica organizada a que se debe dedicar según el acto de su constitución. Tal objeto solo comprenderá una sola actividad.

Actividades prohibidas

Las actividades prohibidas para esta clase de compañías son las siguientes:

- a) Bancarias
- b) De seguros
- c) De capitalización y ahorro
- d) De mutualismo
- e) De cambio de moneda extranjera
- f) De mandato e intermediación financiera
- g) De emisión de tarjetas de crédito de circulación general
- h) De emisión de cheques viajeros
- i) De afianzamientos o garantía de obligaciones ajenas
- j) De captación de dineros de terceros
- k) De ninguna de las actividades a que se refiere las leyes de mercado de valores, general de instituciones del sistema financiero; de seguros; y ni las que se refieran por la ley de otras figuras societarias.

Plazo

Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá constituir por un plazo determinado, el que constará en forma expresa y de manera clara al momento del acto de constitución, pudiendo restringirse o prorrogarse conforme a esta Ley. Vencido el plazo, deberá disolverse y liquidarse.

Capital

El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

El capital deberá fijarse en el acto constitutivo de manera clara y precisa, y en moneda de curso legal, para conformar el capital antedicho sólo podrá aportarse efectivo o numerario. Dicho capital podrá aumentarse o disminuirse de conformidad con esta Ley.

El capital a que se refiere este artículo, es decir el inicial, el aumentado o el disminuido, se llama "capital empresarial" o "capital asignado".

Constitución, aprobación e inscripción

Para la constitución de la empresa, se determinará la asignación mensual que percibirá de la empresa el gerente-propietario por las labores que realizará en la misma. Si fuere casado, la escritura constitutiva será otorgada también a su cónyuge, para efectos de dejar constancia de su consentimiento.

Administración y representación legal

La representación legal de esta empresa está a cargo de la persona natural a quien pertenezca llamado gerente-propietario; por lo que, al constituirse y aunque tuviere formada sociedad conyugal, se reputará respecto de terceros, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa.

Para legitimar la representación, utilizará una Copia Certificada Actualizada de la Escritura Pública y debidamente inscrita, o una Certificación actualizada del respectivo Registrador Mercantil, en la que se acredite la existencia y denominación, domicilio principal, plazo, capital y la identidad del gerente-propietario; la copia o certificado se entenderá certificada, la extendida durante los noventa días.

Contabilidad y resultados

Anualmente y dentro de los noventa días posteriores a la terminación de cada ejercicio económico, se cerrará las cuentas y se preparará el Balance General y demás cuentas, siguiendo las normas señaladas en la Ley de Compañías y en los Reglamentos expedidos por la Superintendencia de Compañías. Conocidos los resultados y de haber utilidades, el gerente resolverá el destino de las mismas, segregando por lo menos el 10% por ciento de ellas al fondo de reserva legal hasta que alcance el 50% por ciento del capital empresarial.

Disolución y liquidación

La empresa puede ser declarada disuelta voluntariamente en cualquier momento que el propietario lo desee para luego proceder con su liquidación; la cual debe constar por escritura pública y someterse al trámite previsto por la ley. La E.U.R.L. se disolverá bajo las siguientes circunstancias:

- a) Incumplimiento del plazo de su duración, auto de quiebra legalmente ejecutoriado, y por traslado de domicilio a país extranjero.
- b) Por conclusión de la actividad para la que se constituyó o la imposibilidad manifestada de cumplir el objeto empresarial.
- c) Por la pérdida total de sus reservas o de más de la mitad del capital asignado, a menos que el propietario hiciere desaparecer esta causal antes de concluido el proceso

6. Estructura empresarial

6.1.Organización jerárquica

Conforme lo determina la administración cuantifica la empresa contara con los siguientes niveles.

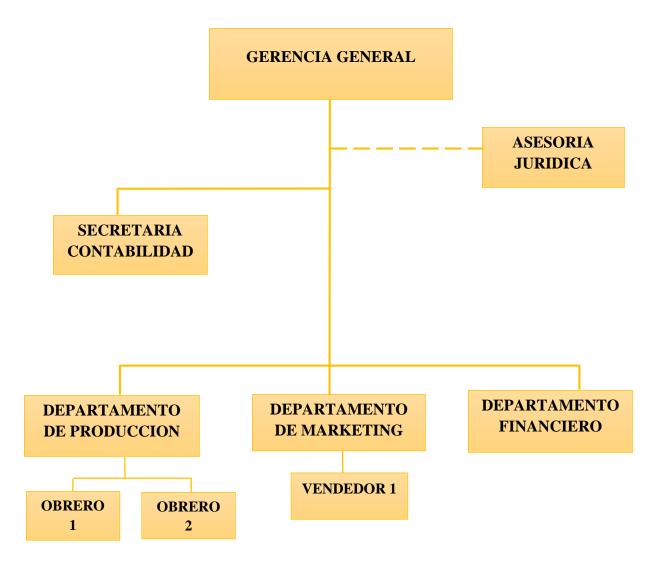
- a) Nivel legislativo directivo: constituido por el propietario de la empresa que es quien determinara la normativa interna de trabajo
- Nivel ejecutivo: constituido por la gerencia general que será ocupado por un profesional en administración.
- Nivel asesor: se contará con un asesor jurídico ocasional cuya remuneración será por servicios profesionales
- d) Nivel de apoyo: constituido por las unidades de apoyo logístico o administrativas para la operación de la empresa.
- e) Nivel operativo: en este nivel se ubican los departamentos de producción, finanzas y mercadotecnia.

En el departamento de producción se contará con dos obreros; para la actividad contable se contará con unas personas que además realice las funciones de secretaria; para la comercialización se contará con un vendedor y por último dos personas para la actividad de mantenimiento de la planta.

Organigramas

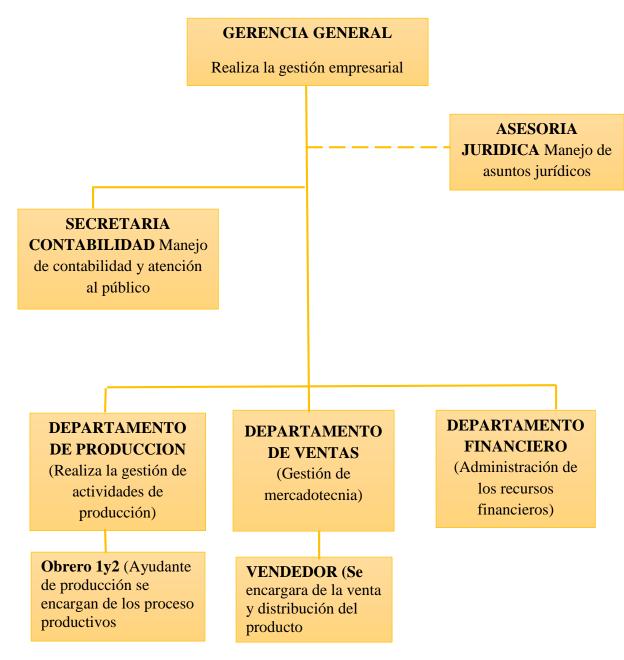
Toda empresa representa su estructura organizativa en al menos tres tipos de organigramas, que muestre su composición, sus funciones y el inventario del personal

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL GRÁFICO # 26



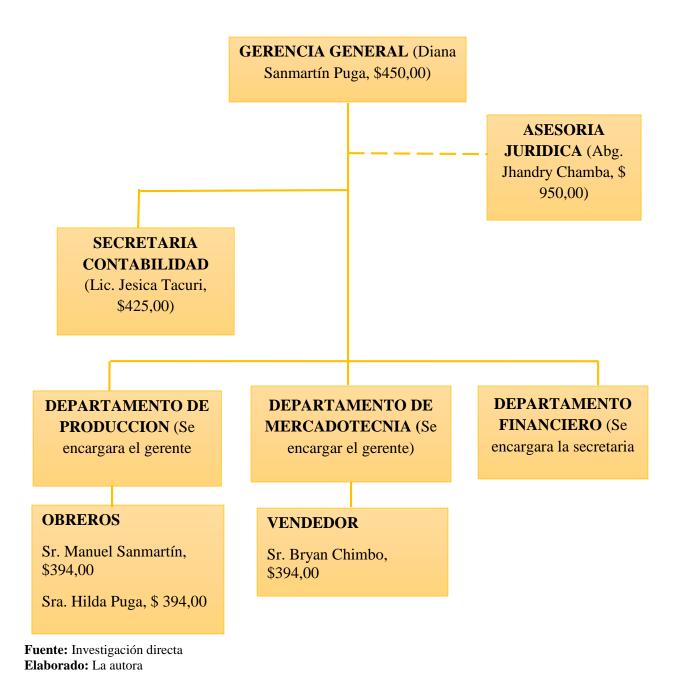
Fuente: Investigación directa Elaborado: La autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL GRÁFICO # 27



Fuente: Investigación directa Elaborado: La autora

ORGANIGRAMA DE POSICIÓN GRÁFICO # 28



Manual de funciones



LAS CASA DEL HUEVO

CODIGO: CH 001

DEPARTAMENTO: Gerencia general

TITULO DEL PUESTO: Gerente

SUPERIOR INMEDIATO: No tiene

Naturaleza del trabajo:

Operativizar la gestión administrativa, cumplir y hacer cumplir las políticas del proceso administrativo (Planificar, organizar, dirigir y organizar)

FUNCIONES:

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder.
- Capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

CARACTERISTICAS DE CLASE

Debe tener autoridad y liderazgo dentro de la empresa y toma de decisiones que coadyuven a alcanzar los objetivos de la organización.

- Poseer un título de Ingeniero comercial
- Excelente calidad humana y buen trato con sus empleados



LA CASA DEL HUEVO

CODIGO: CH 002

DEPARTAMENTO: Departamento jurídico legal

TITULO DEL PUESTO: Asesor jurídico

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

Naturaleza del trabajo:

Garantizar el cumplimiento de la legalidad en las operaciones de nuestro negocio.

FUNCIONES:

- > Defiende los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales.
- Emite informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa.
- Asesora en torno a la gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial.
- Asesora en materia de derecho empresarial.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

Orientar a acciones que desarrollemos en un marco legal adecuado y evitar que tengamos enfrentamientos a contextos negativos.

- > Titulo de abogado
- Dos años de experiencia en cargos laborales
- Excelente calidad humana y buen trato.



LAS CASA DEL HUEVO

CODIGO: CH 003

DEPARTAMENTO: Departamento financiero

TITULO DEL PUESTO: Jefe Financiero / Secretaria

SUPERIORMINMEDIATO: Gerente

Naturaleza del trabajo:

Es la persona encargada de tomar decisiones relevantes en materia de inversión y financiación de la empresa.

FUNCIONES:

- Mantener los registros financieros de la empresa.
- Encargarse de la liquidez de la empresa.
- Llevar el pago de facturas e impuestos a tiempo
- Determinación de costos y presupuestos
- ➤ Atender a las personas que lleguen a la empresa
- Administrar la comunicación entrante y saliente

CARACTERITICA DE CLASE:

Tener amplios conocimientos en contabilidad financiera para que de este modo pueda garantizar la estabilidad económica, la gestión, el control dentro de la organización.

- > Título de contador
- Experiencia como mínimo de conocimientos 1 año
- > Excelente calidad humana y buen trato.
- Desempeñarse con ética laboral



LAS CASA DEL HUEVO

CODIGO: CH 004

DEPARTAMENTO: Departamento de marketing

TITULO DEL PUESTO: Vendedor

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

Naturaleza del trabajo:

Realizar de manera eficaz y eficiente la comercialización y distribución del producto

FUNCIONES:

- > Establecer lazos entre el cliente y la empresa
- > Fidelizar a los clientes
- Encargado de realizar las ventas al mercado local
- Realizar la toma de pedidos
- Mantener informado a los clientes sobre las novedades, precio y condiciones de la empresa

CARACTERISTICA DE CLASE:

Poseer buena comunicación y facilidad de palabra de esta manera lograra altos volúmenes de ventas, generando utilidades y beneficios a la organización.

- Experiencia como mínimo de conocimientos 1 año
- > Buena presencia y excelente expresión oral y escrita



LAS CASA DEL HUEVO

CODIGO: CH 005

DEPARTAMENTO: Departamento Producción

TITULO DEL PUESTO: Obrero

SUPERIOR INMEDIATO: Gerente

Naturaleza del trabajo:

Personal que se encarga de mantener el orden e higiene tanto los galpones como su lugar de trabajo.

FUNCIONES:

- Encargarse de la alimentación y cuidado de las gallinas
- > Recolectar y limpiar los huevos
- Mantener en condiciones higiénicas los galpones
- ➤ Almacenar y empacar en las cubetas los huevos

CARACTERISTICA DE CLASE:

Habilidad para el manejo de instrumentos propios del trabajo para facilitar de la mejor manera el proceso de producción de las aves.

REQUISITOS

- > Tener título de bachiller
- Poseer licencia de conducir tipo C
- > Ser responsable, excelente calidad humana y buen trato

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión y financiamiento

Para la inversión de la empresa se requiere invertir en tres clases de activos los cuales:

Activos fijos

Activos diferidos

Activo circulante o capital de trabajo

ACTIVOS FIJOS

Constituyen los bienes que permita generar valor a la empresa en su fase de operación los cuales se detalla a continuación:

• **Terreno:** Es el área física o extensión de terreno que se necesita para la nueva unidad productiva en donde se construirá la planta, este activo no se deprecia.

Cuadro # 26 TERRENO

Activo	Dimensión	U. medida	Cantidad	Valor M2	Costo total
Terreno	37 x 45	metros 2	1.665,00	2,80	4.662,00
TOTAL					4.662,00

Fuente: Sra. Yolanda Arévalo Dueño del terreno

Elaboración: La autora

El costo total por el terreno asciende a \$ 4.662,00.

• Construcción: Se refiere a la infraestructura con q será construida la nueva unidad productiva, distinguiendo las partes correspondientes a galpones, área administrativas y bodegas de almacenamiento las misma que cuente con todas las facilidades necesarias.

Cuadro # 27 CONSTRUCCIÒN

Construcción								
U. Costo								
Activo	Dimensión	medida	Cantidad	unitario	Costo total			
Galpones	24 x 15	metros 2	2	6.300,00	12.600,00			
Área administrativa	6 x 4	metros 3	1	2.200,00	2.200,00			
Bodegas de almacenamiento	5 x 5	metros 4	2	1.500,00	3.000,00			
TOTAL	17.800,00							

Fuente: Sr. Alejandro Guiracocha albañil

Elaboración: La autora

El costo total por las construcciones asciende a \$ 17.800,00.

• **Herramientas :** Constituyen los elementos complementarios de la maquinaria y equipo en el proceso de producción sus valores se detallan a continuación:

Cuadro # 28 HERRAMIENTAS

Herramientas						
Activo	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total		
Criadoras	Unidad	45	42,00	1.890,00		
Cilindro industrial	Unidad	8	180,00	1.440,00		
Reservorio plastigama	Unidad	4	70,00	280,00		
Bomba fumigadora	Unidad	1	90,00	90,00		
TOTAL	3.700,00					

Fuente: Plastigama y Hnos. Ochoa

Elaboración: La autora

El costo total por las herramientas asciende a \$ 3.700,00.

 Utensilios de producción: Son los utensilios necesarios para llevar a cabo la realización del proceso productivo, de estar manera tener un buen desarrollo de la gallina y obtener un producto de calidad.

Cuadro # 29 UTENSILIOS DE PRODUCCIÓN

Utensilios de producción						
Activo	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total		
Comederos Lineales	Unidad	245	3,50	857,50		
Comederos Tabulares	Unidad	300	8,50	2.550,00		
Bebedero Manual	Unidad	250	3,75	937,50		
Bebedero automático	Unidad	270	17,00	4.590,00		
Palas	Unidad	2	13,00	26,00		
Carretillas	Unidad	2	60,00	120,00		
Baldes recogedores	Unidad	40	2,50	100,00		
Perchas metálicas	Unidad	25	49,11	1.227,75		
TOTAL	10.408,75					

Fuente: La Granja Elaboración: La autora

El costo total por los utensilios de producción asciende a \$ 10.408,75.

• Equipo de cómputo: es aquel que permite facilitar los procesos de los valores administrativos, cada equipo incluye su impresora.

Cuadro # 30 EQUIPO DE CÓMPUTO

Equipo de computo						
Activo U. medida Cantidad Costo unitario Costo total						
Laptop Asus	Unidad	2	420,00	840,00		
Impresora Canon	Unidad	1	120,00	120,00		
TOTAL				960,00		

Fuente: Pulso Pc Elaboración: La autora

El costo total de los equipos de cómputo y la impresora asciende a \$ 960,00.

• Equipo de oficina: Se refiere al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan de manera eficiente.

Cuadro # 31 EQUIPO DE OFICINA

Equipo de oficina						
Activo	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total		
Teléfono fijo	Unidad	1	70,00	70,00		
TOTAL				70,00		

Fuente: Pulso Pc Elaboración: La autora

El costo total del equipo de oficina asciende a \$ 70,00.

• **Vehículo:** se refiere a las unidades móviles que permiten transportar ya sea la materia prima o el producto elaborado.

Cuadro # 32 VEHICULO

Vehículo						
Activo	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total		
Camioneta Chevy	Unidad	1	13.900,00	13.900,00		
TOTAL				13.900,00		

Fuente: Toyota Elaboración: La autora

El costo total del vehículo asciende a \$ 13.900,00

• **Muebles y enseres:** son los elementos indispensables que brindan comodidad en el trabajo dentro del área administrativa como producción.

Cuadro # 33 MUEBLES Y ENSERES

Muebles y enseres						
Activo U. medida Cantidad Costo unitario Costo tota						
Escritorio ejecutivo	Unidad	3	168,35	505,05		
Silla ejecutiva	Unidad	3	84,00	252		
Sillas para sala de espera (SENSA)	Unidad	4	29,40	117,6		
Archivadores	Unidad	1	141,37	141,37		
Nidales	Unidad	75	160,00	12.000,00		
TOTAL						

Fuente: Provemueble Elaboración: La autora

El costo total del vehículo asciende a \$ 13.016,02.

Resumen de activos fijos

Cuadro # 34

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVO	COSTOS
TERRENO	4.662,00
CONSTRUCCION	17.800,00
HERRAMIENTAS	3.700,00
UTENSILIOS DE PRODUCCION	10.408,75
EQUIPO DE COMPUTO	960,00
EQUIPO DE OFICINA	70,00
VEHICULO	13.900,00
MUEBLES Y ENSERES	13.016,02
TOTAL ACTIVOS FIJOS	64.516,77

Fuente: Cuadros # 26 al 33 Elaboración: La autora

El total de activos fijos asciende a \$ 64.516,77.

ACTIVOS DIFERIDOS

Constituyen los valores por inversión en la etapa pre- operativa que son indispensables para el funcionamiento de la empresa

• Patentes de funcionamiento: Es el pago que se hace para obtener la licencia de Funcionamiento, documento que representa la autorización o permiso anual de determinada actividad económica.

Cuadro # 35
PATENTES DE FUNCIONAMIENTO

Patentes de funcionamiento						
Activo U. medida Cantidad Costo unitario Costo total						
Patentes	Unidad	1		60,00	60,00	
TOTAL					60,00	

Fuente: Municipio de Loja Elaboración: La autora

El valor total por este concepto asciende a \$ 60,00

 Permisos de funcionamiento: Son los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente

Cuadro # 36 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Permisos de funcionamiento					
Activo U. medida Cantidad Costo unitario Costo total					
Permiso de funcionamiento	Unidad	1	220,00	220,00	
TOTAL	220,00				

Fuente: Municipio de Loja y ARCSA

Elaboración: La autora

El valor total por este concepto asciende a \$ 220,00

• Estudios Preliminares: Se refiere a los valores a cancelar por los estudios realizados para determinar la factibilidad de la inversión

Cuadro # 37 ESTUDIOS PRELIMINARES

Estudios preliminares					
Activo U. medida Cantidad Costo unitario Costo total					
Estudios preliminares	Unidad	1	1200,00	1.200,00	
TOTAL				1.200,00	

Fuente: Profesionales en administración de empresas

Elaboración: La autora

El valor total por este concepto asciende a \$ 1.220,00

• Gastos de organización: Valores para organizar todos los recursos para la apertura de la empresa en la fase inicial

Cuadro # 38 GASTOS DE ORGANIZACIÓN

Gastos de organización						
Activo U. medida Cantidad Costo unitario Costo total						
Gastos de organización	Unidad	1	400,00	400,00		
TOTAL 400,00						

Fuente: Varios Elaboración: La autora

El valor total por este concepto asciende a \$ 400,00

• **Registro sanitario:** Es el pago de la certificación par que el producto sea apto para el consumo humano y por ellos se puede comercializar libremente

Cuadro # 39 REGISTRO SANITARIO

Registro Sanitario						
Activo U. medida Cantidad Costo unitario Costo total						
Registro Sanitario Unidad 1			1000,00	1.000,00		
TOTAL	1.000,00					

Fuente: Municipio de Loja Elaboración: La autora

El valor total por este concepto asciende a \$ 1.000,00

Resumen de activos diferido

Cuadro # 40 RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS	COSTO
PATENTES DE FUNCIONAMIENTO	60,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	220,00
ESTUDIOS PRELIMINARES	1.200,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	400,00
REGISTRO SANITARIO	1.000,00
TOTAL RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS	2.880,00

Fuente: Cuadros # 35 al 39 Elaboración: La autora

El total de activos diferidos asciende a \$ 2.880,00.

CAPITAL DE TRABAJO

Tomando en cuenta que es un producto de consumo masivo cuya venta es inmediata se estima determinar el capital de trabajo para un mes, este activo no es otra cosa que el efectivo para cubrir todas las obligaciones económicas.

• **Semovientes:** Los semovientes (pollos, vacas, caballo, peces) son por lo general inventario, puesto que se crían para ser comercializados.

Cuadro # 41 SEMOVIENTES (GALLINAS PONEDORAS)

Semovientes						
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total		
Pollas ponedoras bebe negras	Caja (100 pollos)	3.000	1,35	4.050,00		
Costo total				4.050,00		
TOTAL				4.050,00		

Fuente: La Granja Elaboración: La autora

El costo total en cuanto a semovientes es de 4.050,00

 Materia prima directa: Son aquellos insumos que interviene de forma directa con las gallinas de postura, para la producción de huevos.

Cuadro # 42 MATERIA PRIMA DIRECTA

Materia prima directa							
Producto U. medida Cantidad Costo unitario Costo total							
Balanceado inicial Wayne	quintal	150	27,45	4.117,50			
Balanceado Wayne ponedora	quintal	150	32,5	4.875,00			
Vitalizador avícola	500 gr	3	19,5	58,50			
Vacuna new vac	1000 ds	3	6,9	20,70			
Oxitetraciclina	100 gr	9	2,50	22,50			
Vacuna new brong 1000 ds 3 9,50							
Costo total	9.122,70						
Capital de trabajo				760,23			

Fuente: La Granja Elaboración: La autora El costo anual en cuanto a materia prima directa es de 9.122,70

El capital de trabajo requerido para la producción de huevos de incubadora es de \$ 760,23

• **Indumentaria:** Es el conjunto de prendas fabricadas con diversos materiales y usadas para vestirse en el trabajo o, protegerse del clima.

Cuadro # 43 INDUMENTARIA

Indumentaria						
Producto	Costo total					
Vestimenta	Unidad	6	9,5	57,00		
Pares de botas	Unidad	6	6,25	37,50		
Pares de guantes	Docena	24	1,5	36,00		
Mascarilla	3,60					
Costo total	134,10					
Capital de trabajo				11,18		

Fuente: Mercado local (Mayorista)

Elaboración: La autora

El costo anual en cuanto a indumentaria es de \$134.10 y el capital de trabajo es de \$11,18 mensuales

 Materiales indirectos: son aquellos necesarios y que son utilizados en la elaboración de un producto, pero no son fácilmente identificables o que no amerita llevar un control sobre ellos y son incluidos como parte de los costos indirectos de fabricación como materiales indirectos.

Cuadro # 44 MATERIALES INDIRECTOS

Materiales Indirectos					
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario		Costo total
Cubetas	Unidad	33.124		0,06	1.987,44
Aserrín	Saco	120		1,5	180,00
Costo total					2.167,44
Capital de trabaj	0				180,62

Fuente: Mas formas Elaboración: La autora El coste mensual por este concepto asciende a \$180,62 lo que representa un costo anual de \$2.167,44

• Material de combustión:

Cuadro # 45
MATERIAL DE COMBUSTION

Material de combustión					
Producto U. medida Cantidad Costo unitario Costo total					
Gas	Cilindro	3		15	45,00
Costo total					45,00
Capital de trabajo					45,00

Fuente: Lojagas Elaboración: La autora

El coste anual por este concepto asciende a \$45,00

• Mano de obra directa: constituye el valor a pagar a los obreros quienes han decidido que sea mensual lo correspondiente a su remuneración adicional, los décimos, los valores se detallan en el cuadro siguiente:

Cuadro # 46 MANO DE OBRA DIRECTA

Mano de obra directa					
Rubro	Valor mensual	Valor anual			
Remuneración básica	394,00	4.728,00			
Décimo cuarto	32,83	394,00			
Décimo tercero	32,83	394,00			
Aporte IEES Patronato 11,15%	43,93	527,17			
SECAP 0,5	1,97	23,64			
IECE 0,5	1,97	23,64			
Costo total	507,54	6.090,45			
Capital de trabajo		1.015,08			
Costo Total		12.180,90			

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaboración: La autora

La nueva unidad productiva va a trabajar con dos obreros, el costo mensual de mano de obra de los dos trabajadores asciende a \$1.015,08 y el costo anual por este concepto asciende a \$12.180,90

• Energía eléctrica: En cuanto a la energía eléctrica se la va a utilizar en el proceso de producción donde están ubicadas las gallinas, de esta manera poder mantenerlas bien iluminadas, caliente y protegidas.

Cuadro # 47 ENERGIA ELECTRICA

Energía eléctrica						
Producto U. medida Cantidad Costo unitario Costo mensual Costo anua						
Energía eléctrica KW/h 220 0,247 54,34						
Costo total 652,0						
Capital de trabajo					54,34	

Fuente: EERSA Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$54,34 lo que representa un costo anual de \$652,08

• **Agua potable:** es un elemento básico para la crianza de las gallinas de postura la cual servirá para hidratar y limpiar el espacio donde se encuentren ubicadas.

Cuadro # 48 AGUA POTABLE

Agua potable					
Producto U. medida Cantidad Costo unitario Costo mensual C					
Agua Potable	172,8				
Costo total					
Capital de trabajo					14,40

Fuente: UMAPAL Elaboración: La autora El coste mensual por este concepto asciende a \$14,40 lo que representa un costo anual de \$172,80

El valor que se requiere para cubrir el costo de producción en un mes es de \$ 6.130,84.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, en las cuales tenemos:

• **Remuneraciones:** Son los valores apagar al personal del área administrativa de la empresa, sus valores se detallan a continuación:

Cuadro # 49 REMUNERACIONES

Remuneraciones					
Rubro	Gerente	Secretaria contadora	Asesor jurídico		
Remuneración básica	450,00	425,00			
Décimo cuarto	32,83	32,83			
Décimo tercero	37,50	35,42			
Aporte IEES Patronato 11,15%	50,18	47,39			
SECAP 0,5	2,25	2,13			
IECE 0,5	2,25	2,13			
Costo total mensual	575,01	544,89	950,00		
Costo anual	6.900,10	6.538,65	950,00		
Total anual			14.388,75		
Capital de trabajo			1.199,06		

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaboración: La autora

El valor que se requiere para cubrir las remuneraciones asciende a \$ 1.199,06.al mes, lo que nos da un valor de \$14.388,75 al año en remuneraciones para pagar al gerente, secretaria contadora, sumado el valor de los \$950,00 que se le pagara al asesor jurídico.

• Energía eléctrica y Agua potable: dentro del área administrativa el costo en cuanto a estos servicios básicos será de bajo valor debido a que no se requiere más de lo que se detalla a continuación:

Cuadro # 50 ENERGIA ELECTRICA

Energía eléctrica							
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual		
Energía							
eléctrica	KW/h	40	0,247	9,88	118,56		
Costo total	118,56						
Capital de trabajo					9,88		

Fuente: EERSA Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$9,88 lo que representa un costo anual de

\$118,56

Cuadro # 51 AGUA POTABLE

Agua potable							
Costo							
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	mensual	(Costo anual	
Agua Potable	m3	7	0,48	3,:	36	40,32	
Costo total						40,32	
Capital de trabajo						3,36	

Fuente: UMAPAL Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$3,36 lo que representa un costo anual de

\$40,32

• Servicio de internet: nos permitirá trabajar con las diferentes páginas web.

Cuadro # 52 SERVICIO DE INTERNET

Servicio de internet						
Costo						
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	mensual	Costo anual	
Servicio de internet		1	20,05	20,05	240,6	
Costo total	240,6					
Capital de trabajo	20,05					

Fuente: NETPLUS Elaboración: La autora El coste mensual por este concepto asciende a \$20,05 lo que representa un costo anual de \$240,60

• Servicio telefónico: es un servicio de comunicación para contactarse con los proveedores externos

Cuadro # 53 SERVICIO TELEFONICO

Servicio telefónico							
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual		
Servicio telefónico	Minutos	228	0,07	15,96	191,52		
Costo total					191,52		
Capital de trabajo					15,96		

Fuente: CNT

Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$15,96 lo que representa un costo anual de \$191,52

• Material de oficina: para el cumplimiento de las labores administrativas debemos dotar de los materiales necesarios, el valor por este concepto se detalla en el cuadro siguiente.

Cuadro # 54 MATERIAL DE OFICINA

Material de oficina							
	U.			Costo			
Producto	medida	Cantidad	Costo unitario	mensual	Costo anual		
Papel A4	Resma	2	3	6	72		
Tinta	Litro	2	4,5	9	108		
Grapadora repesco	Unidad	2	1,96	3,92	47,04		
Perforadora	Unidad	2	3,55	7,1	85,2		
Esferográficos	Docena	1	3,16	3,16	37,92		
Grapas Alex	Unidad	3	0,65	1,95	23,4		
Costo total	373,56						
Capital de trabajo	31,13						

Fuente: Gráfica Santiago Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$31,13 lo que representa un costo anual de \$373,56

• Suministros de limpieza: para que las oficinas y la planta de producción se encuentre siempre en condiciones higiénicas debe dotar a las personas de ciertos elementos cuyo valor se detallan a continuación.

Cuadro # 55 SUMINISTRO DE LIMPIEZA

Suministros de limpieza							
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual		
Recogedor	Unidad	1	1,43	1,43	17,16		
Trapeador	Unidad	1	2,48	2,48	29,76		
	Paca de 4						
Papel higiénico	uní	1	9,59	9,59	115,08		
Toallas de tela	Unidad	1	1,1	1,1	13,2		
Balde trapeador	Unidad	1	8,03	8,03	96,36		
Escobas scotbrite	Unidad	1	4,11	4,11	49,32		
Tips	Galón	1	5,92	5,92	71,04		
Costo total	391,92						
Capital de trabajo			·		32,66		

Fuente: Mercamax Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$32,66 lo que representa un costo anual de

\$391,92

Resumen gastos administrativos

Cuadro # 56 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Remuneraciones	1.199,06	14.388,75
Energía eléctrica	9,88	118,56
Agua potable	3,36	40,32
Servicio de internet	20,05	240,6
Servicio telefónico	15,96	191,52
Material de oficina	31,13	373,56
Suministros de limpieza	32,66	391,92
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.312,10	15.745,23

Fuente: Cuadros # 49 al 55 Elaboración: La autora

GASTOS DE VENTA

Son los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto.

• **Remuneración:** en la fase inicial se contará con un vendedor el mismo que cubrirá un determinado meta de ventas y su remuneración será de 394,00 dólares más los beneficios de ley, se detalla a continuación:

Cuadro # 57 REMUNERACIÒN

Remuneración					
Rubro	Valor mensual				
Remuneración básica	394,00				
Décimo cuarto	32,83				
Décimo tercero	32,83				
Aporte IEES Patronato 11,15%	43,93				
SECAP 0,5	1,97				
IECE 0,5	1,97				
Costo total mensual	507,54				
Capital de trabajo	6090,45				

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$507,54 lo que representa un costo anual de \$6.090,45

• Matricula: para que el vehículo se movilice sin impedimento alguno hay q cancelar el valor de la misma una vez al año, estos valores se detallan a continuación:

Cuadro # 58 MATRICULA

Matricula							
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario		Costo total		
Matricula	Unidad		1	225	225,00		
Costo total	225,00						
Capital de tra	Capital de trabajo						

Fuente: ANT

Elaboración: La autora

El coste anual por este concepto asciende a \$225,00

• Mantenimiento del vehículo:

Cuadro # 59 MANTENIMIENTO DE VEHICULO

Mantenimiento de vehículo							
Producto	ucto U. medida Cantidad Costo unitario Costo mensual						
Mantenimiento							
de vehículo	Unidad	1	25,5	25,50	306,00		
Costo total	306,00						
Capital de trabajo					25,50		

Fuente: Zona limpia Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$25,50 lo que representa un costo anual de \$306,00

• Combustibles y lubricantes: Es una cuenta de gastos que registran los ingresos por movimientos del vehículo, por medio de la gasolina, aceite, entre otras

Cuadro # 60 COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

	Lubricantes y combustibles							
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual			
Gasolina	Galón	12	1,85	22,2	266,4			
Aceite	Galón	1	18	18	216			
Costo tota	al			482,4				
Capital de	e trabajo			40,2				

Fuente: Zona limpia Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$40,20 lo que representa un costo anual de \$482,40

• **Publicidad:** para que el mercado tenga el pleno conocimiento de la empresa y sus productos se determina realizar una publicidad a través de radio y página de Facebook; el contenido de la publicidad será renovado cada mes.

Cuadro # 61 PUBLICIDAD

Publicidad							
Producto	U. medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo anual		
Cuña Radial	Unidad	16	3,25	52,00	624,00		
Facebook	Avisos	1	20,00	20,00	240,00		
Costo total			864,00				
Capital de trabajo					72,00		

Fuente: Radio boquerón y Facebook

Elaboración: La autora

El coste mensual por este concepto asciende a \$72,00 lo que representa un costo anual de \$864,00

Resumen gastos de venta

Cuadro # 62 RESUMEN GASTOS DE VENTA

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Remuneración	507,54	6.090,45
Matricula	225,00	225,00
Mantenimiento de vehículo	25,50	306,00
Lubricantes y combustibles	40,20	482,4
Publicidad	72,00	864,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	870,24	7.967,85

Fuente: Cuadros # 57 al 61 Elaboración: La autora

Resumen capital de trabajo

Cuadro # 63 RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

COSTO DE PRODUCCION	
Semovientes	4.050,00
Materia prima directa	760,23
Indumentaria	11,18
Materiales indirectos	180,62
Material de combustión	45,00
Mano de obra directa	1.015,08
Energía eléctrica	54,34
Agua potable	14,40
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	6.130,84
COSTO DE OPERACIÒN	
Gastos administrativos	
Remuneraciones	1.199,06
Energía eléctrica	9,88
Agua potable	3,36
Servicio de internet	20,05
Servicio telefónico	15,96
Material de oficina	31,13
Suministros de limpieza	32,66
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.312,10
Gastos de ventas	
Remuneración	507,54
Matricula	225,00
Mantenimiento de vehículo	25,50
Lubricantes y combustibles	40,20
Publicidad	72,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	870,24
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	8.313,18

Fuente: Cuadros # 41 al 63 Elaboración: La autora

Resumen de inversión

Cuadro # 64 RESUMEN DE INVERSIÒN

RUBRO	VALOR
ACTIVOS FIJOS	64.516,77
ACTIVOS DIFERIDOS	2.880,00
CAPITAL DE TRABAJO	8.313,18
INVERSIÓN TOTAL	75.709,95

Fuente: Cuadros # 34,40 y 63 Elaboración: La autora

Financiamiento

Las operaciones de la empresa se financiarán mediante dos fuentes que son internos y externos, el financiamiento externo se lo hará mediante un crédito a través del banco BANECUADOR con una tasa de interés del 9,76 % con abonos semestrales y con un plazo de 5 años, el monto a financiar es de \$35.000,00. El capital propio es de \$40.709,95 que será aportado por el inversionista.

La inversión se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro # 65 FINANCIAMIENTO

	, _ , ,	
FUENTE	MONTO	PORCENTAJE
Interna	40.709,95	53,77%
Externa	35.000,00	46,23%
TOTAL	75,709,95	100%

Fuente: BANECUADOR Elaboración: La autora

Análisis de costos

Una vez determinado el costo de la inversión y las fuentes de financiamiento se debe determinar los costos en los que incurre la empresa en la etapa de operación, estos costos son: el costo total de producción y el costo unitario de producción.

COSTO DE PRODUCCIÓN

Para determinar este costo se toma como referencia los valores anuales con el capital de trabajo a los cuales se adiciona lo relacionado con las depreciaciones y amortizaciones.

- **Semovientes:** el valor anual por las 3.000 gallinas de postura es de \$4.050,00
- ➤ Materia prima directa: el valor anual para la alimentación y seguridad de las aves asciende a \$9.122,70
- ➤ Indumentaria personal: el valor anual por el pago por este concepto esde \$134,10
- ➤ Materiales indirectos: el valor anual por este concepto asciende a \$2.167,44
- ➤ Material de combustión: el valor anual por este concepto asciende a \$45,00
- ➤ Mano de obra directa: Compuesta por dos obreros su valor anual asciende a \$ 12.180,90
- Energía eléctrica: el valor anual por este concepto asciende a \$652,08
- Agua potable: el valor anual por este concepto asciende a \$172,80

DEPRECIACIONES:

Depreciación de herramientas: la carga anual por depreciación de herramientas es de 10% anual, según lo establecido en el sistema de rentas internas en la ley de régimen tributaria en el cual se tiene:

Cuadro # 66 DEPRECIACION DE HERRAMIENTAS

	Herramientas					
	% de		Valor del	Depreciación	Valor	
Activo	depreciación	Vida útil	activo	del activo	residual	
Herramientas	10	10	3.700,00	370,00		0

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

La depreciación anual de herramientas es de \$ 370,00

Depreciación de utensilios de producción: este activo tiene el mismo tratamiento que las herramientas lo cual se demuestra en el cuadro siguiente:

Cuadro # 67
DEPRECIACION DE UTENSILIOS DE PRODUCCION

Utensilios de producción					
	% de		Valor del	Depreciación	Valor
Activo	depreciación	Vida útil	activo	del activo	residual
Utensilios de					
producción	10	10	10.408,75	1.040,88	0

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

La depreciación anual de utensilios de producción es de \$ 1.040,88

Depreciación de planta: de acuerdo al SRI este activo de deprecia 5 % anual por lo tanto se tiene:

Cuadro # 68 DEPRECIACION DE PLANTA

	Construcciones				
% de Valor del Depreciación Valor					Valor
Activo	depreciación	Vida útil	activo	del activo	residual
Construcciones	5	20	17.800,00	890,00	8.900,00

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

La depreciación anual de la planta es de \$ 890,00, debido a que este activo es mayor al horizonte del proyecto existe un valor residual al cabo del décimo año.

Resumen

Cuadro # 69
RESUMEN DE COSTO DE PRODUCCION

RESUMEN DEL COSTO DE PRODUCCION				
RUBRO	VALOR ANUAL			
Semovientes	4.050,00			
Materia prima directa	9.122,70			
Indumentaria	134,10			
Materiales indirectos	2.167,44			
Material de combustión	45,00			
Mano de obra directa	12.180,90			
Energía eléctrica	652,08			
Agua potable	172,80			
Depre de herramientas	370,00			
Depre de utensilios de producción	1.040,88			
Depre de planta 890				
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	30.825,90			

Fuente: Cuadro # 41 al 48 y 66 al 68

Elaboración: La autora

COSTO DE OPERACIÓN

Se utiliza el procediendo utilizado en el costo de producción, es decir se toma como referencia los cálculos del capital de trabajo, depreciaciones, gastos financieros y otros gastos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

- ➤ Remuneraciones Este rubro considera el pago de gerente, secretaria contadora, asesor jurídico y auxiliar de servicios el valor asciende a \$14.388,75
- Energía eléctrica: el valor anual por este concepto asciende a \$118,56
- ➤ Agua potable: el valor anual por este concepto asciende a \$40,32
- ➤ **Servicio de Internet:** el valor anual por este concepto es de \$240,60
- ➤ **Servicio telefónico:** el valor anual por este concepto es de \$191,52
- ➤ Material de oficina: el valor anual por este concepto asciende a \$373,56

> Suministro de limpieza: el valor anual por este concepto asciende a \$391,92

DEPRECIACIONES:

Depreciación de equipo de cómputo: puesto que este activo tiene una vida útil inferior al horizonte del proyecto al final de la vida útil debe realizarse una reinversión en los mismos.

Cuadro # 70 DEPRECIACION DE EOUIPO DE CÓMPUTO

	% de		Valor del	Depreciación	Valor
Activo	depreciación	Vida útil	activo	del activo	residual
Equipo de					
cómputo 1	33,33	3	960,00	320,00	0
Equipo de					
cómputo 2	33,33	3	1.100,00	366,67	0
Equipo de					
cómputo 3	33,33	3	1.150,00	383,33	0
Equipo de					
cómputo 4	33,33	3	1.200,00	400,00	800

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

Con los cálculos realizados se tiene que la depreciación anual a los tres primeros años es de \$320,00 puesto que el activo tiene un costo de \$960,00 , al invertir al año en este activo tiene un costo de \$1.100 por lo tanto su depreciación anual en este caso es de \$366,67 , así mismo realizamos nuevamente reinversión del activo a un costo de \$1.150 con una depreciación anual de \$383,33 y para finalizar se adquiere un nuevo equipo en \$1.200 con una depreciación de \$400,00, provocando que quede un valor residual correspondiente a dos años .

Depreciación de muebles y enseres: la carga anual por depreciaciones de este activo es de 10% puesto que la vida útil del activo es igual al horizonte del proyecto, no existe valor residual.

Cuadro # 71 DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES

	Muebles y enseres					
% de Valor del Depreciación Valor					Valor	
Activo	depreciación	Vida útil	activo	del activo	residual	
Muebles y enseres	10 10 13.900,00 1.390,00 0					

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

La depreciación anual de muebles y enseres es de \$ 1.390,00

Depreciación de equipo de oficina: la depreciación anual de este activo es del 10% y se produce la misma situación del caso anterior.

Cuadro # 72 DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA

Equipo de oficina						
	% de		Valor del	Depreciación	Valor	
Activo	depreciación	Vida útil	activo	del activo	residual	
Equipo de oficina	10	10	70,00	7,00		0

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

La depreciación anual de equipos de oficina es de \$7,00

Resumen

Cuadro # 73
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVO

RUBRO	VALOR ANUAL
Remuneraciones	14.388,75
Energía eléctrica	118,56
Agua potable	40,32
Servicio de internet	240,60
Servicio telefónico	191,52
Material de oficina	373,56
Suministros de limpieza	391,92
Depre de equipo de computo	320,00
Depre de muebles y enseres	1.390,00
Depre de equipo de oficina	7,00
TOTAL GASTOS ADMINISTATIVOS	17.462,23

Fuente: Cuadro # 56,70 al 72 Elaboración: La autora

GASTOS DE VENTA

Para el cálculo de su valor correspondiente se incluye lo correspondiente a depreciaciones:

- ➤ Remuneraciones Este rubro considera el pago a un vendedor, el valor asciende a \$6.090,45
- ➤ Matricula: el valor anual por este concepto asciende a \$225,00
- ➤ Mantenimiento de vehículo: el valor anual por este concepto asciende a \$306,00
- Lubricantes y combustibles: el valor anual por este concepto asciende a \$482,40
- ➤ **Publicidad:** el valor anual por este concepto asciende a \$864,00

DEPRECIACIONES:

Depreciación de vehículo: puesto que este activo tiene una vida útil inferior al horizonte del proyecto al final de la vida útil debe realizarse una reinversión en los mismos.

Cuadro # 74
DEPRECIACION DE VEHICULO

Vehículo												
	% de Valor del Depreciación Valor											
Activo	depreciación	Vida útil	activo	del activo	residual							
Vehículo 1	20	5	13.900,00	2.780,00		0						
Vehículo 2	20	5	14.100,00	2.820,00		0						

Fuente: SRI

Elaboración: La autora

Con los cálculos realizados se tiene que la depreciación anual a los cinco primeros años es de \$ 2.780,00 puesto que el activo tiene un costo de \$13.900,00 al invertir al año en este activo tiene un costo de \$ 14.100,00 por lo tanto su depreciación anual en este caso es de \$ 2.820,00 provocando que no quede un valor residual.

Resumen

Cuadro # 75 RESUMEN DE GASTOS DE VENTA

RUBRO	VALOR ANUAL
REMUNERACIÓN	6.090,45
MATRICULA	225,00
MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO	306,00
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	482,40
PUBLICIDAD	864,00
DEPRE DE VEHÍCULO	2.780,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	10.747,85

Fuente: Cuadro # 62 y 74 Elaboración: La autora

GASTOS FINANCIEROS

Se originan por el manejo del dinero propio y el uso del dinero ajeno, las cuentas básicas son los intereses y las condiciones bancarias, en este caso para obtener un crédito se debe calcular un pago anual de los interesé bajo las condiciones que se adquirió el crédito.

MONTO = 35.000

TASA = 9.76%

PLAZO = 5 ANOS

AMORTIZACION = Semestral

Cuadro # 76
INTERES SOBRE CREDITO

Año	Semestre	Saldo inicial	Amortización semestral	Amortización anual	Interés semestral	Interés anual	Saldo final
	1	35.000,00	3.500,00		1.708,00		31.500,00
1	2	31.500,00	3.500,00	7.000,00	1.537,20	3.245,20	28.000,00
	1	28.000,00	3.500,00		1.366,40		24.500,00
2	2	24.500,00	3.500,00	7.000,00	1.195,60	2.562,00	21.000,00
	1	21.000,00	3.500,00		1.024,80		17.500,00
3	2	17.500,00	3.500,00	7.000,00	854,00	1.878,80	14.000,00
	1	14.000,00	3.500,00		683,20		10.500,00
4	2	10.500,00	3.500,00	7.000,00	512,40	1.195,60	7.000,00
	1	7.000,00	3.500,00		341,60		3.500,00
5	2	3.500,00	3.500,00	7.000,00	170,80	512,40	0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La autora

Los valores que se encuentran en la columna de interés anual en la tabla de amortización correspondiente a los gastos financieros para los diferentes años, en este caso para el primer año son de \$ 3.245,20.

OTROS GASTOS

Se incluye los valores correspondientes a las amortizaciones

- ➤ Amortización del crédito: al tener un crédito de \$35.000 pagaderos a 5 años con las amortizaciones semestrales, se obtiene que el pago semestral es de \$3.500 y anual de \$7.000 este dato se encuentra en la columna de amortización anual en la tabla de amortizaciones.
- Amortización del activo diferido: el monto total del activo diferido asciende a \$ 2.800 puesto que la ley establece su recuperación entre 5 y 10 años, en este caso se estima recuperar en 5 años por lo tanto se tiene 2.800/5 = 576,00 que representa el valor anual que va dentro de la amortización de activo diferido.

Resumen

Cuadro # 77 RESUMEN DE OTROS GASTOS

RUBRO	VALOR ANUAL
Amortización del crédito	576,00
Amortización del activo diferido	7.000,00
TOTAL OTROS GASTOS	7.576,00

Fuente: Cuadro # 53 Elaboración: La autora

Resumen

Cuadro # 78 RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN

RESUMEN GASTOS DE OPER	RACIÓN
RUBRO	VALOR ANUAL
Gastos administrativos	17.462,23
Gastos de venta	10.747,85
Gastos financieros	3.245,20
Otros gastos	7.576,00
TOTAL	39.031,28

Fuente: Cuadro # 73 ,75,76 y 77

Elaboración: La autora

Clasificadas las cuentas se calcula el costo total de producción en base a la formula

siguiente:

♣ CTP = COSTO DE PRODUCCION+COSTO DE OPERACIÓN

CTP= 30.825,90 + 39.031,28

CTP= 69.857,18

El costo total de producción para el primer año es de \$69.857,18

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Para poder asignar el precio de venta es indispensable conocer el costo unitario x el costo de cada unidad del producto, para ello se debe dividir el costo total de producción para el número de unidades producidas, con ello se tiene lo siguiente:

4 CUP=COSTO TOTAL DE PRODUCCION /UNIDADES PRODUCIDAS

CUP=69.857,18 / 541.015

 \blacksquare CUP = 0,13 Precio unitario

El costo por cada unidad de huevo es de 0.13 ctvs de dólar

Determinación de ingresos

Los ingresos provienen básicamente de la venta del producto principal, al final del periodo se concluye lo correspondiente a valores residuales, para fijar el precio de venta no existe regulación alguna que determine el margen de utilidad a obtener, esa es una relación de mercado que debe manejar el productor; en nuestro caso aplicaremos un incremento aproximado del 25%.

Para determinar el precio de venta aplicaremos la siguiente formula:

♣ PVP = COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN+ MARGEN DE

UTILIDAD

PVP =0,13 + 25%

+ **PVP** = 0,13 +0.03

♣ PVP = 0.16

El ingreso por venta se mantiene al multiplicar las unidades vendidas por el precio de venta al público.

↓ INGRESO POR VENTAS = UNIDADES VENDIDAS * PVP

↓ INGRESO POR VENTAS = 541.015 * 0.16

↓ INGRESO POR VENTAS = 87.321,48

Presupuesto proyectado

Dado que el proyecto tiene un horizonte de 10 años, es necesario se proyecte los ingresos y egresos para ese periodo tomando como referencia la tasa de inflación , pero sin embargo esta tasa es irreal puesto que no refleja la situación verdadera del país para la proyección se tomara en consideración un incremento del 5 % en los costos ya que tiende a subir o bajar

debido que los precios no son estables; con ello se tienen los insumos básicos para elaborar las herramientas de evaluación financiera.

Cuadro # 79 PRESUPUESTO PROYECTADA

PRESUPUESTO PROYECTADO										
Rubro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Semovientes	4.050,00	4.252,50	4.465,13	4.688,38	4.922,80	5.168,94	5.427,39	5.698,76	5.983,69	6.282,88
Materia prima directa	9.122,70	9.578,84	10.057,78	10.560,67	11.088,70	11.643,13	12.225,29	12.836,56	13.478,38	14.152,30
Indumentaria	134,10	140,81	147,85	155,24	163,00	171,15	179,71	188,69	198,13	208,03
Materiales indirectos	2.167,44	2.275,81	2.389,60	2.509,08	2.634,54	2.766,26	2.904,58	3.049,81	3.202,30	3.362,41
Material de combustión	45,00	47,25	49,61	52,09	54,70	57,43	60,30	63,32	66,49	69,81
Mano de obra directa	12.180,90	12.789,95	13.429,45	14.100,92	14.805,96	15.546,26	16.323,58	17.139,76	17.996,74	18.896,58
Energía eléctrica	652,08	684,68	718,92	754,86	792,61	832,24	873,85	917,54	963,42	1.011,59
Agua potable	172,80	181,44	190,51	200,04	210,04	220,54	231,57	243,15	255,30	268,07
Depre de herramientas	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00
Depre de uten de producción	1.040,88	1.040,88	1.040,88	1.040,88	1.040,88	1.040,88	1.040,88	1.040,88	1.040,88	1.040,88
Depre de planta	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00
TOTAL COSTO DE										
PRODUCCIÓN	30.825,90	32.252,16			36.973,22		40.527,14	42.438,45	44.445,33	46.552,55
			C)PERACIÒ!	N				
	1			Gastos Adm	ninistrativos					
Remuneraciones	14.388,75	15.108,19	15.863,60	16.656,78	17.489,62	18.364,10	19.282,30	20.246,42	21.258,74	22.321,67
Energía eléctrica	118,56	124,49	130,71	137,25	144,11	151,32	158,88	166,83	175,17	183,93
Agua potable	40,32	42,34	44,45	46,68	49,01	51,46	54,03	56,73	59,57	62,55
Servicio de internet	240,60	252,63	265,26	278,52	292,45	307,07	322,43	338,55	355,48	373,25
Servicio telefónico	191,52	201,10	211,15	221,71	232,79	244,43	256,66	269,49	282,96	297,11
Material de oficina	373,56	392,24	411,85	432,44	454,06	476,77	500,61	525,64	551,92	579,51
Suministros de limpieza	391,92	411,52	432,09	453,70	476,38	500,20	525,21	551,47	579,04	608,00
Depre de equipo de	320,00	320,00	320,00	366,67	366,67	366,67	383,33	383,33	383,33	400,00

computo										
Depre de muebles y										
enseres	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00
Depre de equipo de										
oficina	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Total gastos										
administrativos	17.462,23	18.249,49	19.076,12	19.990,74	20.902,10	21.859,02	22.880,45	23.935,45	25.043,21	26.223,02
				Gastos d	le Venta					
Remuneración	6.090,45	6.394,97	6.714,72	7.050,46	7.402,98	7.773,13	8.161,79	8.569,88	8.998,37	9.448,29
Matricula	225,00	236,25	248,06	260,47	273,49	287,16	301,52	316,60	332,43	349,05
Mantenimiento de										
vehículo	306,00	321,30	337,37	354,23	371,94	390,54	410,07	430,57	452,10	474,71
Lubricantes y										
combustibles	482,40	506,52	531,85	558,44	586,36	615,68	646,46	678,79	712,72	748,36
Publicidad	864,00	907,20	952,56	1.000,19	1.050,20	1.102,71	1.157,84	1.215,73	1.276,52	1.340,35
Depreciación de vehículo	2.780,00	2.780,00	2.780,00	2.780,00	2.780,00	2.820,00	2.820,00	2.820,00	2.820,00	2.820,00
Total gastos de venta	10.747,85	11.146,24	11.564,56	12.003,78	12.464,97	12.989,22	13.497,68	14.031,57	14.592,15	15.180,75
				Gastos Fi	nancieros					
Interés del crédito	3.245,20	2.562,00	1.878,80	1.195,60	512,40					
Total gastos financieros	3.245,20	2.562,00	1.878,80	1.195,60	512,40					
				Otros	Gastos					
Amortizacion de activo										
diferido	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00					
Amortizacion del crédito	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00					
Total otros gastos	7.576,00	7.576,00	7.576,00	7.576,00	7.576,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COSTO TOTAL DE										
OPERACIÓN	39.031,28	39.533,74	40.095,47	40.766,12	41.455,47	34.848,24	36.378,13	37.967,02	39.635,35	41.403,77
COSTO TOTAL DE										
PRODUCCION	69.857,18	71.785,89	73.845,19	76.088,28	78.428,69	73.555,08	76.905,27	80.405,47	84.080,68	87.956,33

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La autora

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Un presupuesto está completo cuando refleja los ingresos y los egresos que se producirán durante la operación de la empresa; los ingresos se deben proyectar esto toma como referencia el costo de producción y las unidades producidas de tal forma se tiene:

Cuadro # 80 PRESUPUESTO DE INGRESOS

	PRESUPUESTO DE INGRESOS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Costo unitario												
de producción	0,13	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,08	0,08		
Margen de												
utilidad del												
25%	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02		
Precio de												
venta	0,16	0,08	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10		
Precio												
ajustado	0,16	0,08	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10		
Unidades												
vendidas	541.015	1.076.150	1.073.210	1.073.210	1.073.210	1.076.150	1.073.150	1.073.150	1.073.150	1.076.150		
Ingresos por												
ventas	87.321,48	89.732,36	92.306,49	95.110,36	98.035,87	91.943,85	96.131,59	100.506,84	105.100,86	109.945,41		

Fuente: Cuadro # 56
Elaboración: La autora

OTROS INGRESOS

Son aquellos ingresos que la empresa obtendrá a través de la venta de: las gallinas una vez terminada si vida útil y de la pollinaza (abono), es decir obtendremos un ingreso más a parte de la venta del producto principal.

Cuadro # 81 OTROS INGRESOS

		PVP	INGRESOS
DETALLE	CANTIDAD	UNITARIO	ANUALES
Ingreso por venta de gallinas	2.970,00	3,00	8.910,00
Ingreso por venta de			
pollinaza	245,00	1,50	367,50

Fuente: La autora Elaboración: La autora

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

Este estado financiero permite mostrar al inversionista el rendimiento anual que tendrá su inversión, puesto que el objetivo de todo inversionista es la utilidad del estado financiero que cubra todas sus expectativas. En el estado de pérdidas y ganancias se incluyen los valores que no representan salidas efectivas de dinero, tal es el caso de depreciaciones y amortizaciones diferidas; el estado financiero para este proyecto se presenta en el cuadro siguiente:

Cuadro # 82 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	ESTADO DE LENDIDAS I GALANCEAS									
	ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS									
Ingresos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	87.321,48	89.732,36	92.306,49	95.110,36	98.035,87	91.943,85	96.131,59	100.506,84	105.100,86	109.945,41
Valor residual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9700,00
Otros ingresos										
Venta de gallinas		8910,00	8910,00	8910,00	8910,00	8910,00	8910,00	8910,00	8910,00	8910,00
Venta de pollinaza	367,5	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50
Total ingresos	87.688,98	99.009,86	101.583,99	104.387,86	107.313,37	101.221,35	105.409,09	109.784,34	114.378,36	128.922,91
Egresos										
Costo de producción	30.825,90	32.252,16	33.749,72	35.322,16	36.973,22	38.706,84	40.527,14	42.438,45	44.445,33	46.552,55
Costo de operación	39.031,28	39.533,74	40.095,47	40.766,12	41.455,47	34.848,24	36.378,13	37.967,02	39.635,35	41.403,77
Total Egresos	69.857,18	71.785,89	73.845,19	76.088,28	78.428,69	73.555,08	76.905,27	80.405,47	84.080,68	87.956,33
Utilidad bruta	17.831,80	27.223,97	27.738,80	28.299,57	28.884,67	27.666,27	28.503,82	29.378,87	30.297,67	40.966,58
(-)15 % a trabajadores	2674,77	4083,60	4160,82	4244,94	4332,70	4149,94	4275,57	4406,83	4544,65	6144,99
Utilidad antes de impuestos	15.157,03	23.140,38	23.577,98	24.054,64	24.551,97	23.516,33	24.228,25	24.972,04	25.753,02	34.821,59
(-)22 % interés a la renta	3.334,55	5.090,88	5.187,16	5.292,02	5.401,43	5.173,59	5.330,21	5.493,85	5.665,66	7.660,75
Utilidad antes de reserva legal	11.822,48	18.049,49	18.390,82	18.762,62	19.150,54	18.342,74	18.898,03	19.478,19	20.087,36	27.160,84
(-)10 % reserva legal	1.182,25	1.804,95	1.839,08	1.876,26	1.915,05	1.834,27	1.889,80	1.947,82	2.008,74	2.716,08
UTILIDAD LIQUIDA	10.640,23	16.244,54	16.551,74	16.886,35	17.235,48	16.508,46	17.008,23	17.530,37	18.078,62	24.444,76

Fuente: Cuadro # 79 Elaboración: La autora

CLASIFICACION DE COSTOS

Cuadro #82 CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 1

COSTOS VARIABLES				
Semovientes	4050,00			
Materia prima directa	9122,70			
Materiales indirectos	2167,44			
Lubricantes y combustibles	482,40			
Agua potable	172,80			
Energía eléctrica	652,08			
Indumentaria	134,10			
Material de combustión	45,00			
TOTAL COSTOS VARIABLES	16.826,52			
COSTOS FIJOS				
Mano de obra directa	12.180,90			
Depre de herramientas	370			
Depre de utensilios de producción	1.040,88			
Depre de planta	890			
Remuneraciones	14388,75			
Energía eléctrica	118,56			
Agua potable	40,32			
Servicio de internet	240,6			
Servicio telefónico	191,52			
Material de oficina	373,56			
Suministros de limpieza	391,92			
Depre de equipo de computo	320			
Depre de muebles y enseres	1390			
Depre de equipo de oficina	7			
Remuneración en ventas	6.090,45			
Matricula	225			
Mantenimiento de vehículo	306			
Publicidad	864			
Depreciación de vehículo	2780,00			
Interés del crédito	3245,20			
Amortización del crédito	7.000,00			
Amortización de activo diferido	576,00			
TOTAL COSTOS FIJOS	53.030,66			
COSTO TOTAL DE PRODUCCION 69.857,18				
INGRESOS				
Ventas	87.321,48			

Fuente: Cuadro # 79
Elaboración: La autora

Determinación del punto de equilibrio

> En función a las ventas

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

$$PE = \frac{53.030,66}{1 - (\frac{16.826,52}{87.321,48})}$$

$$PE = \frac{53.030,66}{1 - (0,19269624)}$$

$$PE = \frac{53.030,66}{0,80730376}$$

$$PE = 65.688,61$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$65.688,61 dólares no obtienen ganancia ni perdida

> En función a la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{53.030,66}{87.321,48 - 16.826,52} * 100$$

$$PE = \frac{53.030,66}{70.494,96} * 100$$

$$PE = 0,75226178 * 100$$

$$PE = 75,22\%$$

Significa que la empresa deberá al menos trabajar con el 75,22% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

> En función de la producción

$$Cvu = \frac{16.826,52}{541,015} = 0.03$$

Si consideramos un precio de venta del producto de 0.09 ctvs. de dólar y el número de unidades producidas es de 541.015 entonces tenemos:

$$PE = \frac{\text{CFT}}{\text{N}^{\circ} \text{ de Unidades Producidas}}$$

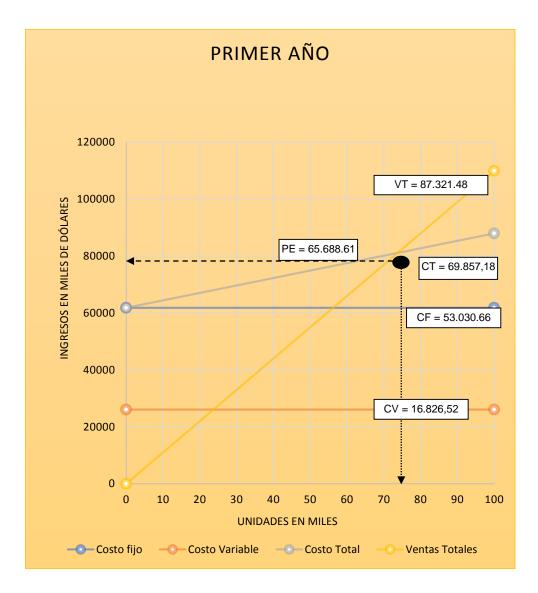
$$PE = \frac{53.030,66}{0,09 - 0.03}$$

$$PE = \frac{53.030,66}{0.06}$$

PE = 883.884 Unidades huevos

Significa que la empresa trabajando el 75,22 % de su capacidad de producción, debe producir 883.884 unidades de huevos, lo cual generarán un ingreso de \$65.688,61 dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos, esto es al vender cada unidad a 0.09 centavos.

Gráfico # 29 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



Fuente: Cuadro #59 Elaboración: Autora

Cuadro #83 CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 5

COSTO VARIABLE			
Semovientes	4.922,80		
Materia prima directa	11.088,70		
Materiales indirectos	2.634,54		
Lubricantes y combustibles	586,36		
Agua potable	210,04		
Energía eléctrica	792,61		
Material de combustión	54,70		
Indumentaria	163,00		
TOTAL COSTOS VARIABLES	20.452,74		
COSTOS FIJOS			
Mano de obra directa	14.805,96		
Depre de herramientas	370,00		
Depre de utensilios de producción	1.040,88		
Depre de planta	890,00		
Remuneraciones	17.489,62		
Energía eléctrica	144,11		
Agua potable	49,01		
Servicio de internet	292,45		
Servicio telefónico	232,79		
Material de oficina	454,06		
Suministros de limpieza	476,38		
Depre de equipo de computo	366,67		
Depre de muebles y enseres	1.390,00		
Depre de equipo de oficina	7,00		
Remuneración en ventas	7.402,98		
Matricula	273,49		
Mantenimiento de vehículo	371,94		
Publicidad	1.050,20		
Depre de vehículo	2.780,00		
Interés del crédito	512,40		
Amortización de activo diferido	576,00		
Amortización del crédito	7.000,00		
TOTAL COSTOS FIJOS	57.975,95		
COSTO TOTAL DE PRODUCCION 78.428,			
INGRESOS			
Ventas	98.035,87		

Fuente: Cuadro # 56
Elaboración: La autora

Determinación del punto de equilibrio

> En función a las ventas

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

$$PE = \frac{57.975,95}{1 - (\frac{20.452,74}{98.035,87})}$$

$$PE = \frac{57.975,95}{1 - (0,2086251)}$$

$$PE = \frac{57.975,95}{0,7913749}$$

$$PE = 73.259,78$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$73.259,78 dólares no obtienen ganancia ni perdida

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

> En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{57.975,95}{98.035,87 - 20.452,74} * 100$$

$$PE = \frac{57.975,95}{77.583,13} * 100$$

$$PE = 0,7472753 * 100$$

$$PE = 74,72\%$$

Significa que la empresa deberá al menos trabajar con el 74,72% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

> En función de la producción

$$Cvu = \frac{20.452,74}{1.073,210} = 0.02$$

Si consideramos un precio de venta del producto de 0.10 ctvs. de dólar y el número de unidades producidas es de 1.073.210 entonces tenemos:

$$PE = \frac{\text{CFT}}{\text{N}^{\circ} \text{ de Unidades Producidas}}$$

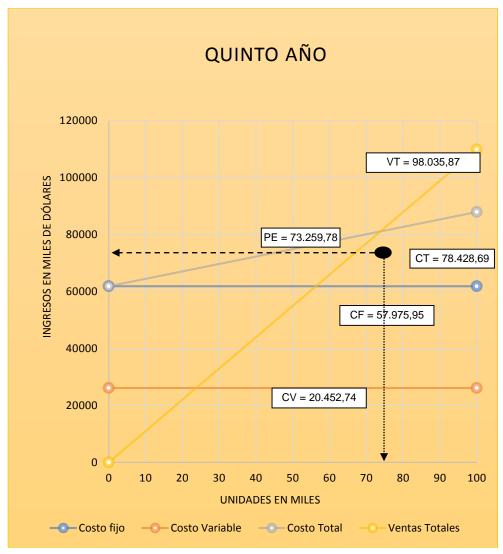
$$PE = \frac{57.975,95}{0,10 - 0.02}$$

$$PE = \frac{57.975,95}{0,08}$$

PE = 724.699 Unidades huevos

Significa que la empresa trabajando el 74,72 % de su capacidad de producción, debe producir 724.699 unidades de huevos, lo cual generarán un ingreso de \$73.259,78 dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos, esto es al vender cada unidad a 0.10 centavos.

Grafico #30 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



Fuente: Cuadro #60 Elaboración: Autora

Cuadro # 84 CLASIFICACION DE COSTOS AÑO 10

COSTO VARIABLE				
Semovientes	6.282,88			
Materia prima directa	14.152,30			
Materiales indirectos	3.362,41			
Lubricantes y combustibles	748,36			
Agua potable	1.011,59			
Energía eléctrica	268,07			
Material de combustión	69,81			
Indumentaria	208,03			
TOTAL COSTOS VARIABLES	26.103,46			
COSTO FIJO				
Mano de obra directa	18.896,58			
Depre de herramientas	370,00			
Depre de utensilios de producción	1.040,88			
Depre de planta	890,00			
Remuneraciones	22.321,67			
Energía eléctrica	183,93			
Agua potable	62,55			
Servicio de internet	373,25			
Servicio telefónico	297,11			
Material de oficina	579,51			
Suministros de limpieza	608,00			
Depre de equipo de computo	400,00			
Depre de muebles y enseres	1.390,00			
Depre de equipo de oficina	7,00			
Remuneración en ventas	9.448,29			
Matricula	349,05			
Mantenimiento de vehículo	474,71			
Publicidad	1.340,35			
Depre de vehículo	2.820,00			
Interés del crédito	0,00			
Amortización de activo diferido	0,00			
Amortización del crédito	0,00			
TOTAL COSTOS FIJOS	61.852,87			
COSTO TOTAL DE PRODUCCION 87.956				
INGRESOS				
Ventas	109.945,41			

Fuente: Cuadro # 56
Elaboración: La autora

Determinación del punto de equilibrio

> En función a las ventas

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

$$PE = \frac{61.852,87}{1 - (\frac{26.103,46}{109.945,41})}$$

$$PE = \frac{61.852,87}{1 - (0,237422)}$$

$$PE = \frac{61.908,89}{0,762578}$$

$$PE = 81.110,22$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$81.110,22 dólares no obtienen ganancia ni perdida

> En función a la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{61.852,87}{109.945,41 - 26.103,46} * 100$$

$$PE = \frac{61.852,87}{83.841,95} * 100$$

$$PE = 0,7377318 * 100$$

$$PE = 73,77\%$$

Significa que la empresa deberá al menos trabajar con el 73,77% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

> En función de la producción

$$Cvu = \frac{26.103,46}{1.076.150} = 0,02$$

Si consideramos un precio de venta del producto de 0.11 ctvs. de dólar y el número de unidades producidas es de 1.076.150 entonces tenemos:

$$PE = \frac{\text{CFT}}{\text{N}^{\underline{o}} \text{ de Unidades Producidas}}$$

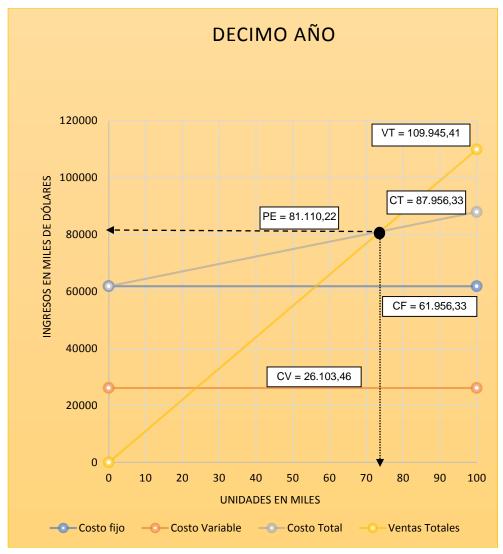
$$PE = \frac{61.852,87}{0,11 - 0.02}$$

$$PE = \frac{61.852,87}{0,09}$$

PE = 687.254 Unidades huevos

Significa que la empresa trabajando el 73,77 % de su capacidad de producción, debe producir 687.254 unidades de huevos, lo cual generarán un ingreso de \$81.110,22 dólares, con lo cual la empresa cubre sus costos, esto es al vender cada unidad a 0.11 centavos.

Gráfico # 31 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10



Fuente: Cuadro #61 Elaboración: Autora

EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar par cada uno de los inversionistas del proyecto, con los siguientes indicadores: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de capital y análisis de sensibilidad.

Flujo de caja

Los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos de la empresa

El flujo de caja para un nuevo proyecto se compone de los siguientes elementos: Inversión Inicial, ingresos y egresos de operación, reinversiones y valor residual o de salvamiento.

Cuadro # 85 FLUJO DE CAJA

	FLUJO DE CAJA									
Ingresos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	87.321,48	89.732,36	92.306,49	95.110,36	98.035,87	91.943,85	96.131,59	100.506,84	105.100,86	109.945,41
Valor residual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.700,00
Otros ingresos										
venta de gallina		8.910,00	8.910,00	8.910,00	8.910,00	8.910,00	8.910,00	8.910,00	8.910,00	8.910,00
Venta de polinaza	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50	367,50
Total ingresos	87.688,98	99.009,86	101.583,99	104.387,86	107.313,37	101.221,35	105.409,09	109.784,34	114.378,36	128.922,91
Egresos										
Costo de producción	30.825,90	32.252,16	33.749,72	35.322,16	36.973,22	38.706,84	40.527,14	42.438,45	44.445,33	46.552,55
Costo de operación	39.031,28	39.533,74	40.095,47	40.766,12	41.455,47	34.848,24	36.378,13	37.967,02	39.635,35	41.403,77
Total Egresos	69.857,18	71.785,89	73.845,19	76.088,28	78.428,69	73.555,08	76.905,27	80.405,47	84.080,68	87.956,33
Utilidad bruta	17.831,80	27.223,97	27.738,80	28.299,57	28.884,67	27.666,27	28.503,82	29.378,87	30.297,67	40.966,58
(-)15 % a trabajadores	2.674,77	4.083,60	4.160,82	4.244,94	4.332,70	4.149,94	4.275,57	4.406,83	4.544,65	6.144,99
Utilidad antes de impuestos	15.157,03	23.140,38	23.577,98	24.054,64	24.551,97	23.516,33	24.228,25	24.972,04	25.753,02	34.821,59
(-)22 % interés a la renta	3.334,55	5.090,88	5.187,16	5.292,02	5.401,43	5.173,59	5.330,21	5.493,85	5.665,66	7.660,75
Utilidad antes de reserva legal	11.822,48	18.049,49	18.390,82	18.762,62	19.150,54	18.342,74	18.898,03	19.478,19	20.087,36	27.160,84
(+) Amortización del actico diferido	576,00	576,00	576,00	576,00	576,00					
(+) Depreciaciones	6.797,88	6.797,88	6.797,88	6.844,55	6.844,55	6.884,55	6.901,21	6.901,21	6.901,21	6.917,88
FLUJO DE CAJA	19.196,36	25.423,37	25.764,70	26.183,16	26.571,09	25.227,29	25.799,24	26.379,40	26.988,57	34.078,72

Fuente: Cuadro # 79
Elaboración: La autora

Valor actual Neto

Este indicador nos permite ver su crecimiento o disminución durante la etapa de operación u horizonte. Para calcular el VAN lo calculamos con la siguiente fórmula $VAN = \sum VA$ 1 1 – **Inversión,** por tanto es indispensable encontrar los valores actualizados del año de vida del proyecto Actualizar los valores significa calcular el valor que tiene hoy o un valor monetario que se espera recibir en el futuro al mismo q se le aplica una determinada tasa de descuento. Para nuestro cálculo se utiliza la tasa mínima aceptable de rendimiento que se toma como base el costo de capital para el financiamiento de la inversión

- \bot TMAR= Ti+Pr +[(Pr * Ti) /100]
- \bot TMAR = 9,76 +4,88+[(4,88 * 9,96)/100]
- + TMAR =9,96 +4,88 +[(48,60)/100]
- \bot TMAR = 14,84 +(0,4860)
- **4** TMAR = 15,12 %
- I = T/100
- I = 15,12/100
- = 0.1512

Cuadro # 86 VALOR ACTUAL NETO

Año	Flujo de caja	Factor descuento (15,12%)	Valor actualizado
1	19.196,36	0,86869	16.675,62
2	25.423,37	0,75462	19.184,90
3	25.764,70	0,65553	16.889,42
4	26.183,16	0,56945	14.909,91
5	26.571,09	0,49467	13.143,94
6	25.227,29	0,42971	10.840,51
7	25.799,24	0,37329	9.630,52
8	26.379,40	0,32427	8.554,03
9	26.988,57	0,28169	7.602,37
10	34.078,72	0,24470	8.339,03
	TOTAL		125.770,25
		(-)Inversion	75.709,95
		VAN	50.060,30

Fuente: Cuadro # 85 Elaboración: La autora Puesto que se tiene un valor actual neto positivo esto significa que la inversión debe aceptarse, puesto que el valor de la empresa se incrementara durante su vida útil; es decir que el valor de las acciones subirá con el paso del tiempo.

Tasa interna de retorno

Constituye el segundo indicador clave para la toma de decisiones sobre una inversión. El presente caso para determinar la misma se procede a utilizar el método de tanteo de tasas, el mismo que permite encontrar los valores actuales netos positivos y negativos más cercanos al valor cero , al igual que el cálculo del VAN se toma los flujos de cuadro del flujo de caja y se actualizan a diferentes tasas.

Cuadro # 87
TASA INTERNA DE RETORNO

		Factor de descuento		Factor de descuento	
Año	Flujo neto	(29%)	Valor actual	(30%)	Valor actual
1	19.196,36	0,77519	14.880,90	0,76923	14.766,43
2	25.423,37	0,60093	15.277,55	0,59172	15.043,42
3	25.764,70	0,46583	12.002,07	0,45517	11.727,22
4	26.183,16	0,36111	9.455,04	0,35013	9.167,45
5	26.571,09	0,27993	7.438,08	0,26933	7.156,37
6	25.227,29	0,21700	5.474,35	0,20718	5.226,49
7	25.799,24	0,16822	4.339,89	0,15937	4.111,53
8	26.379,40	0,13040	3.439,91	0,12259	3.233,84
9	26.988,57	0,10109	2.728,18	0,09430	2.545,01
10	34.078,72	0,07836	2.670,46	0,07254	2.472,01
		Σ=	77.706,42	Σ=	75.449,76
		(-) Inversión	75.709,95	(-) Inversión	75.709,95
		VAN	1.996,47	VAN	-260,18

Fuente: Cuadro # 85 Elaboración: La autora

Puesto que la tasa de rendimiento es de 29,88% la inversión se acepta pues ofrece un rendimiento mucho más alto que cualquier otro mercado.

Análisis de sensibilidad

Cuadro # 88 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD INCREMENTO DE COSTOS

	Incremento de costos (8,58%)						
	Costos						
Año	originales	Costo incrementado	Ingresos originales	Flujo neto			
1	69.857,18	75.850,93	87.688,98	11.838,05			
2	71.785,89	77.945,12	99.009,86	21.064,74			
3	73.845,19	80.181,11	101.583,99	21.402,88			
4	76.088,28	82.616,66	104.387,86	21.771,20			
5	78.428,69	85.157,88	107.313,37	22.155,49			
6	73.555,08	79.866,11	101.221,35	21.355,24			
7	76.905,27	83.503,74	105.409,09	21.905,35			
8	80.405,47	87.304,26	109.784,34	22.480,08			
9	84.080,68	91.294,81	114.378,36	23.083,55			
10	87.956,33	95.502,98	128.922,91	33.419,93			
			suma	220.476,51			

Elaboración: La autora

Una vez se hay obtenido los flujos positivos se procede a obtener la nueva

Cuadro # 89 NUEVA TIR

	Actualización de valores					
		Factor de	Valor	Factor de		
Año	Flujo neto	descuento	actualizado	descuento	Valor actualizado	
1	11.838,05	0,8130081	9.624,43	0,8064516	9.546,81	
2	21.064,74	0,6609822	13.923,42	0,6503642	13.699,76	
3	21.402,88	0,5373839	11.501,56	0,5244873	11.225,54	
4	21.771,20	0,4368975	9.511,78	0,4229736	9.208,64	
5	22.155,49	0,3552012	7.869,66	0,3411077	7.557,41	
6	21.355,24	0,2887815	6.167,00	0,2750869	5.874,55	
7	21.905,35	0,2347817	5.142,97	0,2218443	4.859,58	
8	22.480,08	0,1908794	4.290,98	0,1789067	4.021,84	
9	23.083,55	0,1551865	3.582,26	0,1442796	3.330,48	
10	33.419,93	0,1261679	4.216,52	0,1163545	3.888,56	
		$\Sigma =$	75.830,59	$\sum =$	73.213,16	
		(-) Inversión	75.709,95	(-) Inversión	75.709,95	
		VAN	120,64	VAN	-2.496,79	

Elaboración: La autora

Tasa Interna de Retorno Resultante (TIR.R)

$$TIR.R = TIR.O - NTIR$$

 $TIR.R = 29,88\% - 23,05\%$
 $TIR.R = 6,84\%$

Porcentaje de variación (%V)

Valor de sensibilidad

S = (%V/NTIR)

S = (22,88% /23,05%)

S = 0,99

En el presente caso se considera un porcentaje máximo de incremento en costos es de 8,58% ya que hasta ese porcentaje permite obtener flujos netos positivos

Análisis de sensibilidad con disminución en ingresos

Cuadro # 90 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN EN INGRESOS

		Ingresos disminuidos	
Costos originales	Ingresos originales	(6,34)	Flujo neto
69.857,18	87.688,98	82.129,50	12.272,31
71.785,89	99.009,86	92.732,64	20.946,75
73.845,19	101.583,99	95.143,56	21.298,37
76.088,28	104.387,86	97.769,67	21.681,38
78.428,69	107.313,37	100.509,70	22.081,01
73.555,08	101.221,35	94.803,92	21.248,84
76.905,27	105.409,09	98.726,15	21.820,88
80.405,47	109.784,34	102.824,01	22.418,54
84.080,68	114.378,36	107.126,77	23.046,08
87.956,33	128.922,91	120.749,20	32.792,87
		suma	219.607,03

Elaboración: La autora

Una vez se hay obtenido los flujos positivos se procede a obtener la nueva

Cuadro # 91 NUEVA TIR

		Factor de	Valor	Factor de	
Año	Flujo neto	descuento	actualizado	descuento	Valor actualizado
1	12.272,31	0,8130081	9.977,49	0,806452	9.897,03
2	20.946,75	0,6609822	13.845,43	0,650364	13.623,01
3	21.298,37	0,5373839	11.445,40	0,524487	11.170,73
4	21.681,38	0,4368975	9.472,54	0,422974	9.170,65
5	22.081,01	0,3552012	7.843,20	0,341108	7.532,00
6	21.248,84	0,2887815	6.136,27	0,275087	5.845,28
7	21.820,88	0,2347817	5.123,14	0,221844	4.840,84
8	22.418,54	0,1908794	4.279,24	0,178907	4.010,83
9	23.046,08	0,1551865	3.576,44	0,144280	3.325,08
10	32.792,87	0,1261679	4.137,41	0,116354	3.815,60
		∑=	75.836,56	∑=	73.231,04
		(-) Inversión	75.709,95	(-) Inversión	75.709,95
		VAN	126,62	VAN	-2.478,91

Elaboración: La autora

Tasa Interna de Retorno Resultante (TIR.R)

$$TIR.R = TIR.O - NTIR$$

TIR.R = 29,88 - 23,05%

TIR.R = 6,84%

Porcentaje de variación (%V)

$$%V = (6.84\% /29.88\%) *100$$

$$% V = 22,87\%$$

Valor de sensibilidad

S = (%V/NTIR)

S = (22,87% /23,05%)

S = 0.99

En el presente caso se considera que el porcentaje máximo de diminución en ingresos es de 6,34% ya que hasta ese porcentaje permite obtener flujos netos positivos

Relación beneficio costo

Permite conocer la utilidad que se obtiene sobre cada unidad monetaria invertida. Así mismo no es un indicador tan incidente pues su relación sube o baja en función del porcentaje de utilidad sobre los costos.

Cuadro # 92 RELACION BENEFICIO COSTO

	Actu	alización de Ing	resos
		Factor	
Año	Ingresos	(15,12%)	Valor actual
1	87.688,98	0,86869	76.174,26
2	99.009,86	0,75462	74.714,50
3	101.583,99	0,65553	66.590,91
4	104.387,86	0,56945	59.443,29
5	107.313,37	0,49467	53.084,77
6	101.221,35	0,42971	43.496,22
7	105.409,09	0,37329	39.347,82
8	109.784,34	0,32427	35.599,69
9	114.378,36	0,28169	32.219,06
10	128.922,91	0,24470	31.547,31
			512.217,82

	A atualización de Inercases		
	Actualización de Ingresos		
Año	Egresos	Factor	Valor actual
1	69.857,18	0,86869	60.684,01
2	71.785,89	0,75462	54.170,84
3	73.845,19	0,65553	48.407,42
4	76.088,28	0,56945	43.328,20
5	78.428,69	0,49467	38.796,37
6	73.555,08	0,42971	31.607,64
7	76.905,27	0,37329	28.707,72
8	80.405,47	0,32427	26.073,02
9	84.080,68	0,28169	23.684,56
10	87.956,33	0,24470	21.522,83
			376.982,60

Fuente: Cuadro # 79 y 80 Elaboración: La autora

RBC = (
$$\sum$$
 Ingresos actualizados / \sum Egresos actualizados) − 1
RBC = (512.217,82 / 376.9820,60) − 1
RBC = 0,36

Eso significa que de cada dólar invertido se recupera 0,36 centavos de rentabilidad

Periodo de recuperación de capital

Este indicador permite mostrar a los accionistas el tiempo de operación que la empresa necesita para recuperar la inversión realizada no es un indicador rígido, una vez que depende del margen de utilidad obtenido, a mayores utilidades menos tiempo de recuperación de capital; por lo tanto, no constituye un indicador que defina existencialmente la realización de la empresa.

Cuadro #93
PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

	Actualización			
Año	Flujo neto	Factor (15,12%)	Valor actual	Flujo acumulado
1	19.196,36	0,86869	16.675,62	16.675,62
2	25.423,37	0,75462	19.184,90	35.860,52
3	25.764,70	0,65553	16.889,42	52.749,95
4	26.183,16	0,56945	14.909,91	67.659,86
5	26.571,09	0,49467	13.143,94	80.803,79
6	25.227,29	0,42971	10.840,51	91.644,31
7	25.799,24	0,37329	9.630,52	101.274,82
8	26.379,40	0,32427	8.554,03	109.828,85
9	26.988,57	0,28169	7.602,37	117.431,22
10	34.078,72	0,24470	8.339,03	125.770,25

Fuente: Cuadro # 85 Elaboración: La autora

$$Arr$$
 PRC = ASI + (Inversión - Arr FASI / FNASI)

$$\blacksquare$$
 PRC = 5 + (75.709,95 - 80.803,79 / 26.571,09)

AÑOS: 4

MESES :(0.81 * 12=9,70) = 9 meses

DIAS: (0,70 *30=21) = 21 días

Esto significa que la inversión se recupera en 4 años, 9 meses y 21 día.

h. CONCLUSIONES

El proyecto desarrollado permite establecer y resaltar varios puntos a ser considerados, las conclusiones son las siguientes:

- ➤ Dentro del estudio de mercado se pudo detectar que no existe una demanda insatisfecha del producto que vamos a ofrecer, debido que cuentan con distribuidores que trasladan el producto desde la cuidad de Ambato; es así que entraremos a un mercado de competencias siendo no solo distribuidores sino también productores de huevo.
- ➤ La capacidad utilizada para la producción de huevos de incubadora es de 552.000 unidades al año con un 100% de la capacidad instalada. Además, se pudo establecer la localización para el funcionamiento de la nueva unidad productiva y de esta manera poder operar de la manera más eficaz y poder competir en el mercado.
- ➤ La empresa se localizará en la parroquia Jimbilla del cantón Loja debido a las ordenanzas municipales.
- ➤ El costo total de producción de año 1 es de \$69.857,18 dólares para una producción de 552.000 unidades de huevos, los mismos que permitieron determinar el costo unitario que es de 0,13 ctvs. por unidad al cual se le agrego un margen de utilidad del 25% obteniendo un precio de venta al público de 0,16 centavos de dólar.
- ➤ Dentro de la evaluación financiera del proyecto tiene los siguientes indicadores: el valor actual neto de \$50.060,30 lo que significa que es factible invertir en el proyecto.
- ➤ La tasa interna de retorno es de 29,88% lo que nos demuestra que el dinero que se ha invertido en este proyecto tiene una rentabilidad superior a la tasa de oportunidad del capital; es decir el proyecto tiene gran capacidad para producir utilidades.

- ➤ En el análisis de sensibilidad indica que el estudio soporta un incrementó en los costos de 8,58% y una disminución en los ingresos de 6,34%, es decir, que si los costos se incrementan hasta ese porcentaje el proyecto continua siendo rentable, de igual manera si los ingresos disminuyen hasta este porcentaje planteado todavía es conveniente ejecutar el proyecto.
- ➤ Dentro del indicador de relación beneficio costo es de 0,36 centavos lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto, se obtendrá una utilidad de 0,36 centavos.
- ➤ El periodo de recuperación de capital es de 4 años 9 meses y 21 días la cual nos indica el tiempo que el inversionista recuperara la inversión inicial realizada en el proyecto.

En conclusión, en base a los estudios de mercado, técnico económico y evaluación financiera, se concluye que el proyecto es factible, por lo que es recomendable que se ejecute.

i. RECOMENDACIONES

Al término del proyecto se

cree conveniente realizar las siguientes recomendaciones

- ➤ Al no existir planteles avícolas dedicados a la producción de huevos en la cuidad de Loja, es conveniente, debido que la mayoría de los distribuidores acudirían a la empresa para dotarse de este producto de primera necesidad a precios favorables y a una distancia más conveniente lo cual resulta que sea favorable al distribuidor.
- ➤ Dentro del estudio de mercado es recomendable realizar un buen plan de comercialización, que brinde un adecuado servicio, a fin de lograr acaparar la mayor parte del mercado de la ciudad de Loja, así mismo la contratación de mano de obra local ya que de esta manera se contribuirá en la disminución del desempleo y mejorar la economía de la parroquia.
- Este producto al ser se consumó masivo, tendrá acogida dentro del mercado debido a su precio favorable y valoración nutricional, además de ser unos de los productos de la canasta básica familiar.
- ➤ Por último, en todo lo que se refiere a aspectos financieros, se debe aprovechar las utilidades generadas por cada año para la expansión de la planta, la capacidad instada y del mismo modo conseguir tecnología más sofisticada que ayuden a realizar el trabajo de la manera más rápida y eficiente.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Apolo, P., & Apolo, M. (2015). Proyecto de factibilidad para la creacion de un granja productora y comercializadora de huevos incubados en el canton balsas provincia de el Oro., (págs. 14 15). Loja.
- Baca Urbina , G. (2010). *Evaluacion de proyectos* (Sexta edicion ed.). México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Campos, A., Molina, A., Lorenzo, C., Diaz, E., Blazquez, J., Cordente, M., & Gomez, M. (2013). Fundamentos del marketing. ESIC.
- Carlos, P., & Gabriel, P. (2018). *EL PLROYECTO DE INVERSIÓN COMO ESTRATEGIA GERENCIAL*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Cordoba Padilla, M. (2011). Formulacion y evaluacion de proyectos. Bogota: ECOE Ediciones.
- Espejo Jaramillo, L. B. (2007). Contabilidad general. Loja: EDILOJA Cía. Ltda.
- Fernandez Espinoza, S. (2017). Los proyectos de inversión: evaluación financiera. Costa Rica: Tecnologica de Costar Rica.
- Luzuriaga, M., & Higalgo, C. (2017). Proyecto de factibilidad para la creacion de un plantel avicola productora de huevos de incubadora en la parroquia Sabiango y su comercializacion en las cuidades de Cariamanga, Sozoranga, Macara y Zapotillo., (pág. 19). Loja.
- Morales Castro , A., & Morales Castro , J. A. (2010). *Proyectos de inversion evaluacion y formulacion*. México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2010). *Poyectos de inversion : evaluacion y formulacion* . Mexico: Mc Graw Hill.
- Pasaca, M. E. (2017). Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion. Loja: GRAFICPLUS.
- Pasaca, M. E. (2017). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Loja: GRAFICPLUS.
- Pintado Blanco, T., Sanchez Herrera, J., Ildefonso Grande, E., & Estevez Muñoz, M. (2011). Introduccion a la investigacion de mercado. España: ESIC EDITORIAL.
- Vivallo, A. (2012). Formulacion y evaluacion de proyectos.

k. ANEXOS

Encuesta a la demanda

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTADE JURÍDICA, SOCIAL, ADMINISTRATIVA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimada Amiga (O), sírvase en responder el siguiente cuestionario mismo, que tiene por objetivo recabar información para determinar la factibilidad para la implementación de un PLANTEL AVÍCOLA para la producción de huevos y su comercialización en la cuidad de Loja; esta información será manejada confidencialmente por la autora de la investigación.

Información General

Parroquia:

Barrio o Sector:

Información especifica

1.	¿Cuál es su ingres	so f	amiliar?	_
	1 A 50			
	51 A 380			
	381 A 450			
	451 A 550			
	551 a mas			
2.	Consume huevos	en	su familia	
	SI			
	NO			
3.	Le es fácil conseg	uir	huevos	
	SI			
	NO			
4.	Indique que tipo d	le h	nuevos consum	e
	De incubadora			
	Criollos			
5.	En qué lugar adqu	iier	e los huevos	
	MERCADO			
	BODEGA			
	TIENDA			
	SUPERMERCAL	Ю		
	FERIAS LIBRES			
6.	En que presentaci	ón	adquiere lo hu	evo
	UNIDADES			
	CUBETAS			

7. ¿Cuántas unidades de huevo consume usted semanalmente

	Unidades			
	Cubetas			
8.	3. Qué precio paga por			
	Unidades			
	Cubetas			
9.	 Como considera usted el precio del p 	producto		
	ALTO			
	MEDIO			
	BAJO			
10.	0. Conoce usted el lugar de proceden lo	os huevos qı	ie comp	ra
	QUITO			
	GUAYAQUIL			
	CUENCA			
	SANTO DOMINGO			
	AMBATO			
	RIOBAMBA			
	LOJA			
	SARAGURO			
11.	1. Usted está de acuerdo que se imp			
	Jimbilla para la producción de huev		realice	la comercialice en la cuidad
	de Loja con precio favorables y de a	ilta calidad.		
	SI			
	NO			
12.	2. Cuál de los siguientes aspectos toma	a en cuenta a	ıl mome	nto de adquirir los huevos
	PRECIO			
	CALIDAD	••		
13.	3. En qué tipo de envase le gustaría que	e se realice l	la comei	rcialización
	CUBETAS DE CARTON			
	CUBETAS DE PLASTICO			
	FUNDAS			
1.4	OTROS	,	╝., .	
14.	4. Por qué medio publicitario le gustarí	ia conocer o	recibir	información de la empresa
	RADIO			
	PRENSA ESCRITA			
1 ~	REDES SOCIALES			
15.	5. Que promociones le gustaría por su constitución de la constitución	compra		
	DESCUENTO EN VENTA			
	MAS PRODUCTO			
	OTROS PRODUCTOS			

Encuesta a la oferta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTADE JURÍDICA, SOCIAL, ADMINISTRATIVA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado(a) vendedor(a), en calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a usted de la manera más comedida se digne a contestar las siguientes preguntas con la finalidad de recabar información sobre la oferta de huevos en la cuidad de Loja, que será de gran utilidad para mi trabajo de investigación.

Información específica:

	adion dependent			
Alternativa		Respuesta		
Nomb	re			
Activio	dad			
Nomb	re de la empresa			
1.	¿Dónde realiza la producción de huevos?			
2.	. ¿Cuánto es la producción semanal?			
3.	3. Cual es su sistema de comercialización			
	Alternativa	Respuesta		
	Al por mayor			
	Al por menor			
4.	¿A qué precio vende la cubeta de huevos?			
5.	¿Cuántos huevos vende semanalmente?			
6.	¿Qué tipo de publicidad utiliza para hacerse conocer en el mercado?			
7.	¿Qué tipo de promociones ofrece a sus clientes por la compra del producto?			

GRACIAS POR SU COLABORACION

PROYECTO DE TESIS APROBADO:

1. TEMA:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA, EN LA PARROQUIA JIMBILLA DEL CANTON LOJA, PARA LA PRODUCCIÓN DE HUEVOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CUIDAD DE LOJA"

2. PROBLEMÁTICA

En el Ecuador, el Producto Interno Bruto (P.I.B) del 2017 registró un crecimiento del 3.0% en comparación con el año anterior (2016), esto significa USD103, 057 millones de dólares, según el Banco Central del Ecuador (B.C.E) esto se produjo debido al aumento del gasto del consumo final de los hogares, el gasto de consumo final del gobierno y las exportaciones que ha permitido un desarrollo económico positivo.

De acuerdo a los datos difundidos por el Banco Central del Ecuador, reflejan a febrero del 2018 una balanza comercial deficitaria en USD120.9 millones de dólares, esto es una situación inversa a la ocurrida al igual mes del 2017 cuando esta balanza fue positiva en USD279 millones, no obstante de ello, las exportaciones en los dos primeros meses de este año fueron superiores en 7,82% en comparación a los dos primeros meses del 2017.Las exportaciones no petroleras representaron el 60% del total vendido por el país. En este rubro el primer lugar lo tiene el banano (USD564.9 millones), seguido por el camarón (USD474.4 millones) y los productos elaborados del mar (USD184.2 millones). Un hecho a destacar es que las exportaciones petroleras mejoraron a febrero del 2018 en 12.6%.Por su parte, las importaciones también tuvieron in incremento del 22,56%, siendo el rubro de materias primas el de más alto valor (USD1.266 millones) seguido por los bienes de capital (USD847.9 millones).

En marzo de 2018, el Índice de Precios al Consumidor (I.P.C) registró las siguientes variaciones: 0,06% la inflación mensual; -0,21% la anual; y, 0,41% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el año anterior fue de 0,14% la inflación mensual; 0,96% la anual; y, 0,42% la acumulada, lo que nos quiere decir que dentro de un año bajo un 0.08% la inflación mensual comparado al año 2017.

El valor de la canasta familiar básica nacional se ubicó en 711,13 dólares, mientras que el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 720,53 dólares, esto implica una cobertura del 101,32% del costo total de dicha canasta, según informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Dentro del sector agropecuario se pude evidenciar que la Federación de Avicultores y Productores Pecuarios del Ecuador (Fedavie), con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y en contrato con Yachay EP realizaron una inversión estimada de USD 3.000.000, en la que el MAGAP invirtió 610.790 dólares, en la compra de equipo y maquinaria necesaria, mientras que el resto lo gestiona la Fedavie, según la Subsecretaria de Ganadería, destacó que en estos 10 años de Gobierno, el sector avícola creció en un 53%, el cual se aumentó la producción de maíz nacional para apoyar de esta manera a este sector y lograr ser autosuficientes.

Es así que en la actualidad la industria avícola ecuatoriana es una de las áreas de mayor importancia dentro del contexto económico y productivo del país, la de más rápido crecimiento y alta tecnificación, que ocupa directa e indirectamente a unas 500.000 personas a nivel nacional. Este sector se ha especializado en las áreas de: Reproductores, Pollos de carne, o llamados también broiler y ponedoras comerciales, aquellas destinadas a la producción de huevos de consumo.

Es por ello que de acuerdo al Censo Avícola del año 2016, realizado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, la actividad avícola aporta a la economía en el 13% del PIB; las aves de postura, de una población de 9729.684, la mayor parte que es el 42% se concentra en la provincia de Tungurahua, 22% en Manabí, 15% en Pichincha, 11% en Cotopaxi, y el restante 3% en otras provincias; de ellas se calcula que se obtienen alrededor de 2500

millones de huevos anualmente es así que el consume percapita de huevos es 140 Unidades / persona / año, pero para octubre del 2017 este valor aumentó a 160 ,es decir un incremento del 14%.

En la zona 7 que comprende las provincias de Loja-El Oro-Zamora correspondiente al 11% del territorio ecuatoriano, donde habitan 1'126.508 personas (7,87% de la población nacional), las potencialidades de la Zona 7 – Sur se enmarcan en seis ámbitos: agua y biodiversidad; agro-producción; energías renovables; educación cultura y tecnología; minería responsable, y turismo sostenible. Dentro de esta zona el 67% de la superficie esta cubierta de vegetal natural y el 31% al sector agro productivo, uno de los mayores problemas es el bajo rendimiento de los cultivos agrícolas y la producción pecuaria, ya que únicamente el 13,7% de la superficie total de la zona tiene aptitud agrícola.

Una de las cantones que pertenece a la zona 7 es el cantón Loja, que mediante una observación directa a la cuidad de Loja se puedo detectar algunas necesidades, en las cuales podemos destacar las siguientes: Falta de un balneario para la atracción turística en la cuidad de Loja, eliminar el tiempo y filas de espera en los supermercados, programas de reutilización de materiales reciclables, y falta de producción y comercialización en la cuidad de Loja lo cual nos permite el crecimiento de la cuidad, las mismas que tenían 5 soluciones para cada necesidad.

Después ver las necesidades de la cuidad realizamos una tabla en donde se reflejara los factores tecnológicos, financieros, rentabilidad, costos, precio, entre otras y de esa manera dar una calificación ponderada de cada una de las soluciones, en donde la mejor puntuada fue Implementación de un plantel avícola en la parroquia Jimbilla del cantón Loja para la producción y comercialización de huevos con una puntuación de 9.35/10 que destaco entre las demás soluciones.

A partir de esto nos podemos dar cuenta que en la cuidad de Loja cabecera cantonal del Cantón Loja y capital de la Provincia de Loja con 170.280 habitantes no cuanta con suficientes planteles avícolas en la misma, por lo tanto es posible llevar a cabo esta microempresa en vista de la demanda del producto , el mismo que será implantado en la parroquia jimbilla que se encuentra ubicada aproximadamente a 26 Km del Cantón Loja, sus límites son: al Norte con la parroquia de San Lucas; al Sur con el Cantón Loja; al Este con la parroquia Imbana; y, al Oeste con la parroquia Santiago.

Además cabe señalar que es uno de los producto de preferencia dentro de la canasta familiar por su aporte a la preparación de otros alimentos y su carácter económico; es así que por los antecedentes antes mencionados y por la observación minuciosa realizada se determina a implementar un plantel avícola para producción y comercialización de huevos con la finalidad de dar empleo a la gente Lojana y ayudar al crecimiento económico de la cuidad.

3. JUSTIFICACION

El presente proyecto pretende implementar una empresa productora y comercializadora de huevos en la cuidad de Loja, debido que no cuenta con suficientes plateles avícolas que permita el desarrollo de la misma , logrando resultados positivos como la generación del empleo, mismos que están orientados a mejorar la calidad y nivel de vida de las personas que se dedican a esta actividad y a la sociedad en general ,es decir , esta actividad generara una buena rentabilidad para la empresa y ayudará al crecimiento económico de la cuidad.

Además siendo este en nuestro país, una de las producciones de mayor crecimiento que ha tenido en la última década, debido a su rápida adaptabilidad y a la demanda que ha ido creciendo poco a poco ya que el huevo es se ha convertido en uno de los productos principales dentro de las familias para una dieta saludable, la misma que posee proteínas de alto valor biológico, vitaminas y minerales.

Es por ello que el huevo un producto de consumo masivo y una alternativa económica y saludable, tiene una gran acogida además de ofrecer una oportunidad el mercado ya que no existe muchos planteles avícolas con una excelente eficacia productiva que brinden un producto de calidad, es así que por los antecedentes antes mencionados y por la observación minuciosa realizada se determina implementar un plantel avícola para producción y comercialización de huevos que beneficie al consumidor y la comunidad.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un proyecto que permita determinar la factibilidad de implementar un plantel avícola, en la parroquia Jimbilla para producción y comercialización de huevos, mediante el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero con información que corresponde al 2018.

4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Estudiar las condiciones de la oferta y la demanda, de esta manera poder evaluar las características del producto, precio, plaza y promoción y así poder establecer las características de los posibles consumidores de como prefieren el producto y estructurar las promociones, mediante un cuestionario, en el periodo noviembrediciembre en la cuidad de Loja.
- ➤ Identificar el tamaño y localización, ingeniería de proyectos y el diseño organizacional de la empresa.
- Estudiar y analizar la conformación legal, la estructura, organigramas y funciones mediante la adaptación de las normas legales establecidas en la parroquia Jimbilla del cantón y provincia de Loja en el periodo Diciembre 2018.
- Realizar el estudio financiero de la empresa para evaluar su factibilidad.

5. MARCO TEORICO

5.1. PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Según el autor Manuel (Pasaca, 2017) define los proyectos de inversión como "El conjunto de información que permite tomar decisiones adecuadas para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que: la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), el Costo de Oportunidad de la Inversión (COI), o el Costo del Capital (CK); todo esto en el marco del respeto a la sociedad, la naturaleza y el ser humano"

Proyecto es una propuesta de acción técnica, económica planificada que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas en la búsqueda de la solución inteligente al planeamiento de un problema tendiente a resolver entre muchas una necesidad humana utilizando un conjunto de recursos disponibles los cuales pueden ser , humanos, materiales y tecnológicos entre otros. (Cordoba Padilla, Formulacion y evaluacion de proyectos, 2011)

5.2. TIPOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Hay varias clasificaciones de los proyectos de inversión, de acuerdo con el sector al que van dirigidos, que pueden ser:

- ➤ AGROPECUARIOS: son los que se ubican en el sector primario. Al explotarlos no se efectúa ninguna transformación.
- ➤ INDUSTRIALES: son los que se ubican en el sector secundario, el sector industrial, su principal característica es la transformación de productos.

- ➤ DE SERVICIOS: Son los que se ubican en el sector terciario y pueden ser: educación, carreteras, transporte, etc.
- ➤ DEPENDIENTES: son dos o más proyectos relacionados, donde al ser aprobado uno, los demás también serán aprobados.
- ➤ INDEPENDIENTES: son dos o más proyectos analizados y aprobados o rechazados, de forma individual, sin que la decisión incida en los demás.
- ➤ MUTUAMENTE EXCLUYENTES: este caso ocurre cuando se analiza un conjunto de proyectos y, al seleccionar alguno los demás quedan descartados.
- ➤ DE BIENES: son agrícolas, forestales, industriales, marítimos, mineros, pecuarios, etc.
- ➤ DE SERVICIOS: Se dividen en: infraestructura social, infraestructura física, infraestructura hidráulica y transporte. (Carlos & Gabriel, 2018)

5.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar a la investigación como la solución a problemas empresariales sino un instrumento más que permite minimizar riesgos y, en consecuencias, las decisiones puedan ser más acertadas. (Pintado Blanco, Sanchez Herrera, Ildefonso Grande, & Estevez Muñoz, 2011)

Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2010)

5.4. ESTUDIO DE MERCADO

En esta parte del proyecto se hace necesario un diagnóstico de los principales actores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, Calidad, Canales de comercialización, Publicidad, Plaza, Promoción, etc.; todo esta permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado; cuando se trata de un nuevo producto permite medir el nivel de aceptación que tendrá el mismo en el mercado. (Pintado Blanco, Sanchez Herrera, Ildefonso Grande, & Estevez Muñoz, 2011)

El estudio de mercado trata la colecta, registro y análisis de informaciones sobre las restricciones relativas a la transferencia y venta de mercaderías y servicios del producto del proyecto al consumidor. (Vivallo, 2012)

Tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio q se pretenda fabricar o vender será aceptado en el mercado, y los posibles consumidores están dispuestas a adquirirlas. (Morales Castro & Morales Castro, 2010)

5.5. PLAZA

El punto de venta o distribución es el proceso mediante el cual el producto o servicio llega hasta nuestro cliente, que puede ser mayorista o final. Es una cuestión fundamental que va a influir notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción del consumidor.

En la distribución existen múltiples variables que es preciso analizar exhaustivamente.

- 1. Almacenamiento.
- 2. Transporte.
- 3. Tiempos de la operación.

- 4. Costes de los envíos.
- Canales que más me conviene utilizar: venta directa, distribuidores, tiendas online,
 etc. (Campos, y otros, 2013)

5.6. PRECIO

Definido como la contraprestación realizada por los clientes a cambio del producto comercializado. Es un instrumento de estímulo de la demanda y un factor determinante de la rentabilidad a largo plazo. Es el instrumento más fácil y rápido de modificar, pero es también una herramienta clave. El precio es un indicador de la calidad, particularmente no existe otro tipo de medidas. (Campos, y otros, 2013)

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc.

Es un bien que se recibe en un intercambio q normalmente tiene un conjunto de atributos tangibles o intangibles como los aspectos sociales y psicológicos. (Morales Castro & Morales Castro, 2010)

5.7. PRODUCTO

Supone la determinación de los atributos y presentaciones ofrecidas al mercado para satisfacer sus necesidades. Es la primera decisión que se debe tomar al diseñar las acciones comerciales. La definición del producto se centra, además de en sus características o atributos, en los beneficios que ofrece, las emociones y las experiencias que proporciona. Además, se incluyen otras decisiones sobre la oferta, como las relacionadas con el ciclo de

vida, la marca, el envase, los servicios adicionales y el desarrollo de nuevos productos. (Campos, y otros, 2013)

Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc.

Es un bien que se recibe en un intercambio q normalmente tiene un conjunto de atributos tangibles o intangibles como los aspectos sociales y psicológicos. (Morales Castro & Morales Castro, 2010)

5.8 PROMOCIÓN

Se incluyen todos aquellos medios, canales y técnicas que van a dar a conocer nuestro producto. Con la eclosión del universo online, las posibilidades de realizar una buena promoción son muchas, asequibles para cualquier presupuesto y muy distintas en concepto y filosofía.

En la actualidad, a los medios tradicionales (outbound), como pueden ser vallas publicitarias o anuncios en radio o televisión, debemos sumar estrategias de <u>inbound</u> marketing. Estas son mucho más amables y menos intrusivas, basadas en contenidos elaborados y bien argumentados y, sobre todo, con valor añadido para los posibles clientes. (Campos, y otros, 2013)

5.9 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Están constituidas x organizaciones independientes q participan en los procesos de colocar un producto o servicio para su uso o consumo. Los intermediarios logran una mayor

eficiencia en la tarea de colocar los bienes al alcance de los consumidores a través de sus contactos, experiencia, especialización y escala de operación. los productos deben estar disponibles en las cantidades necesarias en el lugar correcto y en el momento oportuno para tantos consumidores sea posible, al mismo tiempo, la empresa debe tener niveles de inventarios óptimos con el fin de satisfacer la demanda.

Hay dos tipos de intermediarios:

- Comerciantes que adquieren el título de propiedad de los productos
- Agentes quienes sirven de contacto entre el productor y vendedor. (Morales Castro & Morales Castro, 2010)

Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. (Baca Urbina, 2010)

Es el camino que siguen los productores al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor. (Pasaca, 2017)

5.10 ESTUDIO TÉCNICO DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacios físicos y recursos humanos. Este estudio enfoca a tres aspectos fundamentales: tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional. (Pasaca, 2017)

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (en este caso, equipo, maquinaria, instalaciones, edificios, etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio también en ellas se incluyen la definición de materia prima y los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha (mantener) el funcionamiento de la factoría.

Mediante el estudio técnico se determina la mejor localización de las instalaciones, esto es, se debe de dar un sitio que ofrezca todas las características que permitan que el proceso de producción se desarrolle de manera eficiente, además, es necesario que se encuentre a una distancia optima de los mercados de consumidores y de materia prima, circunstancia que ayuda a minimizar costos y gastos (Morales Castro & Morales Castro, 2010)

5.11 MACRO LOCALIZACIÓN

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional para su representación y recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. (Pasaca, 2017)

5.12 MICRO LOCALIZACIÓN

En este punto y apoyarlos preferentemente en la representación gráfica, mapas y planos urbanísticos, se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local. (Pasaca, 2017)

En este aspecto se requiere identificar de manera específica en qué terreno se ubicará la planta y/o las instalaciones que contempla el proyecto. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

5.13 CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el rendimiento que puede alcanzar el componente tecnológico en un período en tiempo determinado. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo. (Pasaca, 2017)

5.14 CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el rendimiento con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado. (Pasaca, 2017)

5.15 CAPACIDAD FINANCIERA

Es importante analizar las condiciones financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero. (Pasaca, 2017)

5.16 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Es la condición de tener claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender. (Pasaca, 2017)

5.17 INGENIERÍA DE PROYECTOS

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos pata los requerimientos óptimos de producción tiene que ver fundamentalmente con la construcción

de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo, así como la maquinaria y equipamiento. (Pasaca, 2017)

5.18 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA EMPRESARIAL

Es fundamental en la etapa de operación determinar la estructura organizativa con que cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el talento humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompañan con el manual de funcione, esta estructura tiene que ver con la departamentalización. (Pasaca, 2017)

Mediante esta actividad se determina el mecanismo administrativo estructural con base en el cual operará la organización. Asimismo, se establece el funcionamiento organizacional en términos de puestos, líneas de autoridad, responsabilidad, funciones, coordinación entre los elementos humanos que integran la organización y, por otra parte, configura la constitución jurídica de ella, es decir, los trámites legales que debe cumplir para su funcionamiento dentro del marco legal. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

5.19 FUNCIONES (EMPRESARIALES) DEL TALENTO HUMANO

La Gestión del Talento Humano. Es el conjunto de procesos necesarios para dirigir a las personas dentro de una empresa, partiendo del reclutamiento, la selección, la capacitación, la evaluación del desempeño, las recompensas, la salud ocupacional y el bienestar general de los trabajadores. (Vivallo, 2012)

5.20 ESTUDIO FINANCIERO

Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente. Para realizar la inversión se asignan precios de mercado a cada uno de los activos que se usarán para generar el producto y/o servicio, así como los costos de las fuentes de financiamiento, los costos de operación del proyecto y la rentabilidad de la inversión. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

5.21 PRESUPUESTO

Es un plan operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

En otras palabras, hacer un presupuesto es simplemente sentarse a planear lo que quieres hacer en el futuro y expresarlo en dinero. Un ejemplo son los viajes. Uno se pone a planear, entre otras cosas, cuánto hay que gastar en pasajes o gasolina, comidas y hospedaje. Y ya que has visto todo eso, entonces sabrás <u>cuánto necesitas ahorrar</u> y, por lo tanto, cuándo te podrás ir. (Morales Castro & Morales Castro, 2010)

5.22 COSTO

Se refiere al valor monetario de los gastos de las materias primas, equipos, suministros, servicios, mano de obra, productos, etc., que se utilizan para la creación del producto o servicio. Se trata de una cantidad que se registra como un gasto en los registros de contabilidad (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

5.23 INGRESOS

Comprenden el importe generado por ventas totales menos las devoluciones y descuentos, de lo que resulta el importe de ventas netas. Para efectos de presentación es posible desglosar las ventas en nacionales y de exportación o de productos principales y secundarios. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

Son valores recibidos o causados por la empresa como resultados de las actividades que realiza, con el propósito de obtener una ganancia. (Espejo Jaramillo, 2007)

5.24 GASTOS

Representan los valores pagados o causados por la empresa por servicios recibidos y adquiridos, los mismos que son necesarios para su funcionamiento. Los gastos constituyen una perdida para la empresa porque no se pueden recuperar. (Espejo Jaramillo, 2007)

5.25 FLUJO DE CAJA

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los lujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activo. (Pasaca, 2017)

5.26 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados es un informe financiero que presenta de manera ordenada y clasificada los ingresos generados, los costos y gastos incurridos por la empresa en un periodo determinado. La diferencia entre los ingresos y gastos constituyen la utilidad o pérdida del ejercicio económico. (Espejo Jaramillo, 2007)

5.27 FUENTES DE FINANCIAMIENTOS

Todas las empresas necesitan dinero para sus diferentes actividades: La formación de una empresa requiere capital inicial para la compra del equipo esencial.

- ✓ Para la operación del día a día las empresas necesitan capital de trabajo, dinero para cubrir pagos, gastos y existencias.
- ✓ Para el crecimiento y la expansión se requiere financiamiento para poder incrementar los activos fijos de la empresa. Igualmente necesita mayor capital de trabajo.
- ✓ La expansión se puede lograr adquiriendo otros negocios. Para la adquisición se necesita financiamiento de otras empresas.
- ✓ Situaciones especiales como baja en las ventas, crisis económicas, aumentos en la demanda del producto, pueden requerir apoyo financiero para evitar que el negocio quiebre.
- ✓ Muchas veces se solicita financiamiento para apoyar la investigación y desarrollo de nuevos productos o invertir en nuevas estrategias de marketing

5.28 AMORTIZACIONES

Las amortizaciones son reducciones en el valor de los <u>activos</u> o <u>pasivos</u> para reflejar en el sistema de <u>contabilidad</u> cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor.Con las amortizaciones, los costes de hacer una inversión se dividen entre todos los años de uso de esa inversión (Vivallo, 2012)

5.29 DEPRECIACIONES

La utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa hace que los mismos sufran desgastes o pierda vigencia y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad; esto hace que deba preverse el remplazo de los mismos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los interese de la empresa. (Pasaca, 2017)

Se refiere a una disminución en el tiempo del valor de los activos de una empresa. Esta disminución de su valor afecta tanto el valor del mercado del bien, como el valor para el propietario. Entre las principales causas se encuentran deterioro y obsolescencia. (Fernandez Espinoza, 2017)

5.30 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad. Los valores obtenidos en el flujo de caja, se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática.

El Van se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significan que se trasladan al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de inversión. (Pasaca, 2017)

es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos de efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

5.31 TASA INTERNA DE RETORNO

Constituye la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto, se la considera también la tasa de interés que podría pagarse por un crédito que financie la inversión. (Pasaca, 2017)

Ésta es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero, o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo igualen el monto de la inversión. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento ®, que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivo) sea igual ala valor actual de los flujos de inversión negativos. (Fernandez Espinoza, 2017)

5.32 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recupera la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del el flujo de caja y el monto de la inversión. (Pasaca, 2017)

Mediante la aplicación de este método se puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión inicial neta, es decir, en cuántos años los flujos de efectivo igualarán el monto de la inversión inicial. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

5.33 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

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

- Si la relación ingreso/ egresos es = 1 el proyecto e indiferente
- Si la relación es mayor 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es menor 1 el proyecto no es rentable (Pasaca, 2017)

5.34 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.) (Pasaca, 2017)

mide la variación que se produce en el rendimiento del resultado del proyecto de inversión (principalmente el VPN), como consecuencia de la modificación de alguna de las variables que determinan la rentabilidad o los beneficios, considerando que las demás variables no cambian. (Morales Castro & Morales Castro , 2010)

5.36 MARCO REFERENCIAL

5.36.1TESIS Nº1

Tema: ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA GRANJA AVÍCOLA DE PONEDORAS SEMI TECNIFICADA EN EL MUNICIPIO SAN SEBASTIÁN DE YALÍ, DEPARTAMENTO DE JINOTEGA EN EL PERIODO (2016-2019).

Resumen Nº1

Se presenta un estudio de pre-factibilidad para el funcionamiento de una granja avícola de gallinas ponedoras en el municipio de San Sebastián de Yalí para la producción de huevos de consumo en un sistema de manejo semi-tecnificado. En la propuesta se contempla que la granja operara con una base de 3,000 aves. Uno de los objetivos de la granja además del abastecimiento de huevos, es promover el consumo de huevo de gallina en la dieta cotidiana de la población de San Sebastián de Yalí. El análisis del mercado realizado en la zona determino, que la granja operara en una zona donde la oferta de huevos es baja y la

demanda es alta lo que asegura la venta total de los huevos producidos tanto en el municipio, a su vez se ofertara a los productores de la zona gallinaza como fertilizante o para la alimentación animal lo que ayudara a disminuir el impacto que tiene el uso agroquímicos en los suelos de la zona y a mejorar la alimentación de los animales. El plan de inversiones supone la construcción de una galera equipada para el manejo de las aves. El análisis financiero demostró que la propuesta es factible de implementación debido a que logra una rentabilidad del 50.23% con una relación beneficio costo de C\$ 1.20. Se comprobó que tan sensible es la propuesta obteniendo que la misma soporte una disminución del 19% en los ingresos lo que genera una relación beneficio costo de 1.10, en cambio al incrementarse los costos de producción (11.5%) se obtiene una relación beneficio costo de 1.08. Por lo anterior se puede afirmar que la propuesta es viable en los términos en que la misma fue formulada. (Flores Lopez & Palacios, 2016)

5.36.2 TESIS N° 2

Tema: ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN PLANTEL AVÍCOLA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS EN LA PARROQUIA DE CONOCOTO, PROVINCIA DE PICHINCHA

Resumen n°2

En la actualidad debido a la creciente expansión del Distrito Metropolitano de Quito, se ha dado un fenómeno migratorio hacia los valles de la provincia, específicamente al Valle de Los Chillos, teniendo como principal característica el clima cálido que ofrece, su rápido crecimiento y el estatus que brinda a todas las familias que han optado como un sitio para vivir alejado del bosque de cemento que comúnmente se lo llama a las grandes ciudades industrializadas. El crecimiento acelerado que ha tenido en los últimos años esta zona de la

provincia abarca cinco parroquias con una tasa de crecimiento sostenida del 4,3% anual, convirtiéndose en un sector productivo en potencia y con gran alcance. Bajo esta perspectiva, la Administración Zonal Valle de Los Chillos es un foco importante para el desarrollo de nuevos proyectos, y en particular aquellos con productos de consumo masivo que van en relación directa a su población y crecimiento. Es así como el estudio para la creación de un plantel avícola para la producción y comercialización de huevos en esta zona se torna muy interesante. Dentro del desarrollo de esta idea es necesario llevar a cabo un sin número de estudios de pre factibilidad con el objetivo de determinar la viabilidad del mismo así como la aceptación en el mercado y sus consumidores. Después de realizar cada uno de los estudios necesarios se determina que existe una demanda insatisfecha, con un mercado objetivo amplio y 2 en crecimiento, en donde los productos de la competencia existente en la actualidad son traídos desde otras provincias incrementando costos al mismo. El estudio técnico establece la factibilidad del proyecto en todos sus requerimientos, desde la disponibilidad de mano de obra, maquinaria, infraestructura y ubicación, estableciendo su micro localización dentro de la parroquia de Conocoto, debido a su accesibilidad, disponibilidad, centro de todas las actividades comerciales e industriales en la zona. El análisis financiero con sus respectivos criterios de evaluación proporcionan la última palabra en la viabilidad del proyecto, arrojando resultados positivos para su desarrollo y determinando el monto de inversión que se requiere, es así como tanto desde el punto de vista del proyecto sin financiamiento así como con financiamiento los índices financieros determinan positivamente la implementación del proyecto. El proyecto pasa a tomar el nombre de Productora de huevos "El Valle" Cía. Ltda., establecida dentro del territorio ecuatoriano bajo sujeción a los diferentes entes de control como la Superintendencia de Compañías, el MAGAP y otros, fortaleciendo el crecimiento de la

zona y brindando a sus pobladores una oportunidad de trabajo y desarrollo humano en todas sus áreas. (Nuñez Gamboa, 2010)

6. METODOLOGIA

6.1. TIPOS DE MUESTREO.

6.1.1. Muestreo probabilístico

Son aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra, solo estos métodos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables. Dentro de los métodos de muestreo probabilístico se encuentran los siguientes tipos.

- 6.1.1.1. Muestreo aleatorio. En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de forma parte de ella, Por lo tanto, es el tipo de muestreo que se debe utilizar en las investigaciones, por ser riguroso y científico.
- 6.1.1.2. Muestreo aleatorio simple. En un muestreo aleatorio simple todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. La selección de la muestra puede realizarse a través de cualquier mecanismo probabilístico en el que todos los elementos tengan las mismas opciones de salir.
- 6.1.1.3. Muestreo aleatorio estratificado. Cuando se realiza un estudio es frecuente interesarse en estudiar una serie de subpoblaciones (estratos) de la población, por tanto, es muy importante que en la muestra haya representación de todos y cada uno de los estratos

considerados. El muestreo aleatorio simple no garantiza que tal cosa ocurra. Para evitar esto, se saca una muestra de cada uno de los estratos.

Para el siguiente proyecto de factibilidad de va a utilizar el muestreo aleatorio simple.

6.2. POBLACIÓN

De acuerdo al censo de población y vivienda 2010, la población del Ecuador es de 14'483.499 habitantes, la provincia de Loja cuenta con 448.966 habitantes, representando el 3.1% de la población nacional, ocupando el décimo lugar entre las provincias más pobladas del Ecuador.

La población del cantón Loja, está conformada en su mayor parte por mujeres que representa el 51,84% y en un 48,16% por hombres. El índice de feminidad es de 107, es decir por cada 100 hombres existen 107 mujeres.

Dentro de la estructura de la población del cantón Loja, tenemos que el 59,51% está conformado por población joven (0-29 años), seguido de población adulta (30-64 años) que representa el 33,58%, y finalmente por adultos mayores (65 años y más) que significa el 6,89%. (Mejía, 2014)

En la ciudad de Loja, la población urbana asciende a 170.280 con una tasa de crecimiento del 2,65 %, que representa el 79.3% de la población total. En el área rural, viven 44.575 personas, que representa el 20.7% de la población. (INEC-Fascilulo, 2010)

Es por ello que se necesita conocer la realidad actual del mercado en cuanto a la cantidad de demandantes y a futuro, por lo tanto se procede a proyectar la información.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN EN FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA, AÑO 2018

Nomenclatura

Pb	i	n
170280 habitantes	Porcentaje de crecimiento	Año a proyectar = 8
45570 familias	poblacional	

Proyección de la demanda

Datos

DF= Demanda Futura

DA= Demanda Actual

n= periodo de tiempo

i= tasa de crecimiento

$$P_f = Pb \ (1+i)^n$$

$$P_f = 45.570 (1 + 0.0265)^8$$

$$P_f = 45.570 (1,0265)^8$$

$$P_f = 45.570 (1,232740401)^8$$

$$P_f = 56.176$$

Población final por familias = 56.176

DETERMINACIÓN DE MUESTRA EN LA CIUDAD DE LOJA

Para la aplicación de las encuestas que se emplea como la técnica la recopilación de información al tratarse de una población de gran tamaño no es posible trabajar con todos sus elementos, es por ello que se recurre a trabajar con una muestra cuyo tamaño se calcula a continuación:

Datos:

n= Numero de encuestas

N= Población total

E= Error experimental

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

Z= Nivel de confianza

$$A = \frac{N.Z^{2}.P.Q}{[(n-1)e^{2}] + Z^{2}.P.Q} =$$

$$A = \frac{(56.176)(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{[(56.176 - 1)(0,05)^2] + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} =$$

$$A = \frac{(56.176).(3,8416).(0,5).(0,5)}{[(56.176)(0,0025)] + (3,8415).0,5.0,5} =$$

$$A = \frac{53951,4304}{140,44 + 0,960375} = 381.5509$$

Número de encuestas a realizar= 382

Determinación de encuestas a realizar por sector en la ciudad de loja

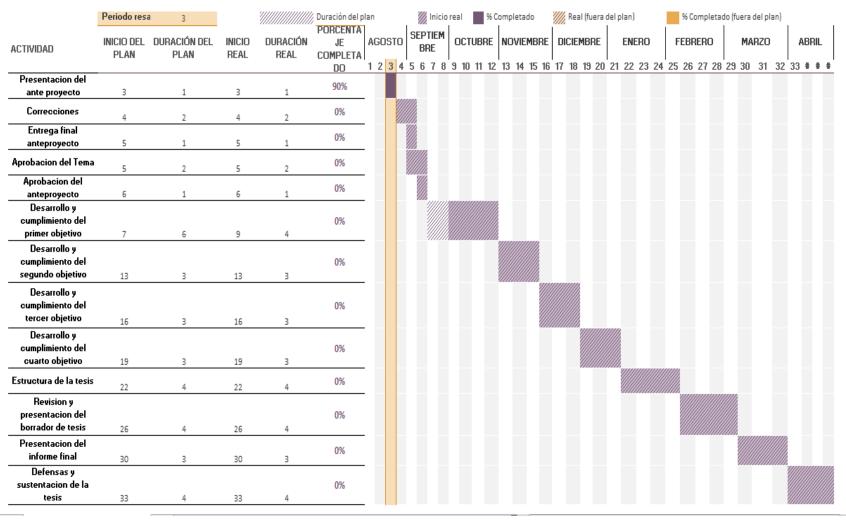
		PORCENTAJE	N° DE
PARROQUIA	FAMILIAS	%	ENCUESTAS
Sucre	14 693	28	108
Sagrario	5 247	10	38
El Valle	5 247	1	38
San Sebastián	7 348	14	53
Caringan	7 348	14	53
Punzara	12 596	24	92
Total	52 478	100	382

6.3. PROCEDIMIENTO

El procedimiento a seguir en el presente estudio, primeramente, se va a realizar una observación directa, previo a esto se realizará un esquema de encuestas y entrevista, misma que serán aplicadas a la población (todo esto en base al tamaño de la muestra) de la Cuidad

de Loja, una vez concluida con la aplicación de las encuestas se procederá a analizar e interpretar los resultados.

1. CRONOGRAMA



1. PRESUPUESTO

ESTUDIOS	COSTO
ESTUDIO DE MERCDO	
Toma de la información	50,00
Procesamiento de la información	30,00
Levantamiento de textos	25,00
Presentación de resultados	15,00
ESTUDIO TÉCNICO	
Asesorías	70,00
Levantamiento y procesamiento de la información	80,00
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	
Diseño, estructura y distribución del personal	150,00
ESTUDIO FINANCIERO	
Estudios preliminares	100,00
Capital propio	100,00
Financiamiento	150,00
TOTAL INVERSION	770,00

El costo total de la inversión para realizar el siguiente proyecto sería de 770.00 dólares

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

- Baca Urbina , G. (2010). *Evaluacion de proyectos* (Sexta edicion ed.). México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Campos, A., Molina, A., Lorenzo, C., Diaz, E., Blazquez, J., Cordente, M., & Gomez, M. (2013). Fundamentos del marketing. ESIC.
- Carlos, P., & Gabriel, P. (2018). *EL PLROYECTO DE INVERSIÓN COMO ESTRATEGIA GERENCIAL.*México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Cordoba Padilla, M. (2011). Formulacion y evaluacion de proyectos. Bogota: ECOE Ediciones.
- Espejo Jaramillo, L. B. (2007). Contabilidad general. Loja: EDILOJA Cía. Ltda.
- Fernandez Espinoza, S. (2017). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera.* Costa Rica: Tecnologica de Costar Rica.
- Flores Lopez, L., & Palacios, A. F. (Enero de 2016). *Universidad Nacional Agraria*. Obtenido de Universidad Nacional Agraria: http://repositorio.una.edu.ni/3342/1/tne70f634.pdf
- INEC-Fascilulo. (2010).
- Mejía, G. (2014). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Loja: Municipio de Ñpka.
- Morales Castro , A., & Morales Castro , J. A. (2010). *Proyectos de inversion evaluacion y formulacion*. México, D. F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Nuñez Gamboa, R. D. (2010). Escuela Politecnica de Ejercito. Obtenido de https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1896/1/T-ESPE-026743.pdf
- Pasaca, M. E. (2017). Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion. Loja: GRAFICPLUS.
- Pintado Blanco, T., Sanchez Herrera, J., Ildefonso Grande, E., & Estevez Muñoz, M. (2011). Introduccion a la investigacion de mercado. España: ESIC EDITORIAL.
- Vivallo, A. (2012). Formulacion y evaluacion de proyectos.

INDICE

PC	ORTADA	i
CF	ERTIFICACIÓN	ii
A	UTORÍA	iii
C	CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.	iv
DE	EDICATORIA	V
A (GRADECIMIENTOS	vi
a.	TÍTULO	1
b.	RESUMEN	2
SU	UMMARY	4
c.	INTRODUCCIÓN	6
d.	REVISIÓN DE LITERATURA	8
	Revisión de Referencial	8
	Marco conceptual	10
]	PARROQUIA DE JIMBILLA	10
	La parroquia Jimbilla, fue elevada a parroquia el 28 de noviembre de 1956, por el Alfredo Mora, alcalde en ese entonces del cantón Loja y el 06 de marzo de 1957 hecho por el doctor Camilo Ponce, presidente de la República, acontecimiento que en el RO N°- 299 del mes de agosto del mismo año	se oficializa el ue fue publicado
HI	ISTORIA DEL HUEVO	11
VA	ALORACIÓN NUTRICIONAL	12
DE	EFINICIÓN DEL HUEVO	13
	Marco Teórico	14
PR	ROYECTO DE FACTIBILIDAD	14
ΤI	IPOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	18
IN	NVESTIGACIÓN DE MERCADO	18
ES	STUDIO DE MERCADO	19
PR	RODUCTO	21
PR	RECIO	2 3
PΙ	LAZA	2 3
PR	ROMOCIÓN	24
ES	STUDIO TÉCNICO DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD	25
М	IACRO LOCALIZACIÓN	25

MICRO LOCALIZACIÓN	25
En este punto y apoyarlos preferentemente en la representación gráfica, mapas y planos urbanísticos, se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local. (Pasaca M. E., 2017, pág. 58)	25
CAPACIDAD INSTALADA	25
CAPACIDAD UTILIZADA	25
CAPACIDAD FINANCIERA	26
CAPACIDAD ADMINISTRATIVA	26
INGENIERÍA DE PROYECTOS	26
FUNCIONES (EMPRESARIALES) DEL TALENTO HUMANO	26
ESTUDIO FINANCIERO	32
PRESUPUESTO	32
COSTO	32
UTILIDAD DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	33
INGRESOS	34
GASTOS	34
FLUJO DE CAJA	34
ESTADO DE RESULTADOS	36
FUENTES DE FINANCIAMIENTOS	36
AMORTIZACIONES	37
DEPRECIACIONES	37
VALOR ACTUAL NETO	37
TASA INTERNA DE RETORNO	37
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	38
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	38
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	39
e. MATERIALES Y METODOS	41
Técnicas	42
Procedimiento	43
f. RESULTADOS	47
g. DISCUSIÓN	63
ECTUDIO DE MEDCADO	62

ESTUDIO TECNICO	75
ESTUDIO FINANCIERO	104
EVALUACION FINANCIERA	152
h. CONCLUSIONES	163
i. RECOMENDACIONES	165
j. BIBLIOGRAFÍA	166
k. ANEXOS	167
INDICE	203