UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS"

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA"

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

Johanna Lorena Morocho Correa

DIRECTOR:

Ing. Carlos Rodríguez

MED
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

LOJA – ECUADOR
2014

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Mg. Carlos Rodríguez Armijos
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido el trabajo de investigación de Pregrado de la señora Johanna Lorena Morocho Correa, titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA", el mismo que cumple los requisitos de forma y fondo que exige el Reglamento del Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por lo que autorizo a la autora la presentación de la Tesis ante la autoridad académica correspondiente.

Loja, Enero de 2014

Ing. Com. Mg. Carlos Rodríguez Armijos
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Johanna Lorena Morocho Correa declaro ser autor(a) 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: Johanna Lorena Morocho Correa

FIRMA: .....

CÉDULA: 1104783012

FECHA: Loja, Enero de 2014

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

Yo, Johanna Lorena Morocho Correa declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA Como requisito para optar al Grado de: INGENIERA COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

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

FIRMA:.....

AUTORA: Johanna Lorena Morocho Correa

CÉDULA: 1104783012

DIRECCIÓN: Catacocha Cantón Paltas

CORREO ELECTRÓNICO: joviss89@live.com

TELÉFONO: 2683246

CÉLULAR: 0997262750

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Com. Mg. Carlos Rodríguez Armijos

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Galo Salcedo	(Presidente)
Dr. Luis Quizphe	(Vocal)
Ing. Edison Espinoza	(Vocal)

DEDICATORIA

Quiero dedicar con mucho amor y cariño el presente trabajo de tesis a mis Padres, mis hermanos, a mi esposo y a mi hija, por brindarme su apoyo incondicional dándome la fortaleza para culminar este proyecto, quienes supieron comprenderme y apoyarme por mi ausencia, tanto en la formación profesional como en la realización de esta investigación.

Johanna Lorena Morocho Correa

DEDICATORIA

Quiero dedicar con mucho amor y cariño el presente trabajo de tesis a mis Padres, mis hermanos, a mi esposo y a mi hija, por brindarme su apoyo incondicional dándome la fortaleza para culminar este proyecto, quienes supieron comprenderme y apoyarme por mi ausencia, tanto en la formación profesional como en la realización de esta investigación.

Johanna Lorena Morocho Correa

.

AGRADECIMIENTO

Mi eterno agradecimiento va dirigido a la Modalidad de estudios a Distancia de la Universidad Nacional de Loja, al personal Administrativo y Docentes de la carrera de Administración de Empresas, quienes con generosidad y absoluta sinceridad impartieron sus sabios conocimientos y experiencias, brindando comprensión y ayuda en nuestra formación profesional.

A Dios, por darme la oportunidad, de ser parte de tan prestigiosa institución educativa

Johanna Lorena Morocho Correa

a. “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

El Cantón Paltas posee unos lugares turísticos reconocidos nacional e internacionalmente como son la Piedra del Shiriculapo, museos, piedras jeroglíficas, revelaciones de nuestros antepasados del Preincaico Palta, una cultura arraigada de respeto y trascendencia nacional, hacer que los que transitan por esta población se sientan admirados y llenos de curiosidad al recorrer por estos sitios turísticos, y aun que mi proyecto lo enfoco algo que nace no como un deseo de cumplir requisitos para obtener mi grado, sino conocer y analizar que puedo proponer en beneficio de mi ciudadanía y mío propio, lo hago arraigado en base a la importancia que tiene la gastronomía ecuatoriana, y en lo que se va a crear un local de comidas típicas donde mezclare el arte moderno con el clásico y las remembranzas de la cultura Palta, en torno de la realidad del Cantón Paltas y de la Provincia Loja.

Para lograr realizar la investigación, se platea el siguiente objetivo general: "Elaborar un Proyecto de Factibilidad para la implementación de una Local de Comidas Típicas, para el cantón Paltas de la provincia de Loja"

Para lo que se utilizaron los métodos investigativos como el científico, deductivo, inductivo, analítico, estadístico, histórico que guiaron el proceso de desarrollo para implementar el local de comidas típicas, así como el uso de técnicas como la observación y encuesta para recopilar información sobre las necesidades de la población.

Para lograr cumplir con los objetivos previstos en primer lugar se seleccionó bibliografía sobre empresas comerciales, para en forma posterior sintetizar datos pertinentes, eliminando información redundante; una vez aplicado el instrumento de recolección de información se determinaron los datos para elaborar el estudio de mercado, técnico y organizacional, con los datos reunidos se elaboró el estudio financiero.

La capacidad instalada le permite tener una producción de 87600 platos al año. La empresa se ubicará en el Cantón Paltas en las calles Manuel Vivanco entre Manuel Celi y José Pacífico Ortiz la Parroquia, lugar que cuenta con todos los servicios básicos indispensables y se encuentra dentro del mercado a abastecer.

Para su implementación se requiere una inversión de 115.009,41 dólares cuyo financiamiento se prevé será por préstamos y por capital de los socios.

El costo de producción para el primer año es de 175.025,84 dólares y el precio de venta establecido es de $3.53 dólares.

El Valor Actual Neto del Proyecto es de 30.024,656 dólares; la tasa interna de retorno de la inversión es de 16,040%; la relación beneficio costo es de 1.14 dólares, por cada dólar invertido se obtiene 0.14 centavos de utilidad; la inversión se recuperará en 3 años, 6 meses.

Y de igual manera se realizaron las conclusiones y recomendaciones

ABSTRACT

The Canton has some tourist attractions Paltas recognized nationally and internationally such as stone Shiriculapo , museums, hieroglyphic stones , revelations of our ancestors preincaico Palta , an entrenched culture of respect and national importance , make this city transiting feel admired and full of curiosity to explore these tourist sites, and even my project is focused not something born of a desire to fulfill requirements for my degree , but know that I can propose and analyze the benefit of my citizenship and my own, I do rooted based on the importance of Ecuadorian food, and what is going to create a local typical food which will mix modern art with classic and memories of Palta culture around the reality of Canton avocado and Loja Province .

Conduct research to achieve the following overall objective Silvers : " Prepare a Draft Feasibility implementing a Typical Local Food for the Avocado canton in the province of Loja "

For what as scientific research methods , deductive , inductive, analytical , statistical, historical guiding the development process to implement the local traditional foods were used, and the use of techniques such as observation and survey to gather information on the needs of the population.

In order to meet the objectives set out in the first place literature on commercial companies was selected for posteriorly synthesize relevant data , eliminating redundant information , once the instrument of data collection applied the data were determined to develop market research , technical and organizational data collected with the financial study was developed.

Installed capacity allows you to have a production of 87600 meals a year. The company will be located in the Canton Paltas Manuel Vivanco street between Pacific and José Manuel Ortiz Celi Parish , a place that has all the essential basic services and is in the market to supply .

To implement an investment of $ 115,009.41 which funding is expected to be borrowing and capital partners is required.

The production cost for the first year is $ 175,025.84 and the sale price set is $ 3.53.

The Net Present Value of the project is $ 30,024.656 , the internal rate of return on investment is 16,040 %, the cost benefit ratio is $ 1.14 for every dollar invested 0.14 cents profit is obtained , the investment will in 3 years , 6 months.

c. INTRODUCCIÓN

El Cantón Paltas al igual que otros sitios que conforman la hoya lojana posee una gran diversidad gastronómica diferenciada y única en el país, siendo un elemento Importante de desarrollo, dentro de la actividad turística en razón de ser un recurso cultural, tangible capaz de transmitir una imagen simbólica del lugar a visitar, estableciéndolo como uno de los elementos de comunicación turística de este destino.

En el cantón Paltas, existe una variedad de sectores en los que se puede efectuar inversiones, lo que permitirá mejorar la situación económica de la población y de esta forma disminuir que la población busque mejores oportunidades laborales en otras ciudades en los que exista plazas de trabajo.

El sector gastronómico no ha recibido ningún tipo de apoyo para mejorar su actual situación, en Paltas existe una rica gastronomía que no es aprovechada por sus moradores debido a una inadecuada organización y planificación.

En el cantón Paltas no existen restaurants de comidas típicas, en el sector existen restaurants que no llevan mayor cuidado en su presentación, sin existir normas de calidad, ofreciendo poca variedad en comidas típicas en las que la población pueda dar a conocer su variedad gastronómica.

Para lograr dar solución a la problemática presentada se establecieron objetivos específicos entre los que cita los siguientes:

Desarrollar una Investigación de Mercado a través del que se pudo determinar la oferta y demanda, para efectuar la proyección a 10 años determinado la demanda insatisfecha que puede ser cubierta por la empresa..

El Plan de Comercialización se lo estableció a través de la definición de las estrategias orientadas a las 4 P con respecto a Plaza, Precio, Promoción y Producto.

El Estudio Técnico permitió determinar el tamaño de la empresa, como los procesos, localización y distribución de la nueva empresa.

El Diseño Organizacional definió los organigramas estructurales, como la base filosófica y legal para la constitución de la empresa.

El Estudio económico y presupuestario determinó las inversiones a efectuar para establecer los ingresos y egresos determinando costos fijos y variables que permitan determinar los indicadores de rentabilidad de la empresa de comidas típicas.

Para lograr dar cumplimiento a los objetivos se sigue el siguiente esquema:

Se realizó la recopilación de información bibliográfica la misma que estuvo acorde al contenido de un proyecto de inversión se efectuó la recopilación de varios autores sobre empresas comerciales de lo que es estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, análisis financiero.

Con la muestra calculada se aplicó el instrumento de recolección de información el mismo que fue la encuesta, la que se la aplicó de acuerdo a los segmentos poblacionales establecidos definiéndose el análisis e interpretación de los resultados.

En la discusión de resultados se elaboran los distintos estudios a partir de los datos determinados, respaldando en la presentación de proformas de los diversos equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Una vez efectuado los distintos estudios y obtenidos los resultados de factibilidad del proyecto de inversión se elaboran las conclusiones y recomendaciones.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

La Culinaria o arte culinario

Es una forma creativa de preparar los alimentos y depende mucho de la cultura, en términos de conocimientos respecto a los alimentos, su forma de prepararlos, así como de los rituales sociales establecidos alrededor de la comida. No hay que confundirlo con gastronomía, que englobaría a esta en un campo más general dedicado a todo lo relacionado con la cocina.[1]

Existe un arte culinario característico en cada pueblo, cultura y región. Hoy en día con el fenómeno de la globalización, con la continua comunicación de millones de personas y la influencia de los medios de comunicación, así como del comercio han conducido a un mayor conocimiento y aprecio de las cocinas foráneas, y una mayor facilidad para acceder a su preparación[2].

Sin embargo, una gran mayoría de esas recetas y sus variaciones tienen sus orígenes en las cocinas tradicionales desarrolladas a lo largo de mucho tiempo, con rituales de preparación transmitidos a lo largo de muchas generaciones.

[1] http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_culinario
[2] Fundación Herdez (en Español), La Cocina Mexicana a través de los Siglos, Editorial Clío.

La cocina tradicional es un arte fundamentalmente social, con caracteres locales y tradicionales, pero la sociedad moderna ha conseguido facilitar su elaboración, apoyado por la fácil adquisición de materias primas que se cultivan, a veces, a miles de kilómetros de distancia. Es importante, en la cocina moderna, esta base de distintos orígenes étnicos y culturales.

Recetario

Una receta de cocina (o simplemente receta), en gastronomía, es una descripción ordenada de un procedimiento culinario. Suele consistir primero en una lista de ingredientes necesarios, seguido de una serie de instrucciones con la cual se elabora un plato o una bebida específico.[3] Suele incluir en algunos casos una lista de los utensilios de cocina adecuados para su realización. Ocasionalmente incluye una descripción social, histórica que motiva la receta.

Las recetas pueden transmitirse a lo largo de la historia de los pueblos, de generación en generación, mediante tradición oral, o escritas mediante su recopilación en libros de cocina o recetarios culinarios. Este conocimiento compilado forma parte importante de la cultura de un grupo humano, su evolución permite conocer los cambios a los que se ve sometida una cultura. Su empleo en estudios sociológicos y antropológicos, o en historia permite conocer las condiciones culinarias, los gustos, e influencias de un periodo.

[3] http://es.wikipedia.org/wiki/Receta_de_cocina

En el siglo XXI las recetas culinarias aparecen frecuentemente en medios de comunicación como programas de televisión, revistas o periódicos.

Receta Estándar

La receta estándar es una lista detallada de los ingredientes necesarios para la preparación de un platillo, aderezo, salsa y guarnición en un formato especial. Como información adicional contiene los costos unitarios, las cantidades utilizadas y los costos totales, mismos que sirven para calcular el precio de la venta de los platillos.[4]

La cocina deberá planear la producción diaria de platillos que confirmen su carta o menú, con el fin de evitar sobrantes de producción, mala presentación y pérdidas de materiales que incrementen el costo del día.

La planeación se hace con base a una revisión diaria de producción que se deriva de las comandas, las cuales se indican día a día el número de platillos que salen de cada uno de ellos y lo que se tiene en la carta para que se apeguen a la realidad. Las recetas estándar se elaboran para determinar los siguientes conceptos.

1. Ingredientes que intervienen en la preparación del platillo.
2. Cantidad de cada uno de ellos, o sea el peso y el tamaño de la porción.

[4] http://www.recetas.net/

3. Costos de ingredientes utilizados.
4. Sistema para la preparación de los ingredientes
5. Presentación del platillo.

Aves de corral

Las aves de corral son aves domésticas utilizadas con fines alimenticios. La carne, huevos y huesos son los principales bienes que se pueden obtener de las aves de corral.[5] En esta sección encontrarás artículos sobre las aves de corral, aspectos como cría, enfermedades, reproducción y características serán abordados para cada una de las especies. Esperamos que los artículos sean de tu agrado, y que encuentres un valor en ellos.

Las Gallinas

Las gallinas son el ave de corral por excelencia. Son criadas con fines alimenticios, para obtener carne y huevos.[6] Las gallinas establecen jerarquías sociales en la que cada cual conoce su lugar en el gallinero, siendo el gallo la cumbre de la pirámide.

Los Patos

Los patos son animales que viven en parejas, y sienten la pérdida de un miembro del grupo. Forman parte de las aves de corral y son explotados por

[5] http://es.wikipedia.org/wiki/Ave_de_corral
[6] http://www.profesorenlinea.cl/fauna/GallinaGallo.htm

su carne y sus huevos. Las especies silvestres que se encuentran en libertad pueden cubrir extensas rutas migratorias.

Pavos

Los pavos en libertad llegan a vivir aproximadamente 10 años. Hoy en día mueren de solo pocos meses, debido a las celebraciones de fin de año.[7] Son explotados principalmente por su carne, aunque también ponen huevos, el ciclo de puesta no los hace atractivos en este sentido.

Gallina Criolla

En Latinoamérica se conocen como gallinas criollas las que son mantenidas en los patios de las viviendas rurales y periurbanas, bajo condiciones de manejo extensivo. Las aves de corral pertenecen al Orden Galliformes.[8] La gallina doméstica común, o pollo, pertenece a la familia Fasiánidas, y su nombre científico es Gallus. Su filo es chordata, su subfilo es vertebrato su clase aves, su género es gallus y su subespecie gallus domesticus Las gallinas criollas no pertenecen a ninguna raza específica, más bien son una mezcla indeterminada de razas de diferentes orígenes.

Las gallinas criollas generalmente deben lograr una porción importante de su alimento mediante la búsqueda y obtención de recursos alimenticios en los

[7] http://www.pronaca.com/site/principalHogar.jsp?arb=1017&cdgMar=2
[8] http://nuestracomidaecuatoriana.blogspot.com/2012/11/caldo-de-gallina-criolla.html

patios o corrales, tales como follajes y semillas de plantas herbáceas, frutos caídos de los árboles frutales, lombrices de tierra, moluscos (babosas y caracoles), insectos y otros artrópodos. Por lo general reciben diariamente una ración variable de granos (maíz) u otros recursos, además de los restos de la comida casera; muchas veces estos suministros no son constantes ni en frecuencia, ni en cantidad, ni en calidad.

Una característica constante de las gallinas criollas es la elevada diversidad de fenotipos, aún en un mismo patio; lo cual es un evidente indicador de la amplia diversidad genética. En cualquier patio o región existen en las gallinas criollas importantes variaciones de tamaño, de color, de tipos de cresta (Ej.: simple, rosa, guisante, doble); de plumaje (Ej.: pirocas, copetonas, barbadas, calzadas, grifas y otras); de esqueleto (Ej.: enanas, ponchas, cinqueñas) y de aptitudes (Ej.: carne, huevos, riña, ornamentales).[9]

Prácticamente en todas las partes del mundo, las familias rurales, campesinas o indígenas mantienen grupos de gallinas en los patios de sus casas conocidas regularmente como “gallinas criollas” y las hay en una gran diversidad en cuanto a tipos, tamaños, colores y conformaciones; tipos de cresta, copetonas, barbadas o “papujas”, cuello desnudo o “chiricanas” o “pirocas”, sin cola o “ponchas" o "mochas”, con las patas emplumadas o “calzadas”, enanas, de plumaje erizo grifas y algunas otras más.

[9] http://nuestracomidaecuatoriana.blogspot.com/2012/11/caldo-de-gallina-criolla.html

La gallina criolla ha estado sometida a una baja presión de selección por parte del hombre y ha sido la selección natural la que determina cuáles animales logran sobrevivir y reproducirse en esas condiciones. Por ello, las gallinas criollas han conservado el comportamiento de cloquez que les permite incubar sus huevos y criar sus pollitos.[10] También han desarrollado una mayor resistencia a las enfermedades que las gallinas de líneas industriales, en las cuales es la selección dirigida por el hombre, por criterios de producción, la que determina la sobrevivencia y reproducción de los individuos. En la avicultura industrial las enfermedades se combaten con higiene, vacunas y medicinas; mientras que las gallinas criollas generalmente deben enfrentar las enfermedades y las que las superan serán los progenitores de la próxima generación.

Local

Se entiende por local a aquellos establecimientos comerciales que tienen como objetivo principal el desarrollo de alguna actividad comercial o económica, pudiendo ser esta de diferente tipo. Los locales pueden variar mucho en términos de tamaño, características, diseño y público al que se dirigen, aunque hay algunas características en común que todos ellos comparten.

Los locales, como establecimientos comerciales o económicos, cuentan con un par de características o rasgos generales que siempre están presentes. Uno de los principales elementos que sirven para definir a un local es que el

[10] http://www.pronaca.com/site/principalHogar.jsp?arb=1017&cdgMar=2

mismo ofrece un tipo de servicio o producto a un tipo determinado de público. El modo en el que logra hacerlo es a través de la compra de ese producto o servicio a un mayorista para luego venderlo al público general. En el caso de algunos servicios, los mismos pueden realizarse en el mismo local.[11]

Restaurante

Vamos a definirlo en principio como un establecimiento donde se sirven alimentos y bebidas. Los llamados como tal, funcionan generalmente en las horas de almuerzo y cena, mientras que los que se especializan en el servicio del desayuno se les califican como cafeterías.

Existen una serie de categorías intermedias, desde la más modesta fonda que sirve un menú, o sea, una serie de alimentos únicos por un precio fijo y en mesas comunes, hasta el más lujoso restaurante a la carta, donde el cliente elige su menú y paga de acuerdo con el servicio y la calidad de los platos que consume.[12]

Comida Típica

Comida típica de alguna región, se le llama a aquellos platillos con características muy especiales y únicas que se tienden a realizar con

[11] http://www.definicionabc.com/economia/local.php#ixzz2QCcekRXX
[12] http://www.islascanarias-restaurante.com/islascanarias/islascanarias/comida-típìca.html

frecuencia en un lugar, ejemplo la comida típica de Venezuela es el Pabellón: Frijoles, arroz y plátanos[13]

Gastronomía

Según la Real Academia de La Lengua, gastronomía significa: Arte de preparar una buena comida.

Pero también podemos observar, que la gastronomía, no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Ya que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de un país. Por lo mismo es que podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. Es así que hablamos de la gastronomía francesa, italiana, china, mexicana, peruana, etc. Todas cuales, se han ido popularizando, con el correr de los años, debido no sólo a que sus inmigrantes las han introducido por todo el mundo, sino que también por su excelencia en la preparación de diversos platos. Platos que han logrado imponerse, en los distintos paladares nacionales.[14]

Historia de la Gastronomía

Es por todo aquello, que existen estudios de gastronomía, los cuales se ven reflejados en diversa literatura. Y es que en la gastronomía, uno puede ver

[13] http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081125121601AARPMoE
[14] http://www.misrespuestas.com/que-es-la-gastronomia.html

una gran gama de elementos o materias, las cuales confluyen dentro del término. Podemos señalar a la historia, la sociología, la antropología, diversas artes, el estudio de los alimentos por parte de la agronomía, etc. Todos elementos o materias presentes en la cultura arraigada de una nación. La cual, con el paso de los siglos, va dando forma a la gastronomía típica de aquel país o región.

Gastronomía en Ecuador

Es una variada forma de preparar platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el país. Esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales –costa, sierra, oriente y región insular– con costumbres y tradiciones diferentes. Los distintos platos típicos y los ingredientes principales varían en función de estas condiciones naturales.[15]

La cocina ecuatoriana está fuertemente influida a lo largo de su historia por los pueblos que conquistaron su territorio: (incas y españoles) y por migrantes que han llegado al país (principalmente chinos); naciendo de esa variación y combinación la Comida Criolla, que debe su nombre asimismo en alusión a la mezcla de razas y culturas ocurridas con el nacimiento del mestizaje y la llegada de los españoles que trajeron consigo la flora y fauna doméstica como los animales e ingredientes o componentes de la ya

[15] http://www.definicionabc.com/economia/local.php#ixzz2QCcekRXX

conocida gastronomía mediterránea que unida a la indígena nativa formó lo que denominamos por hoy en América Latina como “Comida Criolla”. Esta situación le ha proporcionado una gran variedad de técnicas culinarias e ingredientes.[16]

Gastronomía en Loja

La provincia de Loja ha desarrollado una gastronomía única, entre los platos típicos más destacados tenemos: seco de chivo, cecina lojana, sango, repe, los deliciosos cuyes de San Juan de El Valle, entre otros.[17]

Cantón Paltas

Paltas es un cantón de la Provincia de Loja, lleva este nombre por la presencia en estos lares de la aguerrida etnia preincaica Palta, que constituye el elemento fundamental de la etnografía e historia provincial. La Cabecera cantonal de Paltas es la ciudad de Cata cocha.

Turismo

En el barrio de tundunda a las faldas de Pizaca se encuentra una cascada hermosa que en temporada de invierno es espectacular en el mismo sitio en la propiedad de don Carlos Saritama se encuentran un vestigio e indicios de

[16] http://www.misrespuestas.com/que-es-la-gastronomia.html
[17] http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Loja

haber construido una vivienda en una roca gigante, además en el mismo sector se puede tener una vista panorámica de toda la población de Catacocha y sus alrededores en el mirador donde se puede observar una torre de tubo. Bajando por el mismo sector específicamente en el barrio San Pedro (Su nombre se debe a un santo) en el mes de junio cada 30 de cada año se celebra una fiesta en honor al mismo, que está acompañado de castillo, danzas, y cogida de ruedas (viene acompañado de víveres) que cada año se tiene que devolver además tiene como directiva los mismos priostes del lugar y de otros lugares como los residentes de las provincias la cual es una tradición de años de realización.[18]

- Mirador “El Shiriculapo” o Balcón del Inca:

- Balcón del Shiry, jefe de la tribu de los Paltas, es un mirador natural formado por una montaña rocosa de granito, cuya pared lateral occidental desciende en forma abrupta y vertical a unos 150 metros de profundidad. Desde el domo superior que semeja a un balcón excavado en la roca, se puede admirar el sitio Playas y el Valle de Casanga; los cerros Guanchuro, Pizaca, Cango, Pilapila y todos los paisajes del entorno de Catacocha

- Balneario popular “El Almendral”: ubicado a pocos kilómetros de la ciudad de Catacocha en la vía que conduce a Macará y junto al

[18] http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Loja

corredor turístico sur-occidental de la provincia de Loja, aprovechando su riqueza, el entorno natural ofrece el Chorro y enlaza con otro a escasos 100 metros de distancia en el sector los dos puentes. Este balneario permite a la comunidad y a los turistas que con frecuencia lo visitan de opciones alternativas que posibiliten el turismo ecológico.

- Ayuma Canopy Tour: Ubicados en las faldas del cerro Guanchuro a 2 1/2 Km de la ciudad de Catacocha. A 5 minutos del centro poblado de Catacocha, se puede disfrutar de una nueva actividad turística y deportiva en la región sur del país. Canopy, senderos, zona de camping y cafetería, son los servicios básicos que ofrecen a sus apreciados visitantes.

Cultura

El Museo del Colegio Físico Misional Marista: ubicado en la ciudad de Catacocha, en él se encuentran reliquias arqueológicas representativas de los originarios, así como restos de animales y vegetales petrificados, los cuales han sido recogido por los mismos pobladores en los alrededores de la ciudad y sus valles.[19]

[19] http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Paltas

MARCO TEORICO

Proyecto

Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.

IMPORTANCIA DE LOS PROYECTOS

Los proyectos son importantes porque se emprenden para satisfacer necesidades individuales y colectivas necesidades de quienes desean tener un negocio propio, orientadas a un fin mercantil.

Los proyectos son de suma importancia porque tiene como objetivo aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

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

Tesis

La tesis es un texto recepcional que se caracteriza por aportar conocimiento e información novedosa sobre un tema en particular en una extensión de más de 100 cuartillas. El objetivo es la comprobación de un planteamiento o la solución a un problema, a través de la investigación (bibliográfica o de campo) metódica y exhaustiva, a la que se le añade la reflexión sobre el tópico específico de la disciplina.

Además de exponer el estado actual del estudio de un tema, utiliza la información para comprobar la línea central de la reflexión: ideas y hallazgos nuevos en el terreno profesional de la especialidad del autor

Proyectos de factibilidad

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

ARMIJOS, Eduardo; Argumenta que se denomina Proyecto Factible a: “La elaboración de una propuesta viable, destinada atender necesidades específicas a partir de un diagnóstico”[20].

[20] ARMIJOS, Eduardo y Armijos Alex (2009). Guía para la elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, primera edición, Loja - Ecuador, Pág. 204.

Es decir para dar soluciones a problemas se mira los motores que la generan o en donde su raíz principal son las necesidades, el investigador puede empezar a indagar o recorrer el mapa que lo llevará a descubrir la manera de satisfacerlas.

Es necesaria la observación, el estudio de la realidad del mercado que se desea abarcar para conocer la capacidad de atención y su futura viabilidad, si no se aprecia el entorno total, no se puede diagnosticar que tan beneficioso será para la rentabilidad de la empresa su ejecución.

La formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos, o procesos nacen de la necesidad de investigar y dar una nueva óptica a los problemas desde una mirada general y real que al buscar soluciones lo hace en base a lo concreto y posible, por lo que no se estanca en papeles ni simples formatos, sino en la aplicación de recursos, sin dejar de lado lo intangible de la razón.

Por lo que se puede decir, que el proyecto es como un conjunto de pasos, etapas y actividades sistémicas que se deben cumplir para ejecutar una idea, a la vez también un proyecto es un conjunto de ideas encaminadas a dar solución a un problema existente en la sociedad.

Emprendimiento

Es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta,[21] en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

Importancia del Emprendimiento

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica.

Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la "estabilidad" económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado,

[21] FRED R. David "Conceptos de Administración Estratégica", Novena Edición, Pearson Education, México 2003.

que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.[22]

Estructura de un proyecto de factibilidad

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

Proyecto de factibilidad

Se denomina Proyecto Factible a la elaboración de una propuesta viable, destinada atender necesidades específicas a partir de un diagnóstico.[23]

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización y luego determinar, si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar. El estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

---

[22] FISHER, Laura, ESPEJO, Jorge. "Mercadotecnia", Sexta Edición, Mac Graw-Interamericana 2000, Pág. 60

23 SAPAG, Chaín Nassir. "Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación" Mac Graw Hill Bogotá 2001. Pág. 15

Aspectos Generales

Para llevar a cabo el proyecto factible, se debe realizar lo siguiente:

- Diagnóstico de la situación planteada;
- En segundo lugar, es plantear y fundamentar con basamentos teóricos la propuesta a elaborar y establecer, tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar a delante la ejecución. Aunado a esto, se realizará el estudio de factibilidad del proyecto y, por último,
- La ejecución de la propuesta con su respectiva evaluación.

La factibilidad, indica la posibilidad de desarrollar un proyecto, tomando en consideración la necesidad detectada, beneficios, recursos humanos, técnicos, financieros, estudio de mercado, y beneficiarios.

Componentes del estudio de factibilidad

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.[24]

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo
- Estudio Económico

24 URIBE, Augusto. “Introducción al Proyecto”. Edit. Herrero Hnos, 2° Edición 2000, Pág. 12

- Estudio Financiero
- Evaluación Financiera

Estudio de Mercado

KOTLER, P., propone que el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".[25]

Constituye el primer elemente de un proyecto de inversión, está enfocado a la determinación de la oferta y la demanda de un segmento específico.

Es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. El estudio de mercado consta al menos de los siguientes elementos:

Mercado

En esta parte del estudio 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, etc.;

[25] KOTLER, PHILIP, BLOOM PAUL Y HAYES THOMAS, (2004), El Marketing de Servicios Profesionales, Ediciones Paidós Ibérica S.A. Pág. 98

todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado.[26]

En definitiva, este estudio significa el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto.

Demanda

Al ser una fuerza externa, se transforma en una cadena que une, ata y si no está bien dirigida, ocasiona fricción en los procesos de producción, en las cadenas de distribución, en el almacenamiento, en la rentabilidad y en la economía de un país, hasta desencadenar en todo un modelo económico. Analizar la demanda no es una cuestión subjetiva, sino dinámica, objetiva e integral en la marcha de todo negocio.[27]

La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Las necesidades como lo planteó Maslow, son cinco, y el mercado ofrece una variedad de opciones para satisfacerlas acudiendo a estrategias que hacen de una necesidad un gusto o preferencia. De allí que el consumidor se inclina por una u otra opción de satisfacción de la necesidad y en cuanto

[26] AMARO, Raymundo. “Administración de Empresas I”, Editora Tiempo S:A 1998 Pág. 32
[27] URIBE, Augusto. “Introducción al Proyecto”. Edit. Herrero Hnos, 2° Edición 2000, Pág. 12

mayor sea el número de personas que buscan o demandan, aumenta la variedad y diferenciación.[28]

En la mayoría de los proyectos orientados a entregar por primera vez servicios de agua, energía, alcantarillado, telefonía no existe una oferta, lo que determina que el déficit es igual a la demanda y suele estar atado en gran parte al crecimiento de la población.

Oferta

El sistema de economía de mercado, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda. Centrándonos en el estudio de la oferta y la demanda en un mercado de un determinado bien. Supongamos que los planes de cada comprador y cada vendedor son totalmente independientes de los de cualquier otro comprador o vendedor.[29]

De esta forma nos aseguramos que cada uno de los planes de los vendedores dependa de las propiedades objetivas del mercado y no de conjeturas sobre posibles comportamientos. De los demás.

Con estas características tendremos un mercado perfecto, en el sentido de que hay un número muy grande de compradores y vendedores, de forma

[28] WANDESLEY Fernanda, "Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación" Prentice Holl, México 2005. Pág. 34

[29] COSS BU Raúl, "Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión" Noriega editores Limusa, México 2005. Pág. 27

que cada uno realiza transacciones que son pequeñas en relación con el volumen total de las transacciones.

El análisis de la oferta permite identificar cantidad y condiciones de los productos o servicios que se encuentran en el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes. Muestra el comportamiento de los empresarios en el mercado, basados en la ley de la oferta y la demanda.

MIDEROS, H. (2006) declara que la oferta es "La cantidad de bienes o servicios que un cierto número de gerentes (productores) están dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado".[30]

Estudio de la demanda

Este análisis permite conocer el número de posibles clientes que estarían dispuestos a consumir o adquirir los productos o servicio en el mercado. Consiste en medir la cantidad del producto principal que requiere el mercado para satisfacer una necesidad. En la demanda se ubican tres instancias:

Demanda Potencial

Constituye la cantidad total del producto principal que el mercado podría necesitar considerando que la totalidad de las unidades de consumo accedan al producto.

[30] MIDEROS, H., Estudio de mercado, Ed. Cosmos, Perú. 2006. Pág. 17

La demanda potencial es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas.[31]

Si además quisiéramos estimar la demanda potencial del mercado habría que establecer hipótesis adicionales respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto pues como sabemos la demanda global se forma por agregación de demandas individuales.

Demanda Real

La demanda real de un cierto producto o servicio a diferentes precios puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de consumidor.[32]

Constituye la cantidad del producto que necesita el mercado considerando las unidades de consumo que acceden al producto.

Demanda Efectiva

La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre la demanda

[31] GARCÍA, Gary flor. "Guía para Elaborar Planes De Negocios" Primera edición, Graficas Paola 2006, Pág. 85
[32] CABEZUT, Boo. Evaluación de proyectos. México. 2009. Pág. 85

global y oferta global; es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores producción y empleo están en equilibrio.[33]

Constituye la cantidad de producto proveniente de la nueva unidad productiva, que será absorbida por el mercado. Constituyen los clientes de la nueva unidad productiva.

Demanda Insatisfecha

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

La demanda insatisfecha constituye la cantidad de bienes y servicios que los demandantes están dispuestos a consumir en el mercado y que los oferentes no han podido satisfacer. La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia de la demanda proyectada menos la oferta proyectada. Es un punto importante ya que en éste se verificará la factibilidad del proyecto.

Para ROSETTI, citado por FISHER, U. (2000), agrega que la demanda insatisfecha "Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él."[34]

[33] LEDESMA, J., La Competencia, 2. Vol., Economía y Finanzas, Universidad de Carabobo, Venezuela. 2007. Pág. 75

[34] FISHER, Laura, ESPEJO, Jorge. "Mercadotecnia", Sexta Edición, Mac Graw-Interamericana 2000. Pág. 38

DEMANDA Vs. OFERTA

DEFICIT = DEMANDA – OFERTA DEMANDA INSATISFECHA

Marketing

Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.[35]

Algunas frases donde se emplea el término son: “Vamos a contratar un experto en marketing para que nos ayude en la empresa”, “Bajar los precios durante el Mundial fue una gran estrategia de marketing”, “Estoy leyendo un nuevo libro de marketing”.

Los especialistas en marketing suelen centrar sus actividades en el conjunto de las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Publicidad (promoción). El marketing apela a diferentes técnicas y metodologías con la

[35] BACA, G. (2006) Evaluación de Proyectos, Quinta Edición. Pág. 45

intención de conquistar el mercado y conseguir otros objetivos propios de una compañía comercial.

Producto

En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo. "El estudio del mercado debe abarcar no sólo las especificaciones técnicas de un producto sino todos los atributos del mismo". Entre estos atributos están su tamaño, la forma del empaque, su marca, su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y de calidad que deben cumplir.

"El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción".[36]

Los productos pueden ser tangibles: un televisor, una nevera, etc., o intangibles: en general los servicios, tales como los de ahorro, el lavado de ropa en una lavandería, etc.

Producto Principal

En este punto se identifica claramente que producto se obtendrá con el proyecto, se detalla por motorizadamente las características que permiten diferenciar a nuestro producto de la competencia.

[36] CHIAVENATO, Idalberto. "Introducción a la Teoría General de la Administración". Quinta edición 2000. Pág. 228

Producto Secundario

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

Productos Sustitutos

Se hace una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal.

Distribución o Plaza

La distribución *o plaza* es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial).

En las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

Precio

El diccionario de administración y Finanzas, define al precio como la “Suma de dinero a pagar al vendedor a cambio de recibir unos determinados bienes

o servicios. Aquí, precio no es lo que pide el vendedor, sino la suma realmente pagada en la transacción o intercambio."[37] (Pág. 389)

BACA, Urbina Gabriel (2006) el precio "es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio."[38]

Son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería. Se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

Métodos de fijación de precios

Incremento sobre el coste marginal

Añadiendo al coste marginal (coste de producir una unidad más), una cierta cantidad. Así cubre totalmente los costes variables y permite una mayor flexibilidad, para fijar precios más competitivos en las situaciones que sean necesarios.

[37] Diccionario de Administración y Finanzas", Océano Centrum, Ed. Org. Halm Wily y Sans. Inc. Editorial Océano Barcelona España. Pág. 389
[38] VACA, Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Quinta Edición, Impreso en México, Editorial Mc Graw-Hill 2006. Pág. 49

Publicidad

La Asociación Americana de Mercadeo presenta la siguiente definición: “Propaganda es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”.
Determinar el costo en publicidad es una labor menos compleja que el cálculo del gasto en promoción, ya que existen ciertos indicadores de la magnitud del costo en publicidad por industrias, los cuales se pueden emplear en los estudios a nivel de prefactibilidad y, en algunos casos, a nivel de factibilidad.

Generalmente, dichos costos se estiman como un porcentaje sobre el volumen de ventas proyectado. Cualquier tipo de propaganda siempre presenta tres elementos básicos: el anunciante, la agencia y los medios publicitarios.

El anunciante es la empresa que hace uso de la propaganda con el fin de incrementar sus negocios. La agencia es la empresa de publicidad que cuenta con personal especializado en técnicas de comunicación en masa.

Los medios publicitarios son los órganos a través de los cuales se transmite la propaganda. Los más comunes, entre otros, son los periódicos, la radio, las revistas, los afiches, el cine, los avisos en los vehículos de

transporte, las vallas, la televisión, las campañas publicitarias, las ferias y exposiciones y el internet.

La selección de los medios publicitarios depende de la ubicación de los consumidores, del nivel de desarrollo del país, del grado de educación de los consumidores y del tipo de producto.

Estudio Técnico

Tiene como objeto 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 espacio físico y recursos humanos.

SAPAG, Nassir Chain (2007) manifiesta que el estudio técnico "busca determinar las características de la composición optima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente"[39]

OCAMPO, José Eliseo (2002) el objetivo del estudio técnico es "diseñar la labor de producción lo mejor posible para que, utilizando los recursos

[39] SAPAG, Chain Nassir," Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación", Impreso en México, Primera Edición 2007, Pearson Educación Pág. 95

disponibles se obtenga el producto o servicio demandado a costos mínimos, con la calidad que satisfaga a los clientes… ".[40]

Lo contrario de técnico es empírico, por lo que no se puede aventurar en un negocio, en cuanto a los requerimientos para la operacionalización de los procesos, así como los recursos para aplicarlos en la obtención del producto o servicio, pues generarían rechazo por el cliente o pérdida para el inversor. Al momento de invertir, lo técnico financiero y comercial trabajan juntos y en la misma visión de la empresa.

Tamaño

BACA, Urbina Gabriel (2006) define "el tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año, se considera optimo cuando opera con los menores costos totales, o la máxima rentabilidad económica".[41]

Es la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto.

[40] OCAMPO, José Eliseo, "Costos y Evaluación de Proyectos", Editorial Continental Primera Edición, México 2002 Pág. 143
[41] VACA, Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Quinta Edición, Impreso en México, Editorial Mc Graw-Hill 2006. Pág. 92

a. **Capacidad teórica:** Se la determina en base a las especificaciones técnicas que tiene el componente tecnológico, se considera lo que los fabricantes manifiestan, puede hacer la maquinaria.

b. Capacidad Instalada: Corresponde a la capacidad máxima disponible que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado

c. Capacidad Utilizada: Es la fracción de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria.

d. **Reservas:** Las reservas forman parte de los fondos propios de una empresa y su finalidad es poder hacer frente a obligaciones con terceros que pudieran presentarse inmediatamente. Son un elemento del balance de situación y están comprendidas dentro del grupo 11 del Plan Contable.

Desde un punto de vista muy general, podemos decir que las reservas son beneficios que la empresa no ha repartido y se han guardado por la incertidumbre del futuro; aunque existen distintos tipos de reservas.

Capacidad Financiera

Es el primer paso y el cual nos indica si podemos intervenir con nuestra oferta en el mercado, esta nos dice además que tanta capacidad poseemos para invertir, para endeudarnos o para responder a eventualidades no ajenas al objeto social.

A través de su capacidad financiera, una empresa ejerce una buena administración de sus recursos internos y externos.

Así mismo, con el buen manejo de nuestros recursos creamos una seguridad financiera que nos permita la suficiente liquidez para cumplir con las operaciones sin la necesidad de recurrir al alza en los costos y finalmente lograr una buena prestación de los servicios, que es el objetivo principal para alcanzar.

Capacidad Administrativa

Habilidad de una organización para formular y realizar planes, políticas, programas, actividades, facilidades, operaciones u otras medidas para cumplir con sus propósitos.

Localización

Según RANDALL, G. la localización es “la ubicación o instalación de un negocio que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital”.[42]

La localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, lograr una posición de competencia basada en menores costos para la generación del nuevo producto o servicio.
Se orienta a analizar, los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de determinar el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto.[43]

Factores de localización

Estos factores intervienen al momento de efectuar la localización de la empresa.

Macrolocalizacion

Ubicación de la empresa dentro de un mercado local, frente a un mercado de posible incidencia regional o internacional, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos o políticos.

La Macro localización consiste en la ubicación de la empresa en el país y en espacio rural y/o urbano de alguna región, la macro localización es una

[42] RANDALL, G. (2003), PRINCIPIOS DE MARKETING. 2ª edición.
[43] BACA, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”, Quinta edición, México, 2012.

herramienta que contribuye a la determinación óptima del área o región más atractiva donde se pretende instalar el proyecto, teniendo en cuenta que esta contribuya a mejorar tasa de rentabilidad sobre el capital invertido.

Microlocalizacion

La micro localización determina lugar específico donde se ubicara el proyecto, mediante la utilización de métodos y criterios cuantitativos que permiten reducir al mínimo los posibles costos de abastecimiento necesarios para satisfacer los requerimientos de la demanda.

Ingeniería del proyecto

Es la forma técnica de disponer de la mejor ubicación los equipos y demás elementos físicos de la empresa para facilitar la circulación de los materiales.[44]

- **Componente tecnológico**

  Consiste en determinar la maquinaria y tipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde a los niveles de producción esperada de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

[44] BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”, Primera edición, Ecuador, 2011.

- **Infraestructura Física**

  La infraestructura física es la dependencia encargada de ejercer control fiscal en lo concerniente a la inversión realizada en Obras de Infraestructura Física.

- **Distribución de la Planta**

  La distribución del área como de la maquinaria y equipos debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo de una operación eficiente y cuidando la seguridad para el trabajador.

- **Proceso de producción**

  Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio; debe incluirse el flujo grama de procesos es decir representar gráficamente indicando los tiempos necesarios para cada fase.

- **Diseño del producto**

  El producto originario del proyecto reúne las características necesarias para el usuario para lograr la satisfacción de una necesidad.

- **Flujograma de Proceso**

  Constituye una herramienta por medio de los cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción.

Estudio Administrativo

Para efectuar este estudio administrativo se analizan los siguientes elementos:

Estructura Organizativa Empresarial

Toda empresa para empezar a operar con total normalidad debe cumplir específicamente con lo establecido por la ley; y la estructura organizativa debe ir en concordancia con los requerimientos básicos que exija su ejecución.[45]

Base Legal

Toda empresa para su ubre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos:

[45] SAPAG Chairl, Nassir y Reinaldo; PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; Mc-Grawn Hill, Tercera edición

- **Acta constitutiva:** Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **La razón social o denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- **Domicilio:** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.[46]
- **Objeto de la sociedad:** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital social:** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad:** la duración de una sociedad es ilimitada todo depende de las políticas de la empresa.
- **Administradores:** los administradores serán todas aquellas personas que sean escogidas por los dueños o gerentes de las empresas.

[46] SAPAG Chairl, Nassir y Reinaldo; PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; Mc-Grawn Hill, Tercera edición

Estructura Empresarial

Parte fundamental en la etapa de operaciones de la empresa es, la estructura organizativa con que está cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

Niveles Jerárquicos

- **Nivel Legislativo-Directivo**: Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y los reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de la Junta General de Socios o Junta General de Accionistas luego los mismos que eligen a un Presidente.
- **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.
- **Nivel Asesor:** Este nivel aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando.
- **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, tareas de venta, o todo lo relacionado con las tareas de comercialización o tareas de marketing.

- **Nivel de Apoyo:** Ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

Descentralizado

La descentralización es una práctica consistente en el reparto del poder de decisión entre los diferentes mandos y niveles jerárquicos de la organización, de modo que dicho poder se sitúe en diversos lugares de la misma quedando, únicamente, los controles necesarios en los altos mandos.

De esta forma, el poder es, por un lado, fraccional ya que queda dividido entre los diferentes niveles jerárquicos y, además, pluralista, dado que se encuentra disperso entre los miembros de la organización de forma vertical y horizontal.

Organigramas

Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas

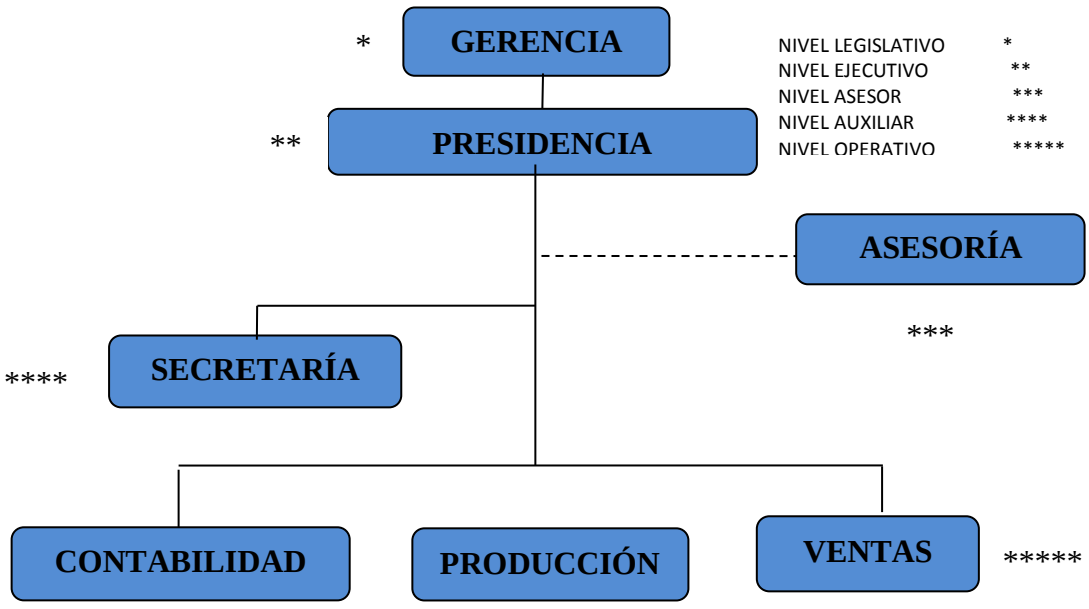
unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo.[47]

Clases de Organigramas

- **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, es decir la departamentalización, lo cual permite conocer de una manera efectiva sus partes integrantes.

GRÁFICO 2

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



- **Organigrama Funcional:** Consiste en representar las funciones básicas de cada uno de los departamentos

[47] Ken Blanchard, Alan Randolph, Peter Grazier, Recursos Humanos, Colección Habilidades Directivas, Editorial Deusto, año 2012.

- **Organigrama Posicional:** Sirve para representar la distribución del personal, así, como de cuál es la remuneración que perciben.

Manual de Funciones

Descripción de las funciones generales que corresponden a cada empleo y la determinación de los requisitos para su ejercicio.

El proporcionar la suficiente información permitirá a futuro que el empleado pueda cumplir de una forma adecuada su trabajo.

Comprende los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia
- Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales
- Tareas secundarias
- Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto.

Formato para el manual de funciones

DEPARTAMENTO:	ADMINISTRACION GENERAL
TITULO DEL PUESTO:	GERENTE

SUPERIOR INMEDIATO:	DIRECTORIO
SUBALTERNOS:	TODO EL PERSONAL
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.	

Estudio Financiero

En este rubro deberán cuantificarse los recursos monetarios necesarios para la implantación y puesta en marcha del proyecto, y que constituyen el activo fijo o inversiones fijas, el activo diferido y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción y ventas a los que generalmente se les llama capital de trabajo.

PADILLA, Marcial Córdova (2006) manifiesta que el estudio financiero es “la especificación de las necesidades de los recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas, su forma de financiación, y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto”.[48]

La inversión del proyecto

Inversiones.- Las inversiones financieras son las inversiones que las empresas realizan en el mercado financiero para obtener algunas rentabilidades.

Inversiones en Activo Fijo.- Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos.

Terrenos.- La cuenta terrenos (dentro del activo fijo) significa el valor de la tierra, donde tenemos instalada nuestra empresa y donde se han levantado las edificaciones.

Edificios.- Cuando la incluimos dentro del activo fijo, representa el valor de construcción de los edificios, plantas comerciales o industriales, etc.

Maquinaria.- En las empresas de tipo industrial (fabricación de productos) y en determinadas empresas de servicios.

[48] CORDOVA, Padilla Marcial, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, Impreso en Colombia ECOE Ediciones primera edición 2006 Pág. 311

Muebles y Enseres.- La cuenta Muebles y Enseres, también denominada Mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas, archivos, etc.

Equipos de oficina.- Controlará la inversión en computadoras, calculadoras, procesadores de palabras, máquinas de escribir, fotocopiadoras, etc.

Vehículos.- Vehículos de propiedad de la empresa, destinados al transporte de personas o carga.

Capital de trabajo

BACA, Urbina Gabriel (2006) el capital de trabajo es "la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante".[49] (Pág. 176)

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, esto es, el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos. Los compontes del capital de trabajo son:

[49] VACA, Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Quinta Edición, Impreso en México, Editorial Mc Graw-Hill 2006. Pág. 176

Productos en proceso

JONES, y WERNER, Terrel (2001) manifiestan que “los productos en proceso son aquellos que han ingresado al proceso de producción, pero que no se han terminado”. Son las unidades de producción parcialmente terminadas, las cuales no se han enviado a los clientes.[50]

Para hacer una estimación de los costos de los productos en proceso, es preciso adelantar un estudio detallada de las etapas de producción y del grado de elaboración alcanzado por los diferentes insumos en cada fase de fabricación dependiendo de la duración del ciclo de producción o del ciclo de prestación del servicio; se puede medir su impacto con base a los costos totales de fabricación.

a) **Efectivo en Caja y Bancos:** Sirve para hacer pagos en efectivo, forman parte el disponible de efectivo que mantiene las cuentas corrientes y de ahorro.
b) **Cuentas por Cobrar:** Las cuentas por cobrar registra los aumentos y las disminuciones derivados de la venta de conceptos distintos a mercancías o prestación de servicios, única y exclusivamente a crédito documentado (títulos de crédito, letras de cambio y pagarés) a favor de la empresa y para esto existe programas para llevar a cabo las operaciones.

[50] TERREL, Jones, TERREL, Werner, “Introducción a la Contabilidad Administrativa”; Primera Edición 2001, Impreso en Colombia Pearson Educación. Pág. 30

Por lo tanto se dice que esta cuenta presenta el derecho (exigible) que tiene la entidad de exigir a los suscriptores de los títulos de crédito el pago de su adeudo (documentado)derivado de venta de conceptos diferentes de las mercancías o la prestación de servicios a crédito; es decir, presenta un beneficio futuro fundadamente esperado.

c) **Inventarios:** Es la estimación de las existencias de materia prima y materiales, se debe prestar especial atención a las fuentes y modalidades de suministro y a los programas de producción, si los materiales se pueden obtener en la localidad o en proximidades de esta, y si su oferta es abundante y si el transporte es eficiente y confiable, se puede mantener inventarios relativamente bajos.

Financiamiento

Para RANDALL, G. (2003); el financiamiento es: “La asignación de recursos financieros al proyecto constituye el requisito previo no solo para la decisión de inversión sino para la formulación del proyecto”[51] El financiamiento es el medio a utilizar para la obtención de créditos económico que aceleren la ejecución del proyecto.

Existen dos tipos de fuente de financiamiento, propio y secundaria; la primera corresponden a las aportaciones de los inversionistas sean en efectivo o especies y la segunda corresponden a los préstamos bancarios de

[51] RANDALL, G. (2003), PRINCIPIOS DE MARKETING. 2ª edición.

las instituciones financieras. Fondos nuevos proporcionados a un negocio, ya sea por otorgamiento de préstamos o por la compra de instrumentos de deuda o de acciones de capital.

Primera Forma

Las fuentes de financiamiento interno

Estas provienen principalmente de las aportaciones de capital que realizan los accionistas, ya bien pueden aportar al inicio del negocio o en un tiempo determinado durante la vida de la misma.

Las fuentes de financiamiento externo

Son las hipotecas (préstamos bancarios), los pagarés, los préstamos quirografarios, y todos los préstamos de instituciones ajenas y/o externas a la empresa.

Segunda Forma

Recursos Propios: Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especie de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.

Créditos: Son los que se obtienen de bancos y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

No existe ninguna norma que permita definir a priori qué porcentaje del costo del proyecto se debe financiar con recursos propios y qué porcentaje con créditos, pues este problema depende de muchos factores, entre ellos el tipo de proyecto de que se trate, su rentabilidad, su capacidad de pago, etc.-

Sin embargo, conviene no descuidar algunos criterios básicos:

- Los Activos Fijos de una empresa deben financiarse siempre con recursos de capital propio y/o créditos a mediano o largo plazo.
- El Capital de Trabajo debe financiarse en parte con capital propio y/o créditos a mediano o largo plazo y otra puede financiarse con créditos a corto plazo.
- Debe buscarse un equilibrio entre los recursos propios y los créditos. No se debe descuidar el hecho de que si una empresa utiliza muy poco crédito puede estar desperdiciando la oportunidad de mejorar sus rendimientos a través de la utilización de recursos de terceros; por otro lado una empresa que se haya endeudado excesivamente puede poner en peligro su estabilidad financiera. Como ya se mencionó anteriormente, los porcentajes de financiáis lento con recursos propios y de terceros deben ser establecidos en base al tipo de proyecto, a la rentabilidad de la empresa y a su capacidad de pago.

- Generalmente, existen disponibles varias alternativas de financiamiento es conveniente estudiarles cuidadosamente. Por ejemplo, el crédito otorgado por las instituciones de desarrollo es, la mayor parte de las veces, más ventajoso que el de otras fuentes aunque el tiempo de trámite por el tipo de estudios que deben realizar estas instituciones sea superior; por otro lado, los créditos de proveedores están ligados a la compra de sus productos y por lo mismo no permiten una relación independiente y en algunos casos los tipos de interés reales pueden ser superiores a los de otras frentes; en determinadas ocasiones, el crédito de proveedores de materias primas puede ser más ventajoso que el crédito bancario a corto plazo; desde otro punto de vista se debe analizar la moneda en que se reciben los créditos, pues en algunos casos recibirlos en moneda extranjera puede implicar riesgos adicionales.- En algunos casos se pueden conseguir convenios de trueque de productos por maquinarias y equipos, lo cual puede ser más atractivo para algunos proyectos (además de presentar ventajas en balanza de pagos).

Podemos resumir ahora algunas de las principales ventajas y desventajas del financiamiento con créditos. Entre las ventajas, podemos citar las siguientes:

- Mantenimiento del control de la empresa por parte de uno o más empresarios o del Estado.

- Accesibilidad a recursos (como los de bancos y compañías de seguros) que frecuentemente sólo están disponibles para créditos y no para inversión directa en empresas.
- Ventajas tributarias de los créditos.

Entre las desventajas, podemos citar:

- Reducción de la capacidad de endeudamiento, la cual puede requerirse para salvar períodos difíciles.
- Obligación de cubrir cargas fijas por servicio de la deuda, aunque las utilidades se reduzcan o aún desaparezcan

Presupuestos

El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.

Funciones

La función del presupuesto es ser una guía y un apoyo con el cual la administración pueda basarse; y realizar lo planeado y establecido

Importancia

El presupuesto es de gran importancia, como parte de la planeación, alrededor de la cual gira la actividad de la empresa.

Si no asistiera el presupuesto, la empresa estaría a la deriva y los gerentes no tendrían en que basarse (un norte que seguir).

Además el presupuesto es la traducción de los planes en dinero que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo por su puesto adaptando las estrategias necesarias para dicho logro.

Objetivos

- Planear integral y sistemáticamente todas las actividades que la empresa debe desarrollar en un periodo determinado.
- Controlar y medir los resultados cuantitativos, cualitativos y, fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la empresa para logar el cumplimiento de las metas previstas.

Depreciaciones

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente desgaste que ese activo a

sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso.

Cálculo de Costos Unitarios

Se conoce como costo unitario, el valor de un artículo en particular.

Costos

En economía el coste o costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio. Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos, el concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien. Todo coste conlleva un componente de subjetividad que toda valoración supone.

Clasificación de costos

Costos Fijos: Son los que permanecen constantes durante un periodo determinado sin importar si cambia el volumen. , los salarios, depreciación, alquiler etc.

Costos Variables: Son aquellos que cambia o Fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado.

Ejemplo Materia prima, comisiones etc.

Costo total de producción

Se forma por la suma de los elementos directos e indirectos de carácter fabril que, mediante asignaciones directas a los productos - elementos directos - o de rama más o menos complejas y laboriosas de los indirectos - cargos indirectos.

Costo de Producción = Costo Primo + Gastos de Fabricación.

Materias Primas: Representan el punto de partida de la actividad manufacturera, por constituir los bienes sujetos a transformación.

Mano de Obra: Representa el factor humano que interviene en la producción, sin el cual, por mecanizada que pudiera estar una industria, sería imposible realizar la transformación.

Diversas erogaciones, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones fabriles. Se les denomina gastos de fabricación, cargos indirectos de producción o simplemente cargos indirectos.

Ingresos

MIRANDA, Juan José (2005) manifiesta que “los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio, la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa.”[52]

Los ingresos son los recursos que obtiene el Estado por la recaudación de tributos como el Impuesto a la Renta, el IVA; por la venta de bienes, como del petróleo y sus derivados; transferencias y donaciones que se reciben; el resultado operacional de las Empresas Públicas entre otros. Todos estos ingresos se destinarán para cubrir las obligaciones contraídas para la prestación de bienes y servicios públicos.

El ingreso se divide en:

- **Ingresos Permanentes:** Son aquellos ingresos que se mantienen durante un período de tiempo, y son predecibles. En este campo están los impuestos como el IVA, ICE, Impuesto a la Renta, a la salida de divisas, tasas aduaneras, entre otros.
- **Ingresos No Permanentes:** Son aquellos ingresos no predecibles en el tiempo

[52] MIRANDA, Miranda Juan José, “Gestión de Proyectos”, Quinta Edición, MM Editores, Bogotá 2005, Pág. 191

El punto de equilibrio o punto de ruptura

BACA, Gabriel (2006) manifiesta que el punto de equilibrio es “el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.[53]

Es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variable y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se han dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio.

Flujo de caja

Es una herramienta financiera que permite reconocer la verdadera liquidez que tiene la empresa. El flujo de caja nos permite enfrentar las decisiones sobre la compra de activos o el pago de pasivos. En el flujo de caja se consideran los valores correspondientes a depreciaciones y amortizaciones del activo diferido como valores que incrementan la liquidez empresarial, toda vez que sellos no signifiquen egresos durante el ejercicio económico. En el campo financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión acerca de la inversión a realizar.[54]

[53] BACA, Urbina Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Quinta Edición, Impreso en México, Editorial Mc Graw-Hill 2006. Pág. 180
[54] SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassier Preparación y Evaluación de Productos 4ta edición Pág. 1926

Elementos del flujo de caja

Valor Actual Neto (VAN)

El autor LEDESMA, J.; define el VAN como: “La regla de decisión señala que el proyecto será rentable si el valor actual del flujo de beneficios netos que genera es positivo, descontando estos flujos a la tasa de descuento (interés) pertinente para la persona o grupo que realiza el proyecto”.[55]

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial.

Puede considerarse también la interpretación del VAN, en función de la creación de valor para la empresa:

- Si el VPN de un proyecto es positivo, el proyecto crea valor.
- Si el VPN de un proyecto es negativo, el proyecto destruye valor.
- Si el VPN de un proyecto es cero, el proyecto no crea ni destruye valor.

[55] LEDESMA, J. (2007), La Competencia, 2. Vol., Economía y Finanzas, Universidad de Carabobo, Venezuela. (Pág. 75)

Formula:

$$\mathbf{VAN} = \sum \mathbf{F.VAN} - \mathbf{INVERSIÓN}$$

En donde:

VAN= Valor Actual Neto

∑VA= Sumatoria de los Valores Actual

Tasa Interna de Retorno (TIR)

MOKATE, Karen (2004) define la tasa interna de retorno como "la tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidades sacrificadas".[56] (Pág. 145)

BACA, Gabriel (2006) la TIR "es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero; es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial"[57]

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa

[56] MOKATE, Karen Marie, "Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión", Editorial Alfa-Omega, Segunda Edición, Colombia 2004, Pág. 46

[57] VACA, Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Quinta Edición, Impreso en México, Editorial Mc Graw-Hill 2006. Pág. 224

crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

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

Fórmula:

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

En donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

VAN menor = Valor Actual Neto Menor

Tm = Sumatoria de los Valores Actual

VAN Mayor = Valor Actual Neto Mayor

Dt = Diferencia de tasas

Relación Beneficio Costo

FONTAINE, Ernesto (2006) manifiesta que “es la razón entre los valores actuales de los beneficios y de los costos”[58]

[58] FONTAINE, Ernesto, “Evaluación Social de Proyectos”, Doceava Edición, Editorial Alfaomega, Agosto 2006 Colombia. Pág. 81

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierta en el proyecto. La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una población.

- B/C es mayor a uno el proyecto se desarrolla.
- B/C es menor a uno el proyecto se rechaza.
- B/C es igual a uno es indiferente a realizar.

Formula:

$$\textbf{R/BC} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} - 1$$

Periodo de Recuperación de Capital

El periodo de recuperación de la inversión, PRI, es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como

también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Determinación del Periodo de Recuperación de Capital:

Para determinar el (PRC) se dará a conocer el tiempo en que la empresa recuperara el monto de inversión.

Formula:

$$\textbf{P/RC} = \text{Año en que se recupera la Inversión} \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de los primeros flujos}}{\text{F.N.año en que recupera la inversión}} \right)$$

Análisis de Sensibilidad

Busca medir como afecta situaciones que son relevantes en la economía que vivimos, intervienen directa e indirectamente en la empresa y que se

concierten en incertidumbre para el inversionista por lo que en un momento determinado se sufre alteraciones principalmente en variables decisivas, esto es cuando aumentan los costos y disminuyen los ingresos. Los elementos para decidir son:

- Cuando el proyecto de sensibilidad es mayor que 1 el proyecto no es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que 1 el proyecto no es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual que 1 el proyecto no sufre ningún efecto.

Formula

(VANn – VANe) / VANe

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

Entre los materiales que se necesitan para la realización de la investigación se encuentran las siguientes:

Recursos Humanos

Este tipo de recurso consiste en todo el talento humano que se necesita para llevar a cabo la investigación, de los que se puede citar los siguientes:

- Investigadora
- Director
- Población Encuestada

Recursos Materiales

Al tratar sobre este tipo de recurso se cita aquellos materiales necesarios para llevar a cabo la investigación, utilizándose los siguientes:

- Computador
- Impresora
- Papel Bond
- Memoria flash
- Esferográficos

- Carpetas folder
- Lápiz
- Borrador
- Calculadora
- CD

Métodos

Para el presente trabajo investigativo se desarrollará los siguientes métodos:

Método Deductivo

Permite ir del tema general hasta conceptualizaciones básicas que hagan comprensible el tema tratado, este método fue utilizado al momento de efectuar la descripción de los diversos estudios que componen la implementación de la empresa y de esta forma hacer comprensible al lector los diversos puntos tratados durante el desarrollo del presente informe.

El Método Inductivo

A través de la inducción se puede ir de conceptualizaciones pequeñas hasta lograr detallar el tema general. Este método será utilizado al momento que se vaya a efectuar la descripción de los distintos indicadores financieros al analizar si existe factibilidad de implementar la empresa o no; así como para

establecer las conclusiones y recomendaciones en base a los indicadores financieros determinados.

Método Analítico

Todo indicador financiero y dato determinado necesita ser analizado para comprender su utilidad, es así que este método dota a la investigación del análisis necesario para hacer entendible los procedimientos matemáticos efectuados. Aplicado al momento que se elaboran los distintos estudios como el de mercado, el técnico, el financiero en el que se logró determinar si es factible implementar la empresa.

Técnicas

Observación

A través de esta técnica se registrará datos ya sea de forma personal o por criterios de otras personas que estén relacionadas con la comercialización de comidas típicas, esto permitirá establecer las pautas que orienten el desarrollo del trabajo investigativo

Encuesta

Instrumento cuantitativo de investigación social mediante un cuestionario. Se utilizará esta técnica para recopilar información directa de los locales y restaurant.

Población y Muestra

Población

La población la constituye la cantidad de personas que está relacionadas de manera directa con el tema propuesto, por ello se establece como población aquellas personas que conforman la población económicamente activa y que cuentan con recursos para adquirir comidas típicas.

N = 8.526 Población Económicamente Activa

Muestra

La totalidad de población es difícil de aplicar un instrumento de recolección de datos por ello se utiliza las muestras poblacionales que constituyen un segmento de la totalidad de población que fue inferida para obtener resultados. Para determinar el tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + \mathrm{N}E^2}$$

$$n = \frac{8526}{1 + 8526(0.05)^2}$$

$$n = \frac{8526}{22.32}$$

n= 382 (encuestas)

Estas 382 encuestas fueron aplicadas en dos cantones rurales como son Lauro Guerrero y San Antonio de Paltas y los cantones Urbanos Catacocha y Lourdes, de acuerdo a la siguiente distribución.

CUADRO 1

DISTRIBUCIÒN DE MUESTRA

CANTÓN	ENCUESTAS
Lauro Guerrero	100
San Antonio de Paltas	82
Catacocha	100
Lourdes	100
TOTAL	**382**

Elaborado por: La autora

f. Resultados

4.1 Encuestas a los demandantes

Pregunta 1: ¿En su alimentación diaria que platos de comida típica prefiere?

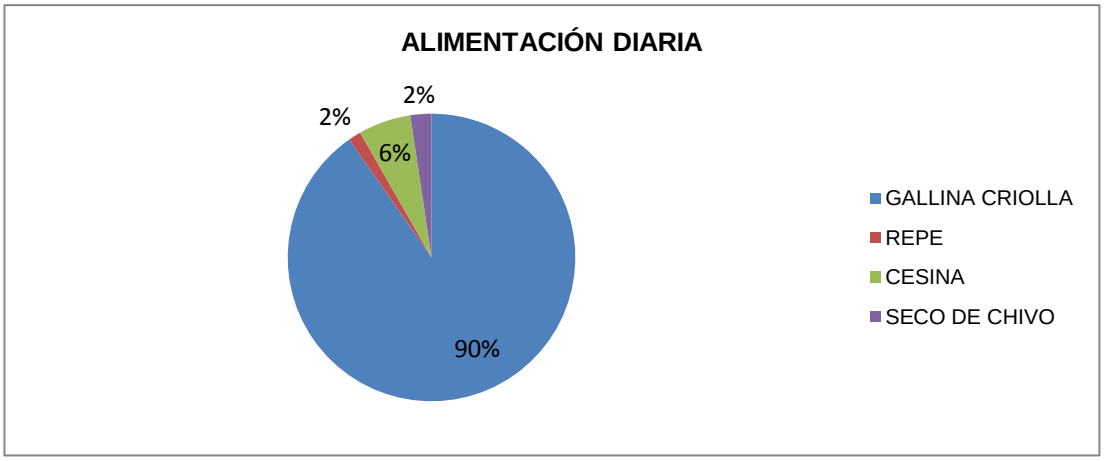
CUADRO 2

ALIMENTACIÓN DIARIA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GALLINA CRIOLLA	382	90%
REPE	6	2%
CECINA	25	6%
SECO DE CHIVO	10	2%
TOTAL	**423**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 2



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

De los resultados obtenido el 90% manifiesta que consume gallina criolla, el 6% manifiesta que prefiere cecina, el 2% prefiere el repe y seco de chivo. Esto indica que la población prefiere el consumo de gallina criolla.

Pregunta 2: ¿Conoce usted las propiedades nutricionales que posee la gallina criolla?

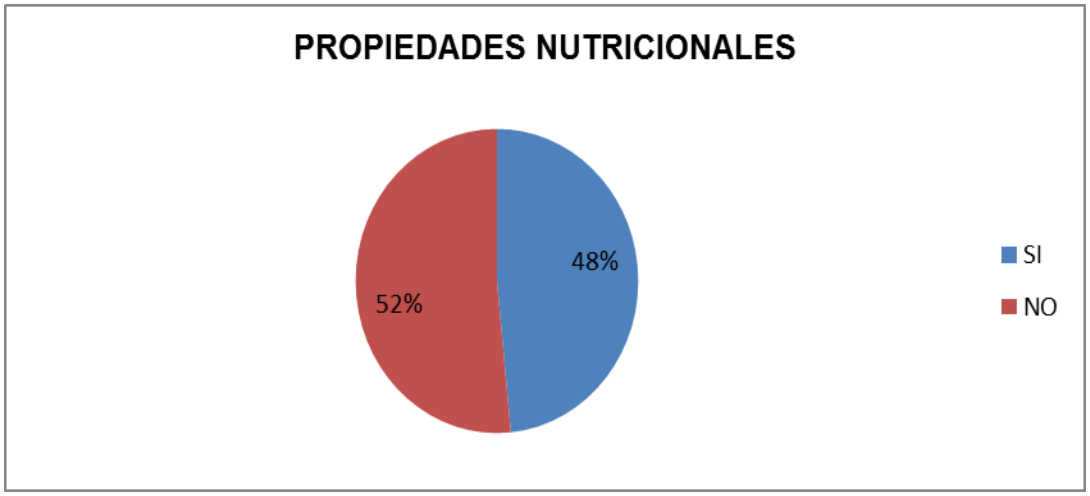
CUADRO 3

PROPIEDADES NUTRICIONALES

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	185	49%
NO	197	51%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 3



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

De los resultados obtenidos el 51% manifiesta que no conoce de los valores nutricionales del caldo de gallina y el 49% si los conoce. De acuerdo con esto resultados la población consume caldo de gallina criolla pero sin conocer de sus beneficios alimenticios.

Pregunta 3: ¿Usted consume platos de gallina criolla en su dieta actualmente?

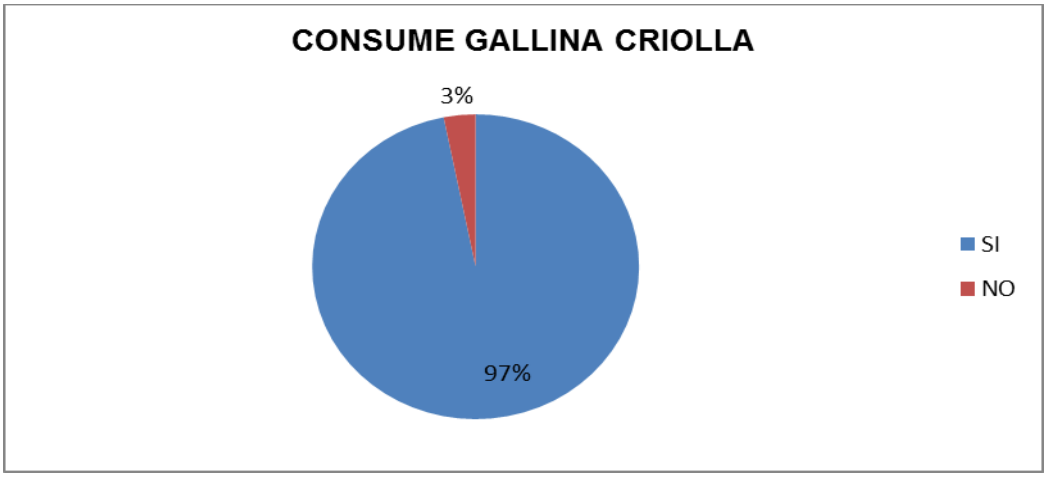
CUADRO 4

CONSUME GALLINA CRIOLLA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	370	97%
NO	12	3%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 4



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 97% de la población inferida manifiesta que si consume platos de gallina criolla, el 3% manifiesta que no. De estos resultados se determina que la población encuestada tiene una alta preferencia por el consumo de platos de gallina criolla, constituyéndolo en un alimento base de sus dietas alimenticias.

Pregunta ii: ¿Le gustaría adquirir platos de gallina criolla para su consumo y el de su familia como complemento nutricional?

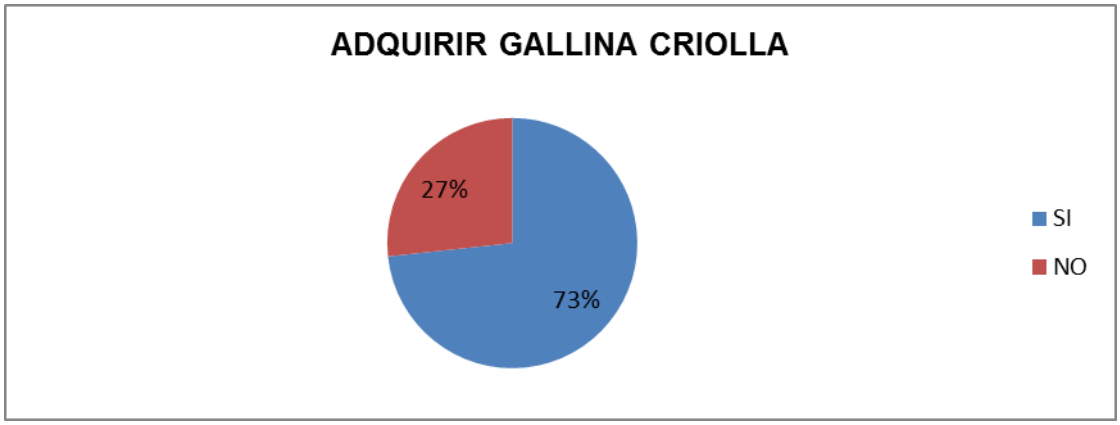
CUADRO 5

LE GUSTARÍA ADQUIRIR PLATOS DE GALLINA CRIOLLA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	**280**	73%
NO	**102**	27%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 5



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 73% manifiesta que consume platos de gallina criolla debido a que es un buen complemento nutricional, el 27% manifiesta que no. De estos resultados se determina que los platos gallina criolla son consumidos por sus valores nutritivos debido a que son un alimento rico en varias vitaminas que son indispensables para una buena salud.

Pregunta 4: El plato de gallina criolla que usted compra ¿en qué presentación usted lo adquiere?

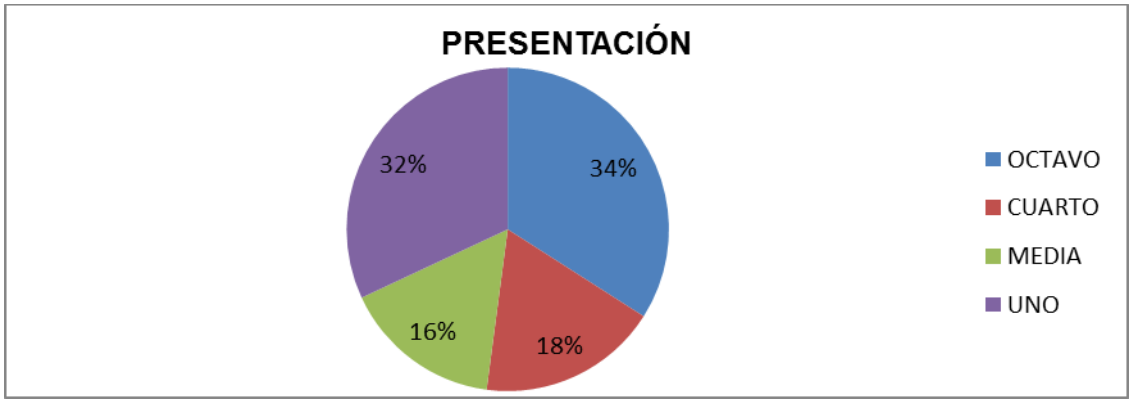
CUADRO 6

PRESENTACIÓN DEL SECO DE GALLINA CRIOLLA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
OCTAVO	130	34%
CUARTO	69	18%
MEDIO	61	16%
UNO	122	32%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 6



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

De los resultados presentados se determina que el 34% manifiesta que prefiere la presentación del 1/8; el 32% la presentación de 1 pollo entero; el 18% el 1/4 y el 16% el 1/2. La mayor preferencia de consumo es en la presentación de 1/8 que la constituye por presas, lo que hace factible su adquisición.

Pregunta 5: ¿Usted consume platos de gallina criolla en su dieta?

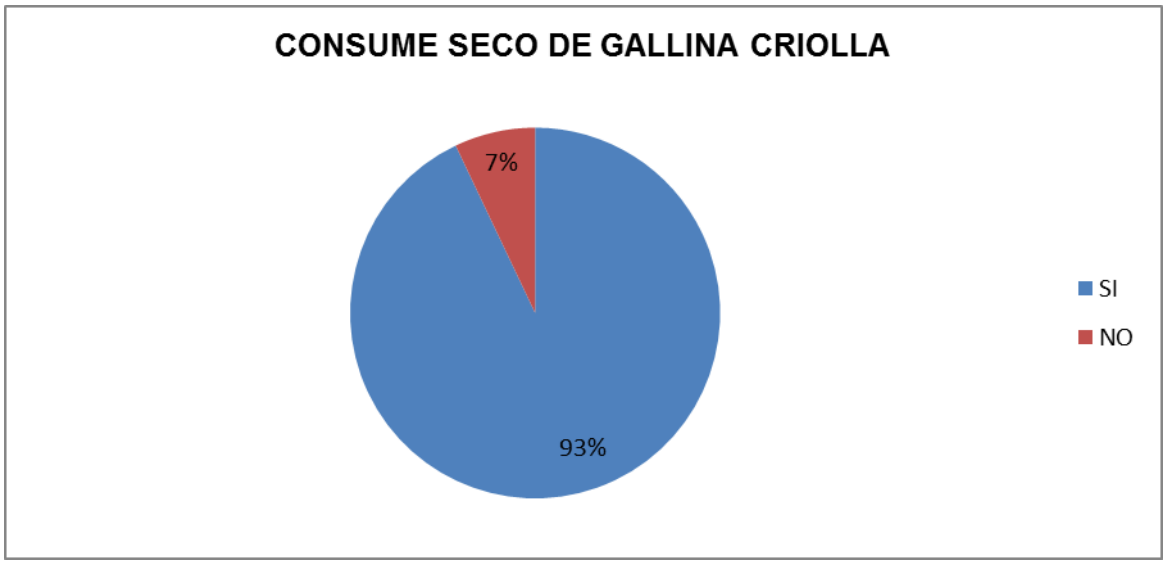
CUADRO 7

CONSUME SECO DE GALLINA CRIOLLA

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	355	93%
NO	27	7%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 7



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 93% manifiesta que consume platos de gallina criolla, el 7% manifiesta que no consume. De los resultados se infiere que el plato de gallina criolla es uno de los productos que más se consume de parte de la población de Paltas, lo que de buenas expectativas a la nueva empresa.

Pregunta 6: ¿Cuantas veces al mes consume platos de gallina criolla?

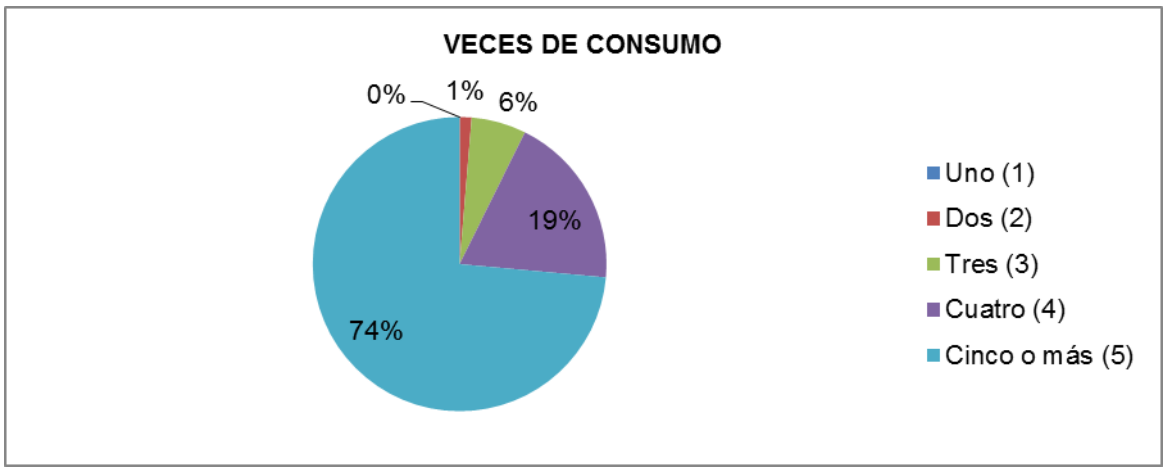
CUADRO 8

VECES DE CONSUMO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	CONSUMO MENSUAL
0-1	0	%	0
2-3	5	1%	2
4-5	23	6%	24
6-7	73	19%	92
8-9	281	74%	450
TOTAL	**382**	**100%**	**568**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 8



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 74% manifiesta que adquiere platos de gallina de 5 veces a más, el 19% manifiesta que lo adquiere cuatro veces al mes; el 6% que lo adquiere tres veces y el 1% que lo adquiere dos veces. Los resultados presentados representan el consumo mensual de platos de gallina de parte de los encuestados para determinar el verdadero consumo se debe multiplicar la

columna de frecuencia por el número de veces que consumen, a este resultado se lo multiplica por el número de meses que es 12 para luego ser dividido para el número de encuestados y determinar de esta forma el número de consumo promedio.

Promedio de consumo = 568x12 (meses)=6816/382 (encuestados)=17.84

Pregunta 7: ¿Qué valor ha cancelado por el plato?

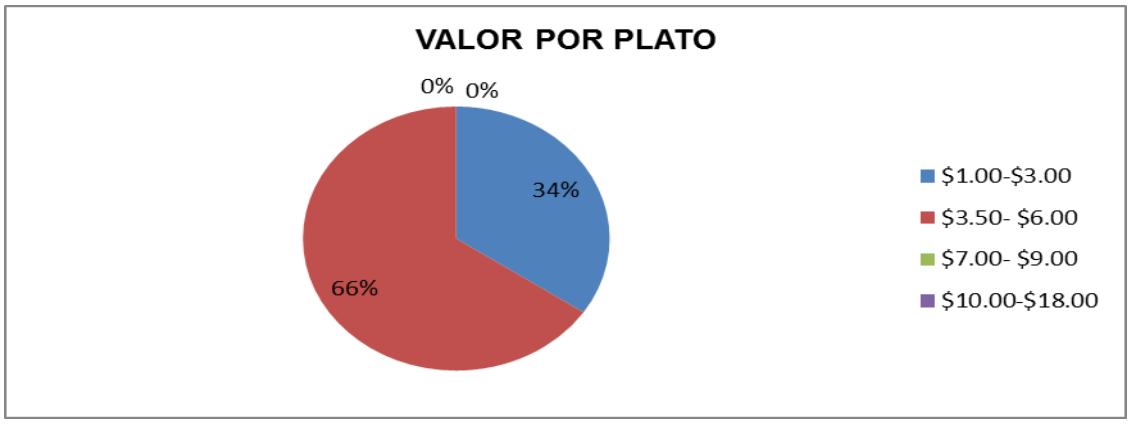
CUADRO 9

VALOR POR PLATO

DETALLE	Xm	FRECUENCIA	PORCENTAJE	Xm*f
$1.00-$3.00	2.00	130	34%	126.00
$3.50- $6.00	4.75	252	66%	280.00
$7.00- $9.00	0	0	0	0
$10.00-$18.00	0	0	0	0
TOTAL		**382**	**100%**	**406**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 9



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados el 34% prefiere pagar entre 1 a 3 dólares; el 66% pagaría entre 3.5 y 6 dólares. Para determinar el valor promedio de pago por el plato de seco de gallina criolla se determina en primer lugar el valor medio del precio, valor que es multiplicado por la frecuencia de incidencia en la pregunta, resultado que es sumado y luego dividido para el número de encuestados.

Cálculo:

$$\boldsymbol{Pm = \frac{\sum Xm * f}{n}}$$

Dónde:

$\sum Xm$ = Sumatoria de Media de precio

f = Frecuencia de incidencia

$$\boldsymbol{Pm = \frac{1457}{382}}$$

$$\boldsymbol{Pm = 3.8\ dólares}$$

Pregunta 8: ¿Estaría usted dispuesto a consumir platos de gallina criolla en un nuevo local?

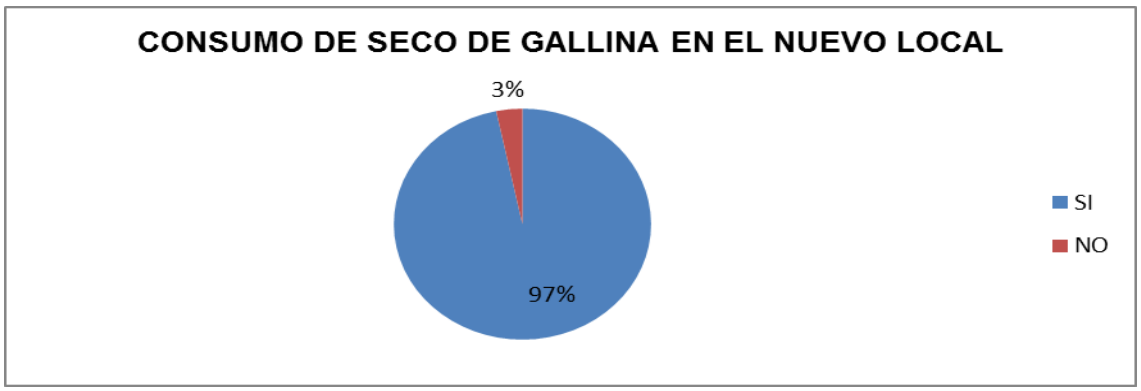
CUADRO 10

DISPUESTO A CONSUMIR SECO DE GALLINA CRIOLLA

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	370	97%
NO	12	3%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 10



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 97% manifiesta que están dispuestos a consumir platos de gallina criolla, el 3% manifiesta que no está dispuesto a consumirlo. La población en su mayoría consume platos de gallina más aún si es criolla por ello es factible que se la consuma.

Pregunta 9: ¿Qué promoción le gustaría que le ofrezca el nuevo producto?

CUADRO 11

OFRECIMIENTO DE PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	%
DESCUENTOS	382	100%
REGALOS EXTRAS	0	0
Otras Promociones	**0**	**0%**
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 11

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados el 100% manifiesta que la promoción que desean son los descuentos. Los encuestados creen conveniente realizar descuentos de acuerdo al nivel de consumo que se haga de los platos obtenidos a través de gallina criolla.

Pregunta 10: ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer el nuevo local?

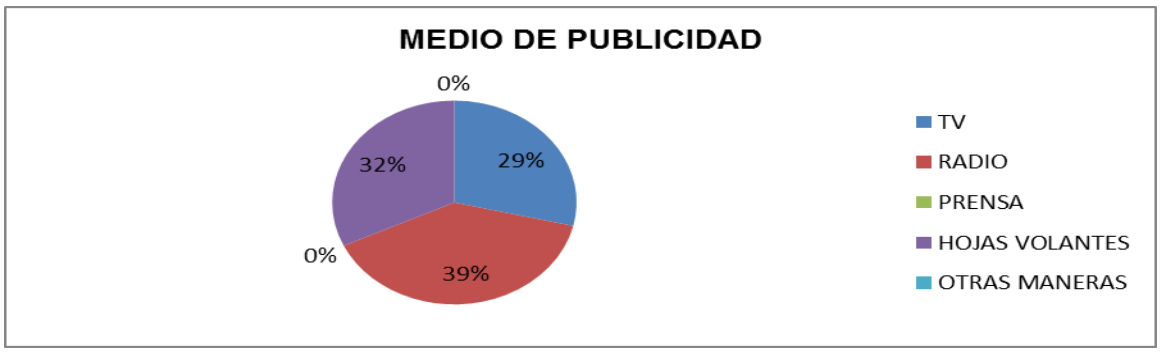
CUADRO 12

MEDIO DE PUBLICIDAD

DETALLE	FRECUENCIA	%
TV	111	29%
RADIO	150	39%
PRENSA	0	0%
HOJAS VOLANTES	121	32%
OTRAS MANERAS	0	0
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÁFICA 12



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 39.34% manifiesta que el medio de publicidad adecuado es la radio, el 31.97% las hojas volantes y el 28.69% la televisión. Se recomienda elaborar publicidades que sean a través de medios radiales debido a que este medio es el que más utiliza la población y logrará tener un mayor impacto que otros medios.

Pregunta 11: ¿Existen en el Cantón paltas locales o restaurant que preparen platos de gallina criolla?

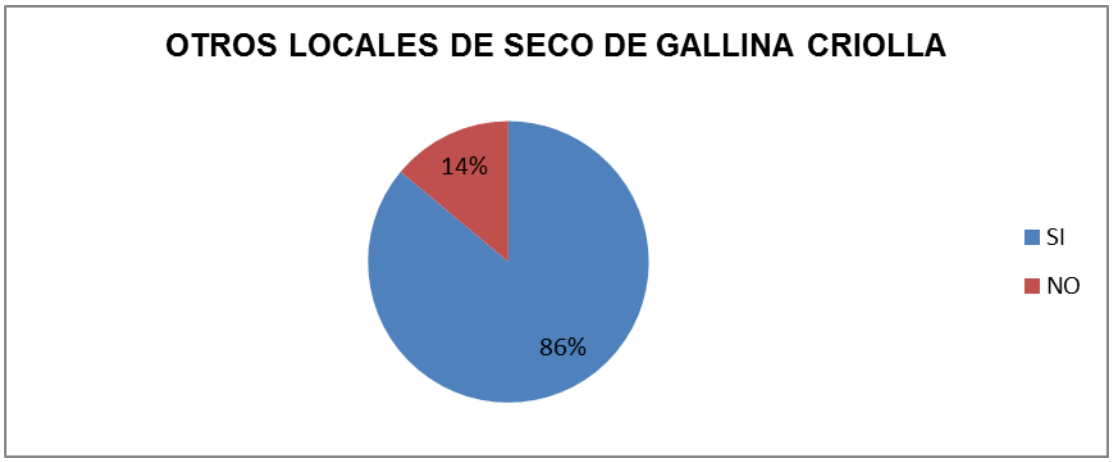
CUADRO 13

EXISTEN OTROS LOCALES QUE BRINDEN PLATOS DE GALLINA

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	327	86%
NO	55	14%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

GRÀFICA 13



Fuente: Resultados de la PEA
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 86% de los encuestados manifiesta que si existen otros locales que brindan platos de gallina criolla, el 14% manifiesta que no existen este tipo de locales. De lo analizado se determina que existe competencia para la empresa debido a que en otros locales se ofrece platos de gallina criolla dentro de sus menús

Resultados de la encuesta a oferentes

Pregunta 2. ¿Por qué medios de publicidad da a conocer su local o restaurant?

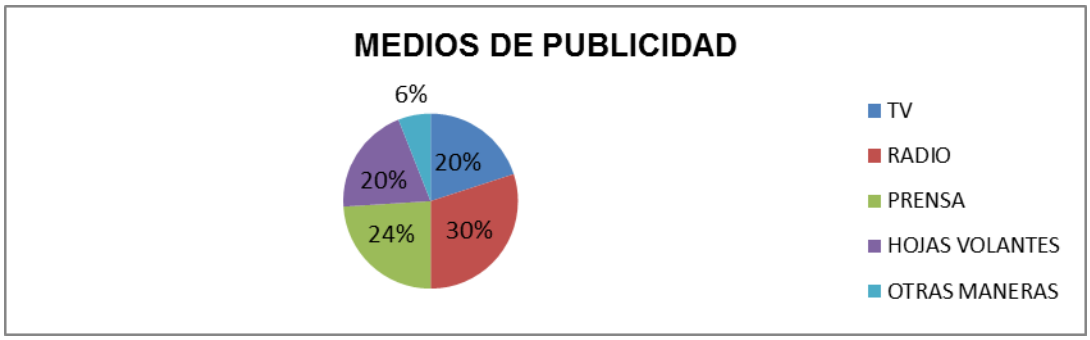
CUADRO 14

MEDIOS DE PUBLICIDAD OFERENTE

DETALLE	FRECUENCIA	%
TV	10	20%
RADIO	15	30%
PRENSA	12	24%
HOJAS VOLANTES	10	20%
OTRAS MANERAS	3	6%
TOTAL	**50**	**100%**

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICA 14



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 30% manifiesta que el mejor medio es la radio, el 24% la prensa, el 20% que son los medios de la televisión y las hojas volantes y el 6% otras maneras. De acuerdo a estos resultados el mejor medio de publicidad es la radio en razón que este medio existe en el cantón paltas.

Pregunta 3. El canal que usted utiliza para la distribución del producto es:

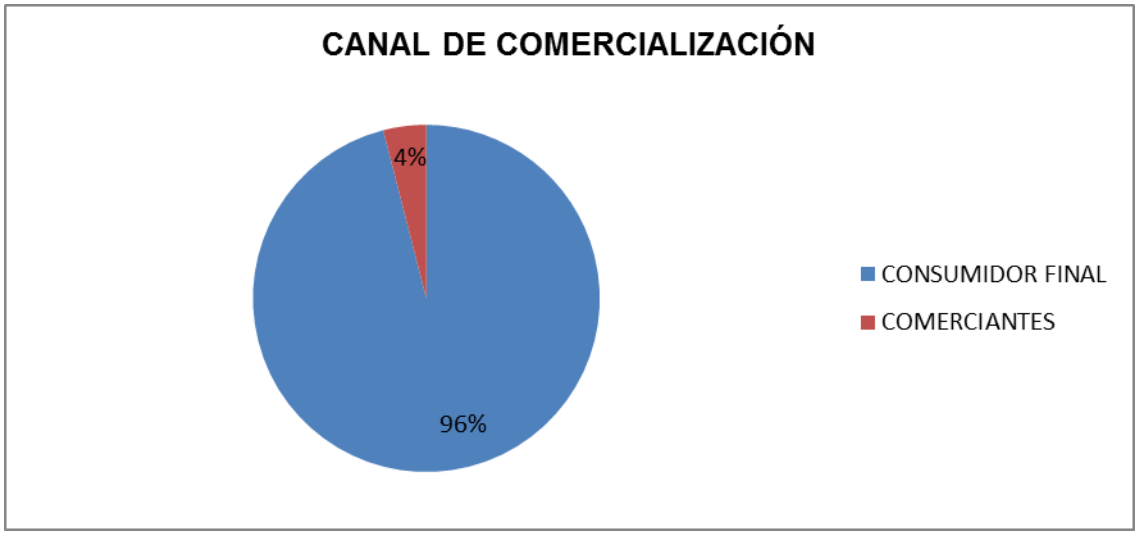
CUADRO 15

CANAL UTILIZADO

DETALLE	FRECUENCIA	%
CONSUMIDOR FINAL	48	96%
COMERCIANTES	2	4%
TOTAL	**50**	**100%**

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICA 15



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 96% de los encuestados manifiesta que el medio utilizado es de consumidor final, el 4% que lo hace a través de otros comerciantes. De acuerdo a este medio el restaurant debe vender el seco de gallina criolla directamente al consumidor.

Pregunta 4: ¿Vende usted en su local o restaurant platos de Gallina Criolla?

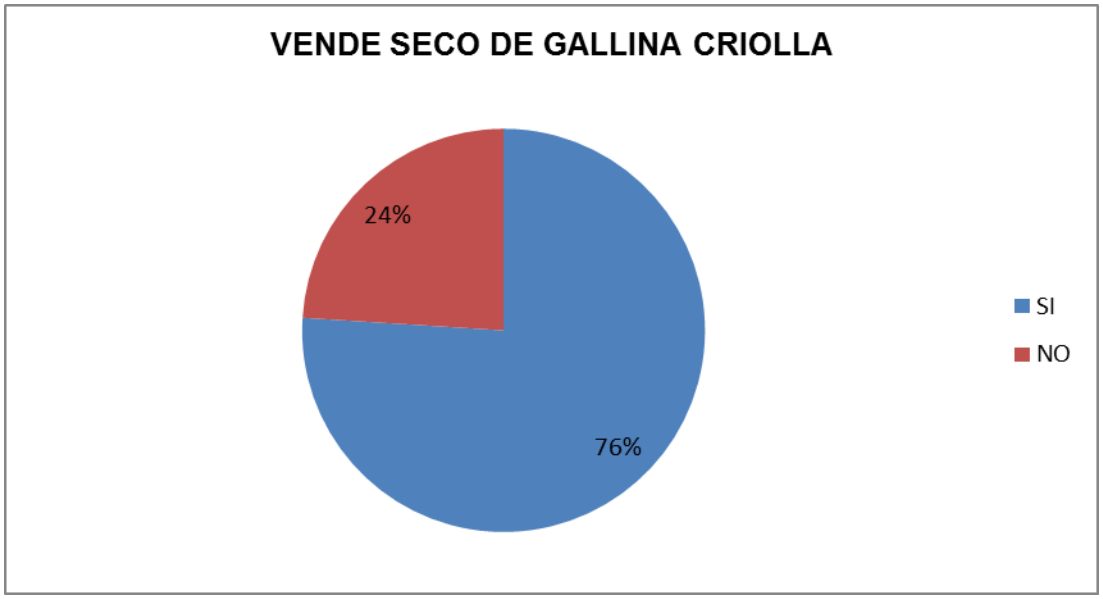
CUADRO 16

VENDE SECO DE GALLINA CRIOLLA

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	38	76%
NO	12	24%
TOTAL	**50**	**100%**

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICA 16



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 76% de los dueños de locales de comida manifiestan que si venden seco de gallina criolla, el 24% que no. De estos resultados se determina que el seco de gallina criolla tiene una alta demanda en el cantón Paltas.

Pregunta 5. ¿Cuál es el precio de venta del plato de gallina criolla?

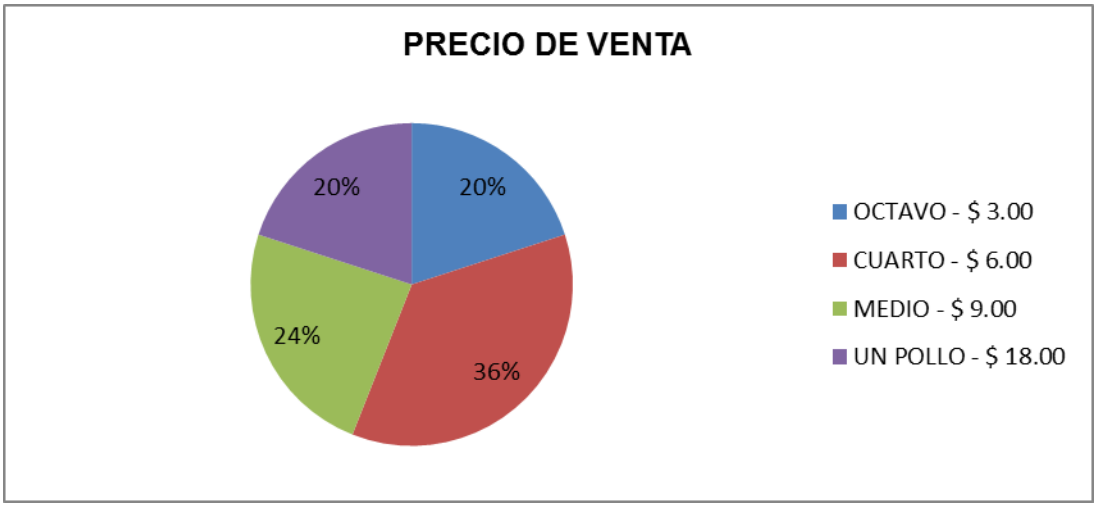
CUADRO 17

PRECIO DE VENTA

DETALLE	FRECUENCIA	%
OCTAVO - $ 3.00	10	20%
CUARTO - $ 6.00	18	36%
MEDIO - $ 9.00	12	24%
UN POLLO - $ 18.00	10	20%
TOTAL	**50**	**100%**

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICA 17



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 36% está de acuerdo en pagar 6 dólares por un cuarto de gallina criolla, el 24% manifiesta que prefiere pagar el valor de 9 dólares por media gallina criolla, el 20% se inclina por el octavo a 3 dólares o la gallina entera a 18.00 dólares. De estos resultados se aprecia que la mayor demanda está en el cuarto de gallina criolla a un valor de 6 dólares.

Pregunta 6: ¿Qué tipo de presentaciones dispone de su producto?

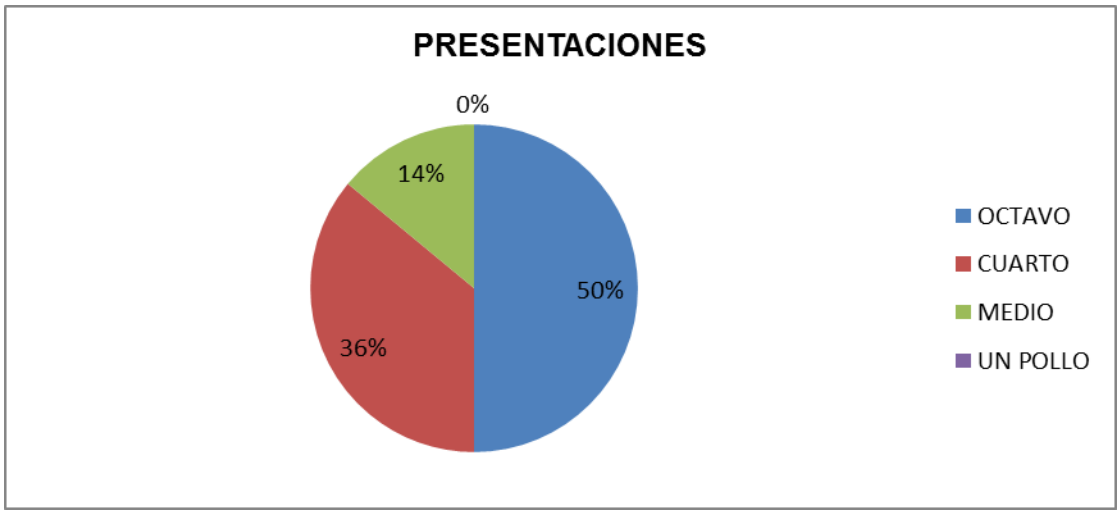
CUADRO 18

PRESENTACIONES QUE DISPONE

DETALLE	FRECUENCIA	%
OCTAVO	25	50%
CUARTO	18	36%
MEDIO	7	14%
UN POLLO	0	0%
TOTAL	**50**	**100%**

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICA 18



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 50% manifiesta que ofrece octavos de gallina criolla, el 36% ofrece un cuarto y el 14% media gallina criolla. De estos resultados se aprecia una mayor demanda por las presentaciones de presas de gallina criolla o el cuarto que son las que más se comercializan.

Pregunta 7: ¿Cuál es la presentación que tiene más acogida entre los clientes?

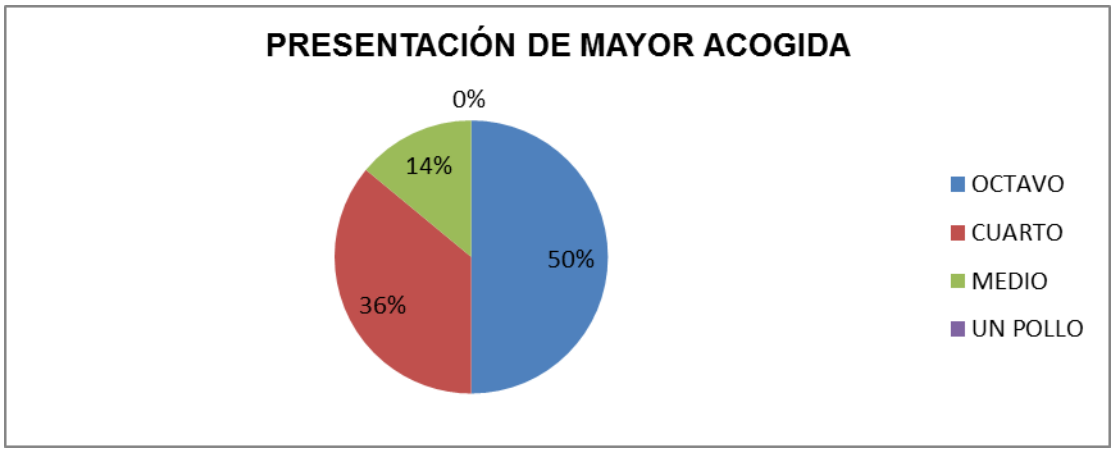
CUADRO 19

PRESENTACIONES DE MAYOR ACOGIDA

DETALLE	FRECUENCIA	%
OCTAVO	10	20%
CUARTO	33	66%
MEDIO	7	14%
UN POLLO	0	0%
TOTAL	**50**	**100%**

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICA 19



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 66% de los comerciantes manifiesta que tiene una mayor acogida la presentación de un cuarto de gallina criolla, el 20% manifiesta sobre las presentaciones de un octavo y el 14% la presentación de media gallina. De acuerdo a estos datos la preferencia por el consumo de gallina criolla es de un cuarto.

Pregunta 8: ¿Qué cantidad de platos de gallina criolla vende diariamente?

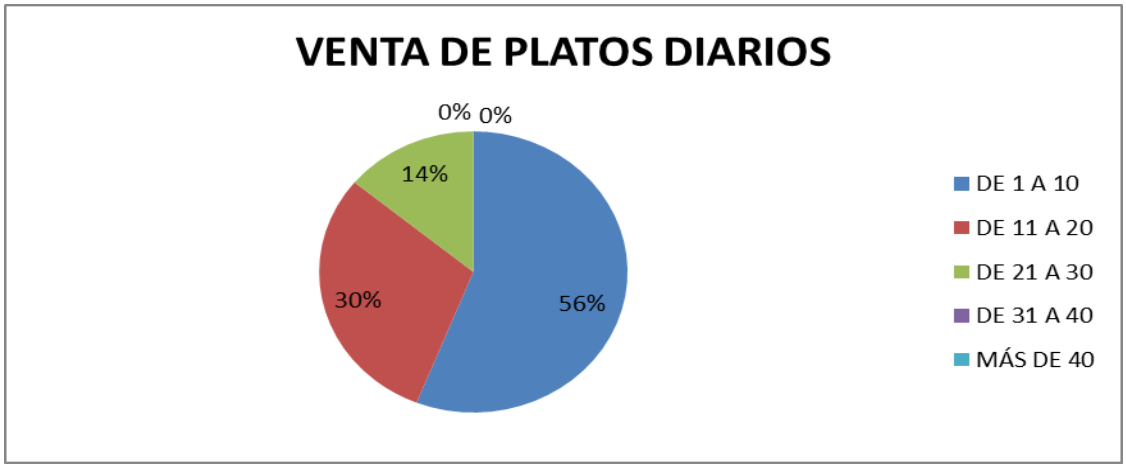
CUADRO 20

CANTIDAD DE PLATOS

DETALLE	FRECUENCIA	%
DE 1 A 10	28	56%
DE 11 A 20	15	30%
DE 21 A 30	7	14%
DE 31 A 40	0	0%
MÁS DE 40	0	0%
TOTAL	**50**	**100%**

Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

GRÁFICA 20



Fuente: Resultados de la encuesta
Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación

El 56% manifiesta que vende entre 1 a 10 platos de forma diaria, el 30% lo hace entre 11 a 20 platos, el 14% vende entre 21 a 30 platos de forma diaria. De estos resultados se determina que los locales de comida vende entre 1 a 10 platos de forma diaria de gallina criolla.

g- Discusión

Estudio de Mercado

Promedio de consumo anual

Para efectuar el análisis del consumo de carne de gallina criolla en el cantón Paltas se utilizó los datos de la pregunta 6 los que tienen relación con la cantidad de veces que se consume este tipo de plato.

CUADRO 21

CONSUMO ANUAL DE GALLINA CRIOLLA

DENOMINACIÓN	PROMEDIO (Xm)	INFORMANTES (f)	Xm*f	TOTAL ANUAL
0-1	0,5	0	0	0
2-3	2,5	5	13	150
4-5	4,5	23	104	1.242
6-7	6,5	73	475	5.694
8-9	8,5	281	2.389	28.662
TOTAL		**382**	**2.979**	**35.748**

Fuente: Cuadro 8
Elaboración: La autora

De la población económicamente activa, se determina que de forma anual se consumen 35.748 platos de gallina criolla, a partir de este valor se puede determinar el consumo per cápita de platos de gallina criolla para lo cual se lo divide para la cantidad de personas encuestadas que son las 382 lo que nos da una resultado de 94 platos de gallina criolla que son las que se consumen.

Demanda

Para lograr cuantificar la demanda que existe para la empresa se analiza los resultados obtenidos en la pregunta 1 en la que se interroga sobre el tipo de comida típica de preferencia.

Demanda Potencial

Analizando el resultado obtenido en el cuadro 2 se determina que existe un 90% de personas que afirman que si consumen pero esto en la muestra para saber sobre la opinión de la población económicamente activa se infiere este resultado en la cantidad de la población económicamente activa que es de 8526 personas.

CUADRO 22
CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	POBLACIÓN	POBLACIÓN INFERIDA	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA POTENCIAL
SI	90%	8.526	7.673	94	718.086

Fuente: Cuadro 2
Elaboración: La autora

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
0	718086	0,009	718086
1	718086	0,009	724548
2	718086	0,009	731069
3	718086	0,009	737649
4	718086	0,009	744288
5	718086	0,009	750986
6	718086	0,009	757745
7	718086	0,009	764565
8	718086	0,009	771446
9	718086	0,009	778389
10	718086	0,009	785395

Analizando los resultados obtenidos se logra apreciar que la demanda potencial es obtenida una vez inferida la totalidad de la población económicamente activa con el porcentaje de respuestas afirmativas, este valor es multiplicado por el consumo per cápita de 94 platos de carne de gallina criolla lo que origina una demanda potencial de 718.086 platos de gallina criolla.

Demanda Real

Es aquella población económicamente activa que consume gallina criolla para ello se basará en los resultados obtenidos en la pregunta 3, en la que un 97% manifiesta que si consume; este porcentaje es aplicado en la demanda potencial lo que genera los siguientes resultados.

CUADRO 23

CALCULO DE LA DEMANDA REAL

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	POBLACIÓN	POBLACIÓN INFERIDA	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA REAL
SI	97%	8.526	8.270	94	773.937

Fuente: Cuadro 4
Elaboración: La autora

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
0	773937	0,009	773937
1	773937	0,009	780902
2	773937	0,009	787930
3	773937	0,009	795022
4	773937	0,009	802177
5	773937	0,009	809396
6	773937	0,009	816681
7	773937	0,009	824031
8	773937	0,009	831447
9	773937	0,009	838930
10	773937	0,009	846481

La demanda real se la obtiene al calcular el porcentaje de población económicamente activa inferida a partir de los datos obtenidos en la pregunta 3, lo que determina una población de 8.526 personas que consumen platos de gallina criolla, que al ser multiplicado por las 94 personas de consumo per cápita dan un total de 773.937 platos de gallina criolla de demanda real.

Demanda efectiva

Para determinar esta demanda se lo efectúa a partir de los datos obtenidos en la pregunta 8 de la encuesta, la cual tiene la pregunta si se consumiría gallina criolla en la empresa la que ha respondido que si en un 97%.

CUADRO 24

CALCULO DE LA DEMANDA EFECTIVA

ALTERNATIVA	PORCENTAJE	POBLACIÓN	POBLACIÓN INFERIDA	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA EFECTIVA
SI	97%	8.270	7.999	94	748.552

Fuente: Cuadros 10
Elaboración: La autora

La demanda efectiva se la obtiene a partir de la población real que manifiesta que consume platos de gallina criolla, la misma que aplicada el porcentaje de población que desea consumir esta carne en el nuevo local de un resultado de 7.999 personas, que multiplicada por el consumo percapita de 94 platos al año da una resultado de 748.552 platos al año.

Proyección de la demanda

El cálculo se lo efectúa a partir de los resultados de la demanda efectiva.

CUADRO 25

DEMANDA A 10 AÑOS

AÑO (n)	DEMANDA EFECTIVA (De)	TASA DE CRECIMIENTO (i)	DEMANDA ACTUAL (Da)
0	748552	0,009	748552
1	748552	0,009	755289
2	748552	0,009	762086
3	748552	0,009	768945
4	748552	0,009	775865
5	748552	0,009	782848
6	748552	0,009	789894
7	748552	0,009	797003
8	748552	0,009	804176
9	748552	0,009	811414
10	748552	0,009	818716

Fuente: Cuadro 24, Datos del INEC
Elaboración: La autora

Estos valores se han determinado a partir de la siguiente fórmula:

$$Da = De(1 + i)^n$$

Dónde:

- Da = Demanda actual
- De = Demanda efectiva
- 1 = Constante
- i = Porcentaje de crecimiento poblacional (0,9 por ciento INEC censo 2001) = 0,9 / 100 = 0,009
- n = Número de años transcurridos

Estudio de la oferta

En el Cantón Paltas, existen proveedores de comidas típicas, en especial el seco de Gallina Criolla tales como restaurantes, mercado central y locales ambulantes por ello la investigación a nivel de comercio se la realizó para saber cuántos platos de Pollo venden mensualmente.

Comportamiento del oferente

Para consultar a los oferentes de acuerdo a lo establecido en la metodología, corresponden 50 encuestas repartidas en el Cantón Paltas entre restaurantes, mercado central y locales ambulantes que venden comida típica en este Cantón. Por tanto se tabulan 50 encuestas, que se repartirán a 30 restaurantes, 15 en el mercado central y 5 vendedores ambulantes, se seguirá el mismo procedimiento que para la demanda, los cuales son organizados, presentados, analizados e interpretados conforme se los indica a continuación.

Se utilizará los datos de la pregunta 7 en los que se ha logrado determinar que los oferentes manifiestan que tienen venta de hasta 20 platos de forma diaria, pero para saber cuántos platos se venden de forma mensual habrá que obtener el valor promedio de platos, para en forma posterior multiplicar por el número de días del año que es de 365, días lo que se obtendría el valor de platos de gallina criolla que se ofrecen de forma anual.

CUADRO 26

CÁLCULO DE LA OFERTA

CANTIDAD	Xm	FRECUENCIA	Xm*F	PORCENTAJE
De 1 a 10	5,50	28	154	56%
De 11 a 20	15,50	15	233	30%
De 21 a 30	25,50	7	179	14%
De 31 a 40	35,50	0	0	0%
Más de 40	0,00	0	0	0%
TOTAL		**50**	**565**	**100%**

Fuente: Cuadro 20
Elaboración: La autora

De acuerdo a estos resultados existe una oferta de 565 platos de gallina criolla de forma diaria, esto al ser multiplicados por los 365 días del año da una resultado de 103113 platos al año de parte de los locales que venden gallina criolla.

Proyección de la oferta

Esta oferta por el consumo de gallina criolla va variando dependiendo de los años que transcurran esto se lo logra a partir de la tasa de crecimiento que los distintos oferentes han determinado a lo largo de sus ventas los que la han establecido en un 0.28%.

CUADRO 27

CÁLCULO DE LA OFERTA PROYECTADA

AÑO (n)	OFERTA (O)	TASA DE CRECIMIENTO (i)	OFERTA PROYECTADA (Oa)
0	103113	0,0028	103113
1	103113	0,0028	103401
2	103113	0,0028	103691
3	103113	0,0028	103981
4	103113	0,0028	104272
5	103113	0,0028	104564
6	103113	0,0028	104857
7	103113	0,0028	105151
8	103113	0,0028	105445
9	103113	0,0028	105740
10	103113	0,0028	106036

Fuente: Cuadro 26; Datos del INEC
Elaboración: La autora

Estos valores se han determinado a partir de la siguiente fórmula:

$$Oa = O(1 + i)^n$$

Dónde:

- Oa = Oferta actual
- O = Oferta
- 1 = Constante
- i = Porcentaje de crecimiento de acuerdo a oferente de 0,28%/100 = 0,0028

n = Número de años transcurridos

Demanda Insatisfecha

Está constituida por la cantidad de bienes, servicios o productos que hacen falta en el mercado para poder cubrir las necesidades del consumidor. Como

indicamos anteriormente conscientes de la demanda insatisfecha, lo que se quiere o busca es aprovechar la existencia de una oportunidad de mercado.

Resulta de restar la demanda esperada sobre la oferta que tiene la empresa. A continuación se presenta la demanda insatisfecha en el siguiente cuadro y proyectada para los diez años de vida útil del proyecto:

CUADRO 28

CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	748552	103113	645439
1	755289	103401	651887
2	762086	103691	658395
3	768945	103981	664964
4	775865	104272	671593
5	782848	104564	678284
6	789894	104857	685037
7	797003	105151	691852
8	804176	105445	698731
9	811414	105740	705673
10	818716	106036	712680

Fuente: Cuadros 24, 27
Elaboración: La autora

Plan de comercialización

Por medio del plan de comercialización se describirá la nueva empresa por lo cual se destaca los siguientes componentes:

Características del producto

Entre las principales características del producto se encuentran las siguientes:

Nombre

El nombre identifica a la nueva empresa para ello se lo busca un nombre que vaya acorde con la actividad comercial que se realiza y de esta forma se pueda identificar a la empresa de las demás analizando que lo que se va a comercializar es gallina criolla, se le asigna el siguiente nombre:

COMIDA TÍPICA SEÑORA GALLINA

Logotipo

El logotipo es la imagen que identifica a la empresa para ello debe ser representativa de la misma identificando el producto y lo que se ofrece en la nueva empresa.

GRÁFICO 21

El logotipo está constituido por una imagen central en la que se identifica una gallina criolla que es la principal dentro de los productos que se comercializarán por la nueva empresa

En su contorno en forma de óvalo se encuentran las palabras comidas típicas, debido a que son los productos que se ofrecen en el nuevo restaurant.

Y en la parte inferior el nombre de la empresa que conforma la otra mitad del óvalo dibujando en contorno a la gallina criolla un huevo que es de donde viene la gallina.

Slogan

El slogan es la frase que tendrá la empresa para hacerse conocer.

"La gallina criolla del mejor sabor……"

A través del slogan se identificará a la gallina como un producto de un sabor natural inigualable que lo hacen del deleite de los paladares más exigentes y lleno de nutrientes vitamínicos.

Precio

Para determinar el precio se basa en el análisis efectuado en la pregunta 6 en la que se analiza sobre el valor cancelado por el plato, de los datos entregados se determina que el precio promedio de pago por el plato de gallina criolla es de 3 dólares con 50 centavos.

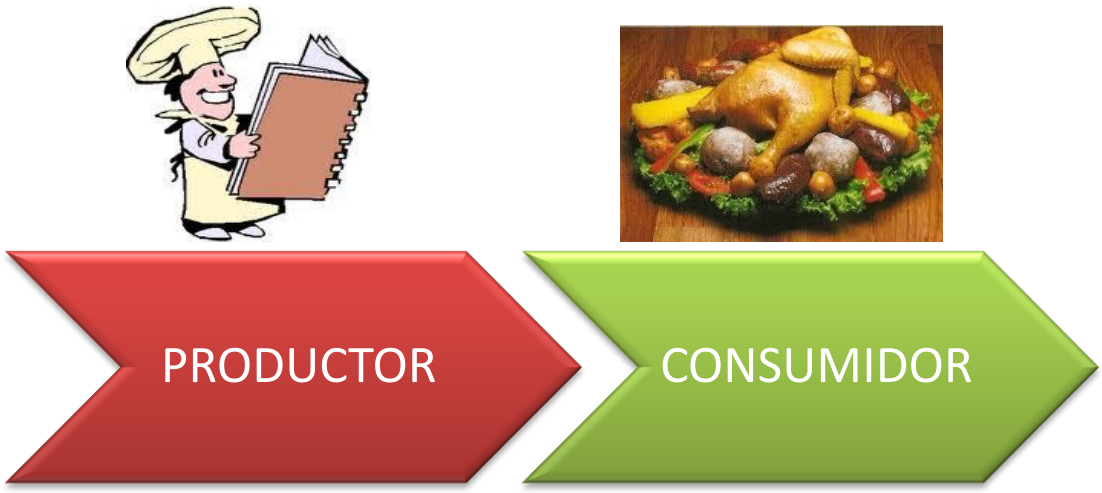
Este precio deberá cubrir los costos y los gastos en los que la empresa incurra con la finalidad de brindar los platos de gallina criolla, de forma adicional precio deberá cubrir un 25% de utilidad.

Este preció de forma adicional será competitivo con los que se ofrecen dentro de la plaza para ello se tendrá un monitoreo permanente de los otros oferentes y de esta manera mantener la competitividad de precios.

Plaza

Para definir la plaza se establece el mejor canal de comercialización para la empresa que lo constituirá del local hasta el consumidor, teniendo el canal de comercialización directo, sin que intervengan terceras personas con la finalidad de ofrecer el producto.

GRÁFICO 22



Promoción

La promoción, con la finalidad de integrar en los patrones de consumo de la población el nuevo Local de comidas típica especialidad Seco de gallina criolla, se realizara las siguientes actividades:

- Por el consumo de un plato de seco de Gallina Criolla se obsequiara una bebida gratis
- Por la compra de 3 platos se obsequiara el 4 plato.
- Por la compra de 2 platos se obsequiara postre.
- Publicidad radial, se utilizará dos emisoras de mayor frecuencia del Cantón Paltas (Radio Ondas de Paltas, Catacocha Estéreo), en las cuales se pasaran cuñas radiales en horas de mayor sintonía (5 días a la semana, 3 pasadas diarias), también se entregaran hojas volantes.

GRÁFICO 23

LOCAL DE COMIDAS TIPICAS

Ofrece a toda la ciudadanía Paltence platos típicos especialidad Seco de Gallina Criolla un alimento 100% nutritivo para ti y toda tu familia a precios cómodos

Dirección: Manuel Vivanco entre Manuel Celi y José Pacífico Ortíz
Telefax: (07) 2683246 - Cel. 0997262750
Correo electrónico: comidastipicas@gmail.com

Publicidad

Cómo publicidad de la empresa se elaborarán tarjetas de presentación que den a conocer a la empresa sobre que se ofrece, propietarios, dirección, teléfonos entre otras.

GRÁFICO 24

Spot radiales

Estos spots serán transmitidos por las principales radios de la localidad los mismos que tendrán una duración de 1 minuto y se los transmitirá en horarios de la mañana y tarde. El spot constará de la siguiente información:

- Diálogo de los miembros de familia para acudir a consumir gallina criolla en familia a la empresa.
- Nombre de la empresa
- Productos que ofrece
- Dirección del establecimiento
- Horario de atención

Entre los rubros necesarios para efectuar la promoción y publicidad de la empresa se encuentran los siguientes:

CUADRO 29

PRESUPUESTO PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

CANTIDAD	DETALLE	UNITARIO	TOTAL
2400	Afiches en papel cluche tamaño A3 al año	0,07	168
2000	Tarjetas en cartulina de marfil blanco al año	0,05	100
9	Transmisiones por mes de spot radial	150	1350
TOTAL			1618

Fuente: Proformas locales
Elaboración: La autora

Estudio Técnico

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender el Seco de Gallina Criolla. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Tamaño de la Empresa

Para el presente caso el tamaño de la empresa está dado por la maquinaria para producir platos de gallina criolla y sus derivados de los cuales se pretende iniciar con un 85% de su capacidad.

Habrá que determinar una correcta ubicación, en razón que la ubicación del restaurant tiene que ver con la cantidad de demandantes y el mercado específico de incidencia directa. De acuerdo al crecimiento y desarrollo de la ciudad de Catacocha se ha determinado ubicar a la empresa en las calles Manuel Vivanco entre Manuel Celi y José Pacífico Ortíz, debido a su mayor circulación en la zona comercial.

El área total de planta que ocupa el local es de 465 m^2 de los cuales:

- **Área de servicio:** Con 134 m^2 representan el área de servicio, es decir en donde se ubicarán las mesas de los clientes.

- **Área de parqueadero**: Con 80 m^2 destinado al estacionamiento de vehículos de nuestros clientes.
- **Área cocina**: Con 70 m^2 sector dedicado al proceso productivo de cocinar.
- **Área de gas:** 2 m^2 lugar para ubicar los cilindros de gas.
- **Área administrativa**: Con 40 m^2, donde se ubicará la oficina y donde se atenderá a los proveedores.
- **Área de bodega**: Con 30 m^2 área colindante con la cocina en donde se guardaría los insumos y materia prima para elaborar los platos.
- **Área de servicios higiénicos:** Con 20 m^2, dividido en tres áreas o baños: uno para damas, el segundo para caballeros y el tercero para los empleados.

CUADRO 30

RESUMEN DEL TAMAÑO

AREA	METROS CUADRADOS	PORCENTAJE
Servicio	134	36%
Administrativo	40	11%
Cocina	70	19%
Parqueadero	80	21%
Bodega	30	8%
Área de gas	2	1%
Baños	20	5%
SUMAN	**376**	**100%**

Fuente: Cuadros 17, 19
Elaboración: La autora

Capacidad instalada

Para este proyecto de implementación, la capacidad instalada responde a la capacidad de la cocina que permite preparar 35 gallinas criollas de las que se obtiene 8 presas obteniendo (8 * 35) 280 platos de gallina criolla diarios, al año se consumirán (35 * 365) 12.775 gallinas, esto en platos será (280 * 365) 102.200 platos, todo esto se conseguirá trabajando en un turno de 8 horas con dos jornadas diarias esto es de 06h00 a 14h00 y de 14h00 a 22h00, los 365 días del año.

CUADRO 31

CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	PORCENTAJE CAPACIDAD	GALLINAS AL AÑO	PRODUCCIÓN PLATOS
1	85%	10859	86870
2	90%	11498	91980
3	95%	12136	97090
4	100%	12775	102200
5	100%	12775	102200
6	100%	12775	102200
7	100%	12775	102200
8	100%	12775	102200
9	100%	12775	102200
10	100%	12775	102200

Elaboración: La autora

Capacidad utilizada

Para determinar la capacidad utilizada de acuerdo a las características de la cocina que es de 27 gallinas al día, esto es 9.855 gallinas al año, con dos jornadas diarias de 06h00 a 14h00 y de 14h00 a 22h00, los 365 días del año.

CUADRO 32

CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	PORCENTAJE CAPACIDAD	GALLINAS AL AÑO	PRODUCCIÓN PLATOS
1	85%	8377	67014
2	90%	8870	70956
3	95%	9362	74898
4	95%	9855	78840
5	95%	9855	78840
6	95%	9855	78840
7	95%	9855	78840
8	95%	9855	78840
9	95%	9855	78840
10	95%	9855	78840

Elaboración: La autora

Localización

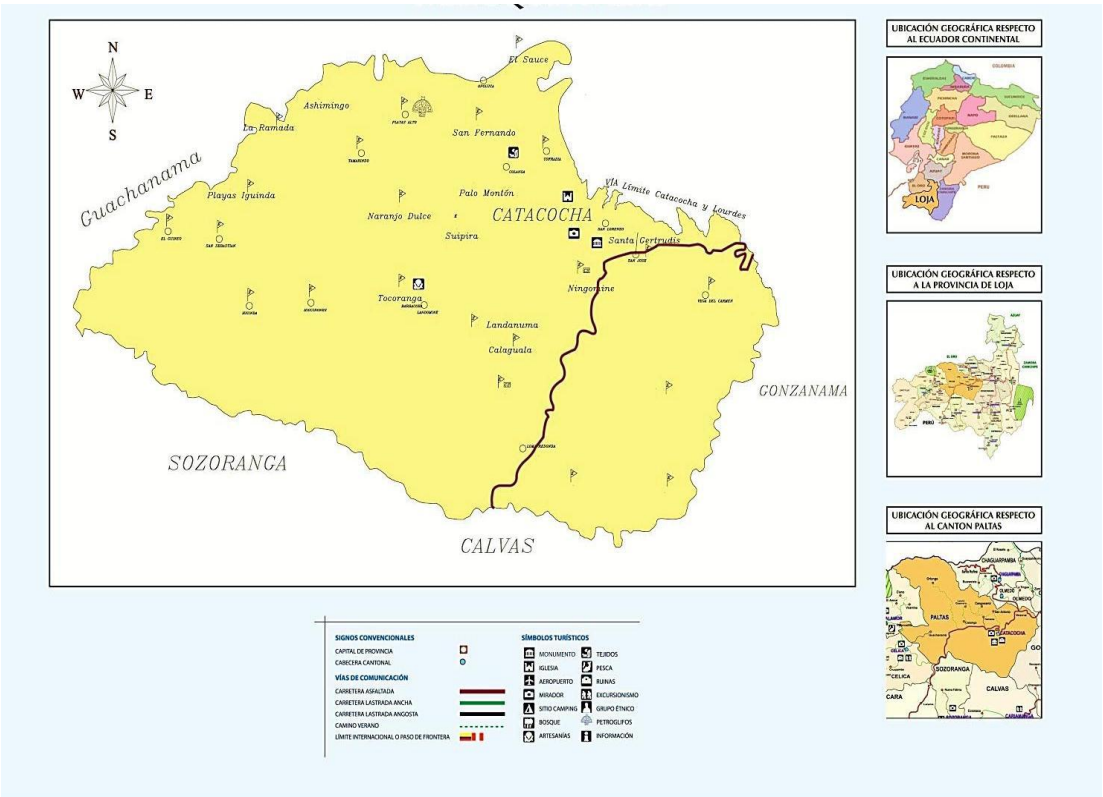
Para determinar la localización de la empresa se utiliza la distribución geográfica en la que se encuentra ubicada, para ello se revisan varios mapas para ubicar la empresa, lo que se demuestra a continuación.

Macro – localización

En un nivel macro se refiere a nivel mayor de influencia y está determinado por la ubicación de la ciudad en la que se ubicará la empresa, para ello se presenta el siguiente esquema de localización.

GRÁFICO 25

MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Catacocha

Elaboración: La autora

Micro – localización

A este nivel se determina el lugar específico en donde se ubicará la empresa para ello se utilizan las siguientes matrices de ponderación, el que determina el mejor lugar dependiendo del nivel de puntuación, para lo cual se analizan diversos factores.

- Disponibilidad de materia prima
- Cercanía a las fuentes de abastecimiento

- Existencia de locales para implementar la empresa.
- Existencia de servicios básicos.
- Facilidad de acceso

Así también se analizan los sectores en los que se puede implementar la empresa para ello se divide a la ciudad en varios sectores:

- Barrio Central
- Barrio La Pita
- Barrio Lauro Guerrero
- Barrio Los Jazmines
- Barrio San José

CUADRO 33

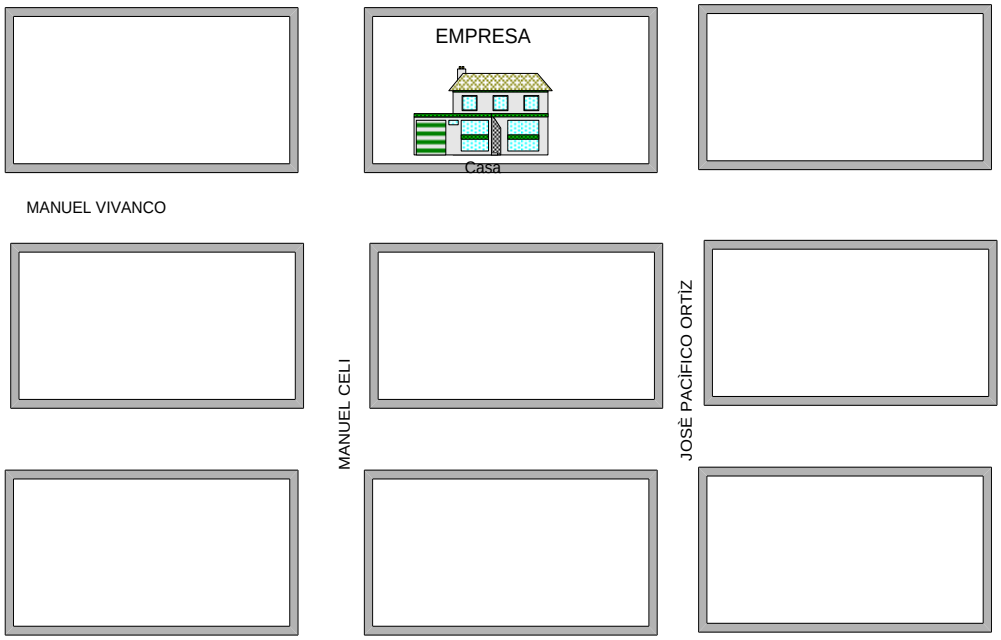
MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

Lugar / variables	%	Central	La Pita	Lauro Guerrero	Los Jazmines	San José
Disponibilidad de materia prima	35	8	6	5	7	9
Cercanía a los abastecimientos	15	8	2	2	1	2
Existencia de locales	10	5	2	1	1	1
Servicios básicos	25	9	4	4	4	4
Facilidad de acceso	15	6	3	2	1	3
Total	**100**	**36**	**17**	**14**	**14**	**19**

Elaboración: La autora

GRÁFICO 26

MICROLOCALIZACIÓN



Elaboración: La autora

Ingeniería del proyecto

Este proyecto pertenece al sector de servicio alimenticio, es decir un servicio de que pretende brindar al cliente alimentos bien preparados, de la mejor calidad, a un precio justo, bajo estándares de sanidad y buen servicio. El alimento a comercializar es el seco de gallina criolla los que serán producidos de manera cuidadosa y seleccionando los mejores productos que se encuentran en el mercado para la elaboración de nuestros alimentos a servir.

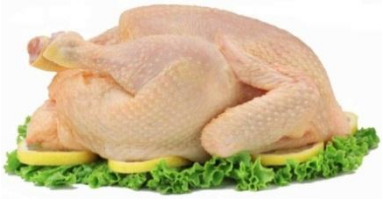
GRÀFICO 27

DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

Elaboración: La autora

Diagrama de ensamble del servicio

	Suministro de alimentos

	Almacenaje de gallina criolla
	Condimentar la gallina criolla
	Producción
	Servicio
	Facturación

Descripción del Proceso productivo

Suministro.- En esta etapa la empresa recibe todos los productos necesarios para elaborar el seco de gallina criolla para lo cual se abastecen de gallinas criollas de acuerdo a ciertas características que deben cumplir las mismas que van orientadas con respecto al peso y la imagen de la

gallina pelada, así también se adquiere alimentos complementarios como el arroz, yuca, lechuga, zanahoria, arveja, papa, cebolla, ajo, para proceder a preparar el plato, estos productos son adquirido de acuerdo a una verificación previa de los proveedores.

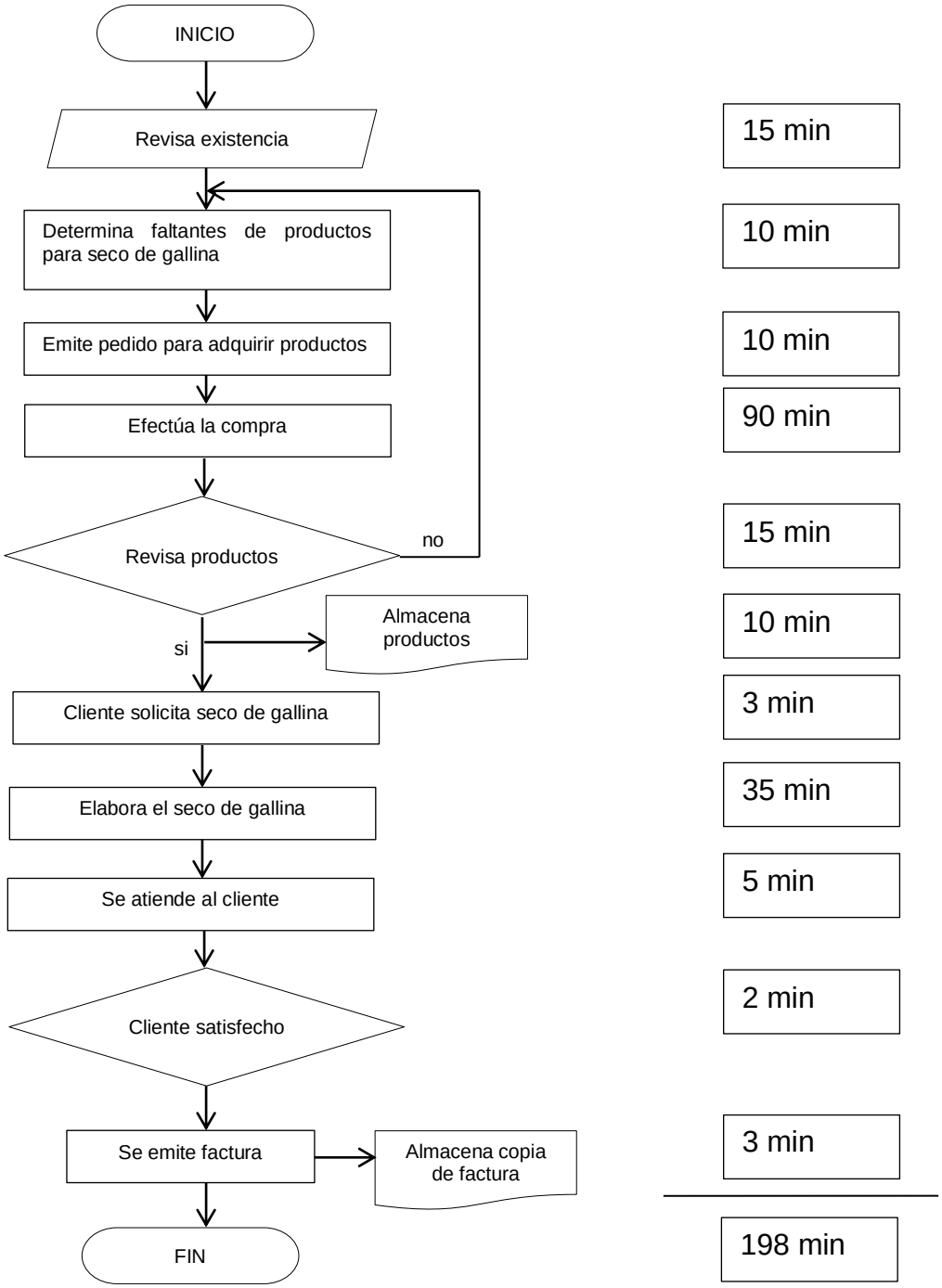
Producción.- El proceso de producción se lo efectúa una vez adquiridos todos los productos, y almacenados los que son retirados de acuerdo a órdenes de producción que son generados por los pedidos de los clientes, los productos deben reunir características como buen estado, debida limpieza, y que no se encuentran en etapa de expiración.

Servicio.- El cliente llega al restaurant y efectúa el pedido por el plato de seco de gallina criolla, para esto es atendido de parte de los meseros quienes efectúan el registro del pedido, el que es pasado a cocina para luego sacar el plato y servirlo a la mesa del cliente, y en la etapa final se procede a efectuar la factura para el cobro de los consumido, procurando un adecuado ambiente para el cliente.

Facturación.- La etapa de facturación comprende tanto el pago por los servicios recibidos como el cobro del servicio prestado, documentos que son guardados en un archivador correspondiente para llevar la contabilidad de los servicios prestados, se efectuarán de forma constante arqueos de caja para evitar que se efectúen inadecuados manejos de los recursos existente en caja. Todos estos datos permitirán identificar la situación financiera en la que se encuentre la empresa.

GRÁFICO 28

FLUJOGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO



Se necesita 198 minutos para efectuar preparar, comprar y servir platos de gallina criolla.

Proceso de suministro

CUADRO 34

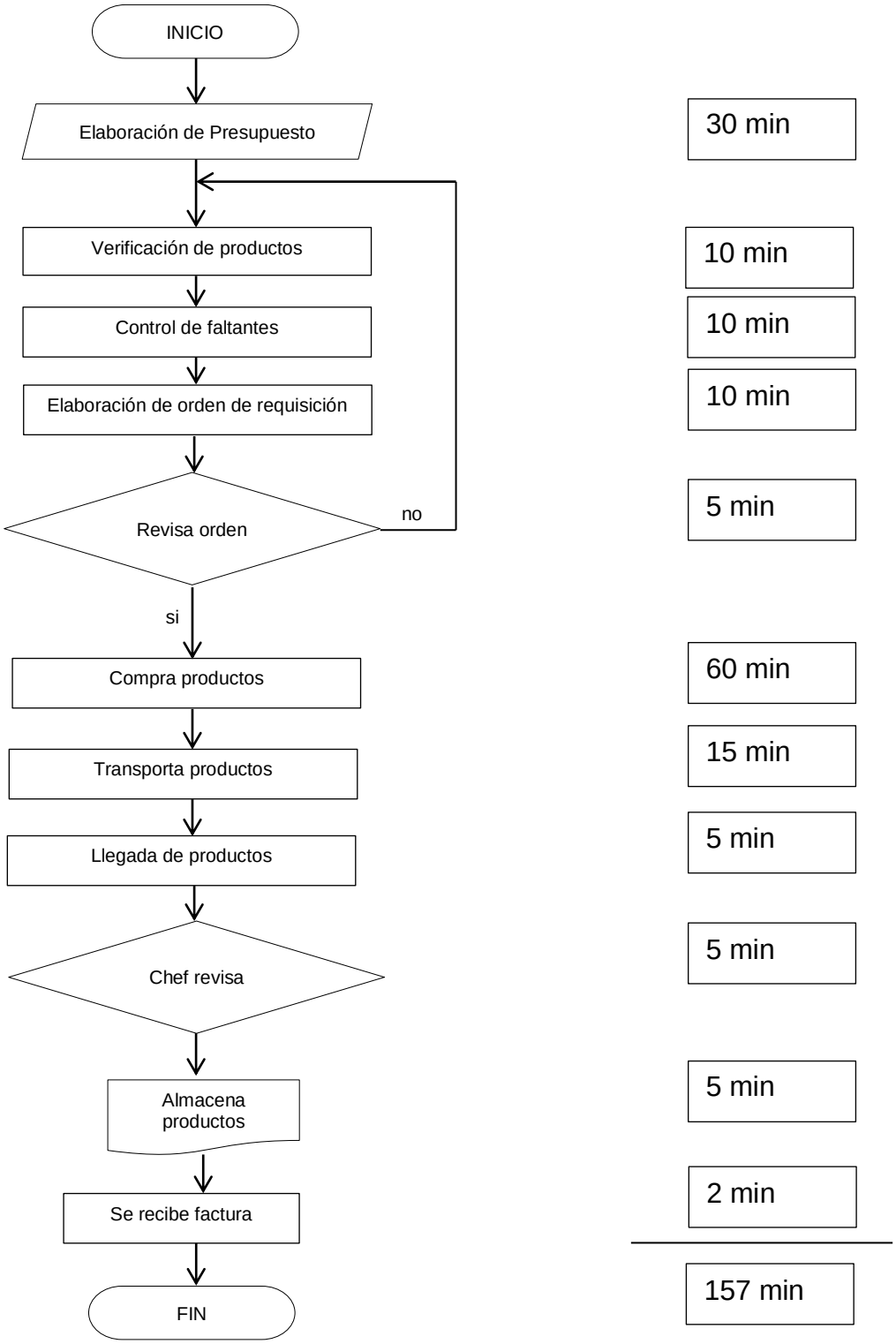
ESQUEMA PROCESO DE SUMINISTRO

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÒN	RESPONSABLE
Elaboración de presupuesto	Determinación de lo que la empresa necesita para elaborar los platos de gallina criolla determinando la disponibilidad económica para la adquisición.	Contador
Verificación y pedido de chef	El chef es quien revisa la disponibilidad de insumos para lo cual verifica productos agotados, expirados o dañados para elaborar el nuevo pedido para efectuar su trabajo.	Chef
Búsqueda de proveedores	Los encargados de las adquisiciones buscan los proveedores idóneos que puedan proveer de productos para el local.	Administrador
Compras	Se procede a entregar el listado de productos que se necesitan y a efectuar la adquisición.	Administrador
Recepción y verificación	Los productos comprados se reciben de parte del chef quien revisa que esté acorde a lo que el necesita	Chef
Facturación	Se recibe las facturas de las compras realizadas y de esta forma poder mantener el control contable.	Contador

Elaboración: La autora

GRÁFICO 29

FLUJOGRAMA DE PROCESO SUMINISTRO



Se necesita de 157 minutos para adquisición de materia prima.

Proceso de producción

CUADRO 35

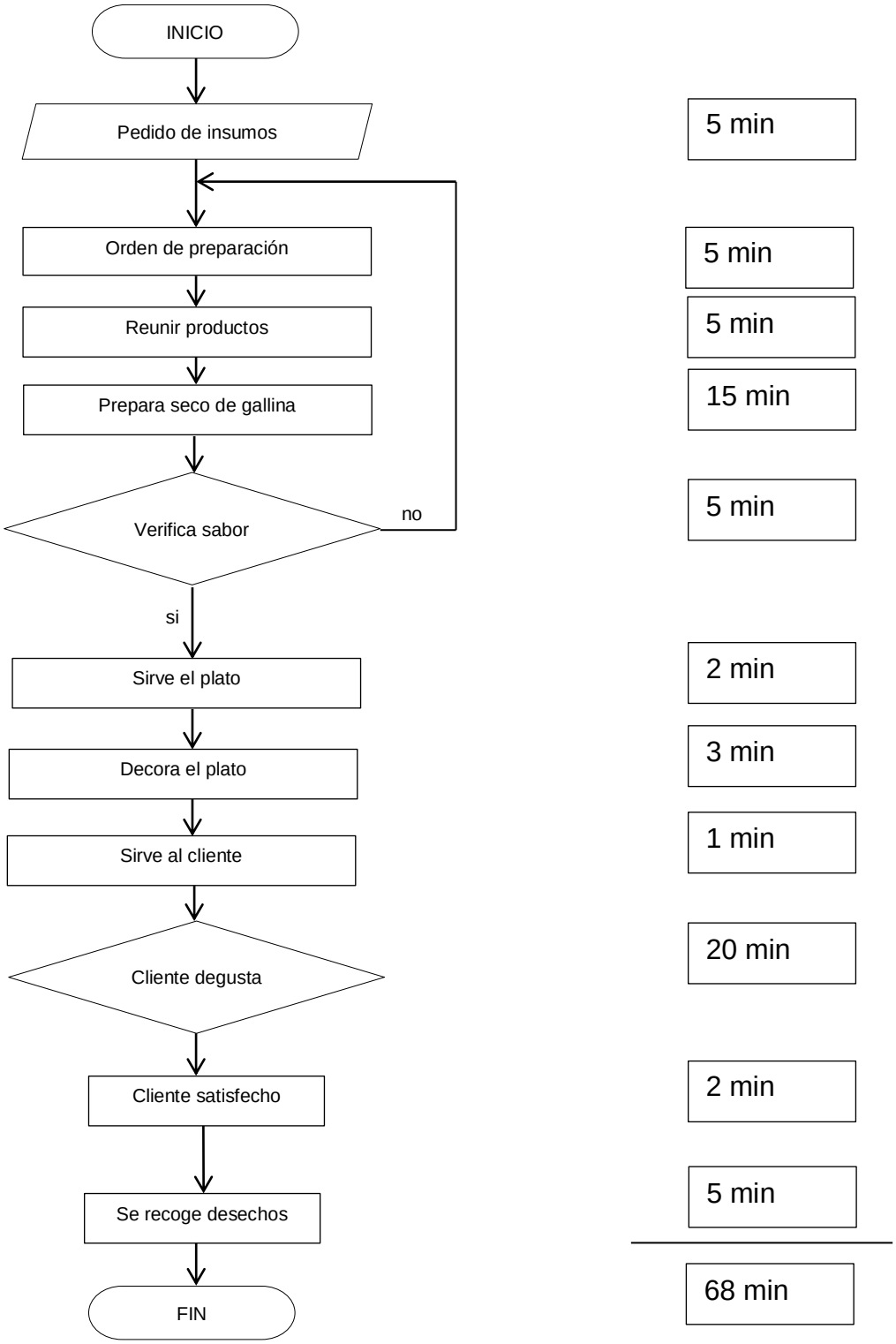
ESQUEMA PROCESO PRODUCCIÓN

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÒN	RESPONSABLE
Pedido de insumos	De acuerdo a lo requerido en la preparación del plato, se solicita los insumos y materia prima a bodega para la utilización	Chef
Orden de preparación	Del pedido tomado por el mesero, se recepta o recibe la orden del cliente para proceder a la preparación del plato.	Mesero
Preparación de platos	La elaboración de la receta que el chef tenga para cada plato que ordene el cliente.	Chef
Verificación de calidad	Constatar que el plato tenga el sabor y la textura que en la receta se presenta antes de servirlo al cliente	Chef
Presentación de plato	Decoración del plato que se va a servir al cliente procurando estética en colores, textura y formas	Chef
Arrojo de desechos	Eliminación inteligente de los desperdicios por medio de la clasificación en basura orgánica e inorgánica para evitar la contaminación cruzada, así como las grasas o aceites quemados	Asistente de cocina

Elaboración: La autora

GRÁFICO 30

FLUJOGRAMA DE PROCESO PRODUCCIÓN



Se necesita 68 minutos para preparar 280 platos de gallina criolla diarios.

Proceso de servicios

CUADRO 36

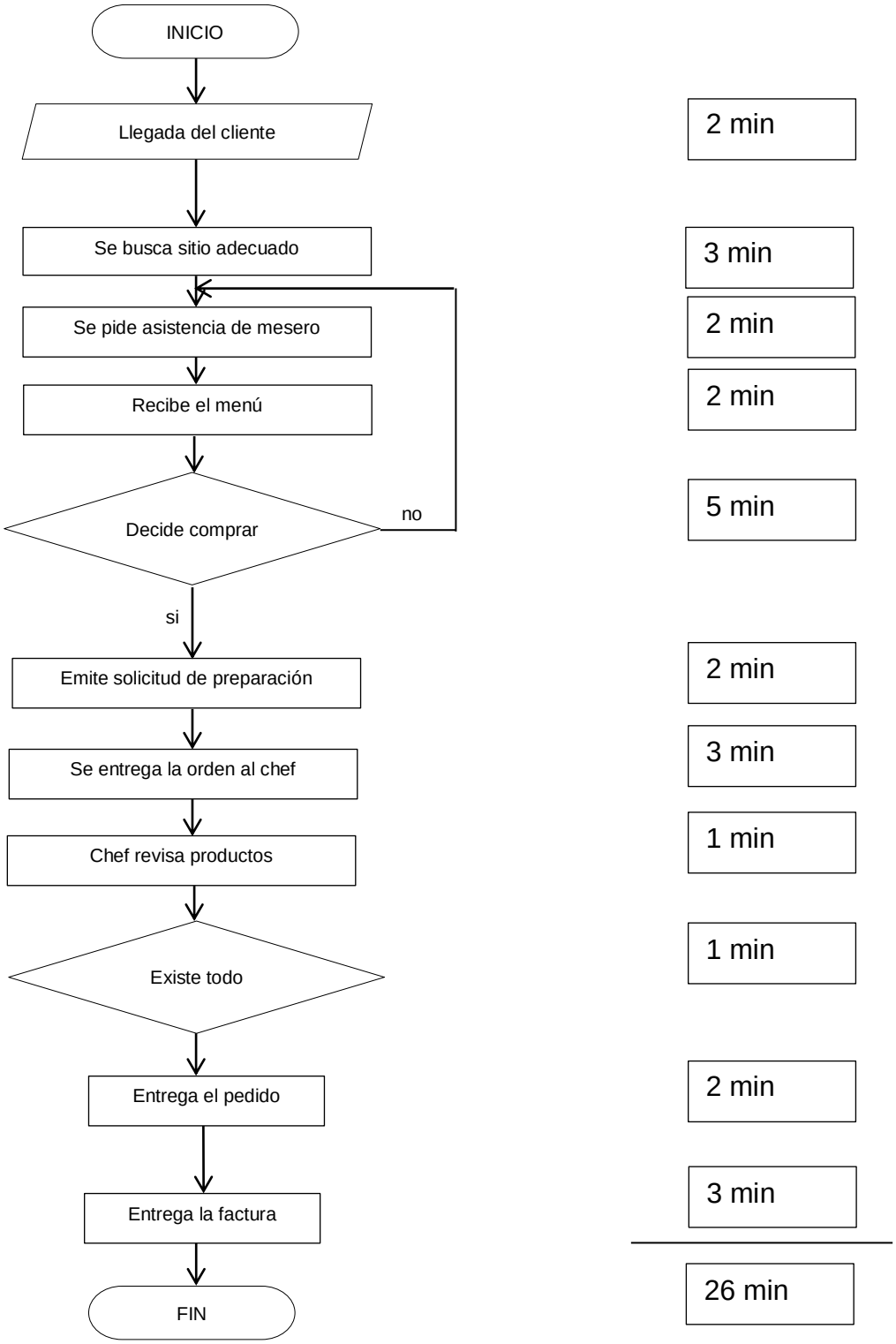
ESQUEMA PROCESO SERVICIOS

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÒN	RESPONSABLE
Toma del pedido	Luego de la entrega de la carta o menú, el cliente solicita lo que desea servirse, para lo que se anotará su selección	Mesero
Preparación de los platos	Recibe la anotación del mesero para proceder a enlistar los pedidos y posteriormente elaborarlos	Mesero
Entrega del pedido	Luego de preparado, verificado el sabor y decorado el plato, se procede a entregarlo al cliente para su degustación	Mesero
Entrega de la factura	Cuando el cliente solicite el cobro de su consumo, se entregará a la mesa la factura indicando los valores de su orden y el de propina para el mesero	Mesero
Esparcimiento del cliente	De acuerdo a lo esperado para satisfacer al cliente los viernes, sábados y domingos se presentará música en vivo para los clientes	Administrador

Elaboración: La autora

GRÁFICO 31

FLUJOGRAMA DE PROCESO SERVICIO



Se necesita de 26 minutos para atender al cliente

Proceso de facturación

CUADRO 37

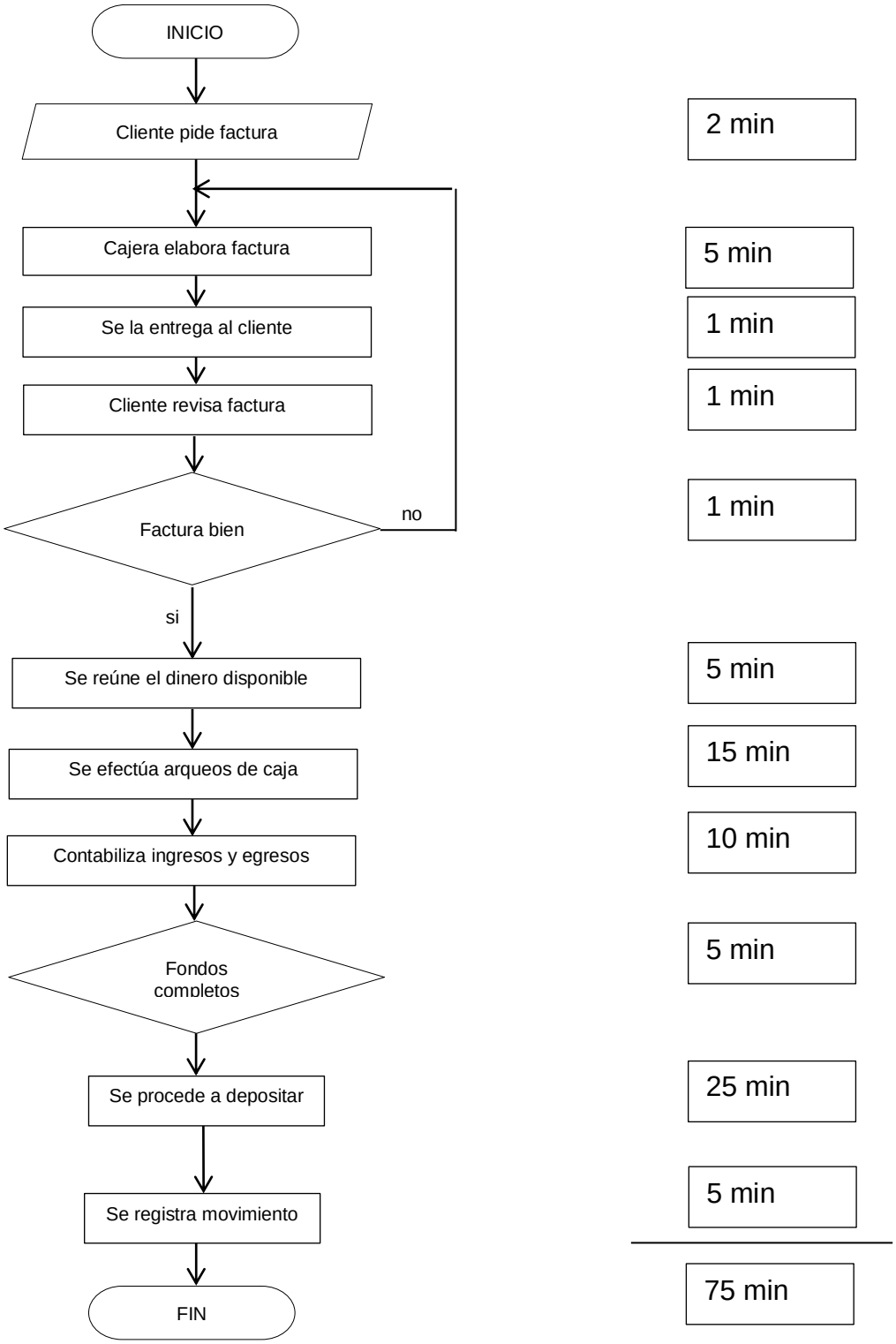
ESQUEMA PROCESO FACTURACIÓN

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÒN	RESPONSABLE
Facturación y cobro	Llena la factura por el consumo realizado por el cliente para su respectivo cobro, las mismas que deben estar en vigencia y con los requisitos de SRI	Cajera
Pagos a proveedores	Aprobada la factura se procede a extender el pago de los valores a proveedores dependiendo de la manera en la que se ha negociado el pago, sea en cheque, depósito, efectivo, u otros.	Contadora
Retiro de fondos caja chica	Adquisiciones de valores menores que surgieron como imprevistos y que son parte de la actividad diaria del restaurante, cuyo uso sea justificado	Gerente
Arqueos de caja	Constatar que los valores que figuran en facturas sean iguales a los que se ven en efectivo	Gerente
Depósitos bancarios	Los ingresos obtenidos serán depositados para evitar robos ó hurtos, a través del uso de servicios bancarios que retiren el dinero en horas de la mañana	Contadora

Elaboración: La autora

GRÁFICO 32

FLUJOGRAMA DE PROCESO FACTURACIÓN



Es necesario de 75 minutos para efectuar contabilidad de registro de facturas de venta

Distribución

Número de mesas.- De acuerdo con el área asignada, para el local se ha dispuesto la instalación de 30 mesas, con capacidad cada una para cuatro personas, de haber grupos mayores se unirían dos o tres mesas para albergar el número de clientes que formen un grupo.

CUADRO 38

DISTRIBUCIÓN DE MESAS

MESAS/CAPACIDAD	MEDIDA	AREAS/MESAS	CANTIDAD	TOTAL	%
4 PERSONAS	1.50*0.80	1.2	30	36	100
TOTAL			**30**	**36**	**100**

Elaboración: La autora

Descripción física

El proyecto se lo elaboró en un local elegido de acuerdo con las necesidades del Local de Comidas Típicas, el mismo que es un local grande en el que nosotros lo vamos a adecuar a nuestros requerimientos para hacerle pequeñas remodelaciones y satisfacer las necesidades de los clientes y empleados, para que así todas las personas que entren a este Local, se sientan cómodos.

Fachada interna

- ✓ La decoración será con elementos antiguos y modernos que resalten la cultura Palta.
- ✓ Las paredes serán de color crema con café.
- ✓ La luz será con lámparas en la pared junto a las mesas y en el techo.
- ✓ Las mesas serán de madera rústica o caña guadua.
- ✓ La mantelería será de color blanco con manteles de colores en el medio y las servilletas de tela de color amarillo, tomate y verde.
- ✓ El adorno de la mesas será el monumento Plata, más conocido como el aguacate.
- ✓ El techo con vigas de madera.
- ✓ Las cortinas de tela.
- ✓ El piso con una baldosa antideslizante color madera

Fachada externa

- ✓ El color de la parte externa de color ladrillo.
- ✓ La puerta y las ventanas de madera de forma arqueada.
- ✓ También habrá un jardín pequeño con sillas de cementó y una
- ✓ cascada artificial.
- ✓ Tendrá un gran parqueadero donde podrán estar 10 carros.
- ✓ Se dispondrá servicio de guardianía.

Servicio a prestarse en el local

El servicio que se brindará será de miércoles a domingo con servicio a la carta “El servicio que se dará será el de plato servido a la mesa”.

Menaje

Habrá una vajilla de cerámica donde estarán todos los platos como para fuertes, postres, soperos, tazas, vasos, copas de vino y agua.

Cubiertos

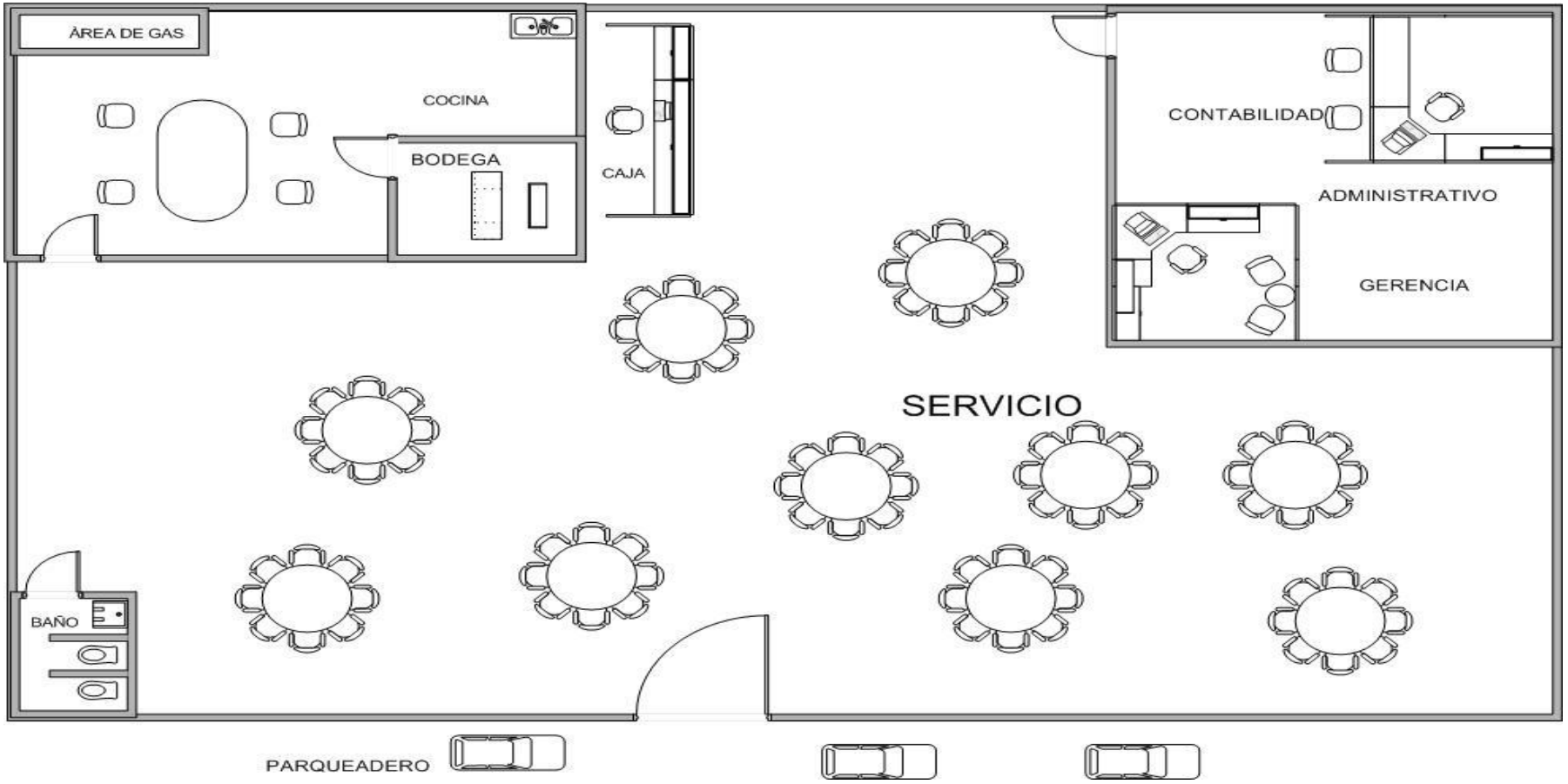
La cubertería será para fuertes, sopas, entradas, bebidas.

Especialidad del Establecimiento

- ✓ Nuestra especialidad es la comida típica del Cantón Paltas
- ✓ El ambiente será con un estilo antiguo y moderno

GRÁFICO 33

DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL



Requerimientos de maquinaria

La maquinaria que se necesita permite a la empresa iniciar sus actividades para ello se necesita lo siguiente:

Maquinaria

La maquinaria es todo aquel implemento necesario por la empresa y que utiliza algún tipo de energía.

CUADRO 39

MAQUINARIA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vitrinas de vidrio curvo refrigeradas	2	1.200,00	2.400,00
Frigoríficos de hasta 200 Kg industrial	2	850,00	1.700,00
Cocinas industrial de 4 quemadores en acero inoxidable	2	1.320,00	2.640,00
Licuadoras Oster 5 velocidades	2	75,00	150,00
Microondas, 17 Libras, marca Electrolux	1	350,00	350,00
Cafetera Oster de 1.25 Litros	2	200,00	400,00
Juguera, marca Ecasa	2	175,00	350,00
Dispensador de agua helada y caliente, marca Oster de 5 galones	1	95,00	95,00
Dispensador de gaseosa, de la compañía Coca Cola	1	300,00	300,00
Extractor de olores, marca Ecasa de 2 m.	1	350,00	350,00
TOTAL			8.735,00

Fuente: Proformas

Elaboración: La autora

Herramientas

Las herramientas constituyen todos aquellos implementos necesarios en el restaurant y que permiten la prestación del servicio.

CUADRO 40

HERRAMIENTAS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vajilla de porcelana para 4 personas	10	90,00	900,00
Vasos de vidrio para agua x 12	6	12,00	72,00
Vasos de vidrio cocteleras x 12	6	15,00	90,00
Bandejas de aluminio templado	24	5,00	120,00
Recipientes de porcelana para ensalada	6	35,00	210,00
Recipientes de vidrio para salsas	6	35,00	210,00
Jarras de vidrio para jugos	15	6,50	97,50
Servilleteros de aluminio	24	3,90	93,60
Abrelatas de aluminio	3	2,50	7,50
Juego de cubiertos en aluminio para 8 personas	10	45,00	450,00
Juego de ollas industriales * 4 unidades	6	275,00	1.650,00
Tablas de madera para picar	4	10,00	40,00
Juego de cuchillos Tramontina profesionales	2	70,00	140,00
Juego de sartenes en teflón * 3 unidades	3	75,00	225,00
Manteles de mesa de 2 metros	24	20,00	480,00
Servilletas de tela de 30 cm	96	2,00	192,00
Uniformes con identificativo del restaurant	8	50,00	400,00
TOTAL			5.377,60

Fuente: Proformas

Elaboración: La autora

Equipos de computación

Este grupo de activos está constituido por todos aquellos implementos que permiten trabajar con las tecnologías de la información y comunicación.

CUADRO 41

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Intel Marca HP, Pentium IV	3	950,00	2.850,00
Máquina registradora marca SONY	1	250,00	250,00
Impresora EPSON tinta continua	3	125,00	375,00
Teléfono fax, marca SONY	2	145,00	290,00
TOTAL			3.765,00

Fuente: Proformas

Elaboración: La autora

Equipos e insumos de oficina

Consisten aquellos materiales que se necesitan para cubrir las necesidades del área administrativa.

CUADRO 42

INSUMOS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resmas de papel bond A4	2	4,20	8,40
Grapadoras semindustrial capacidad 150 Hojas	3	3,00	9,00
Perforadoras semindustrial capacidad 150 Hojas	3	3,25	9,75
Carpetas folder de cartón	36	0,30	10,80
Factureros de la empresa	24	10,50	252,00
Útiles varios (Esferográficos, borrador, lápiz)	1	35,00	35,00
TOTAL			324,95

Fuente: Proformas

Elaboración: La autora

Muebles y enseres

Son aquellos implementos que facilitan la realización de las labores tanto del área operativa como administrativa.

CUADRO 43

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de madera de 2 metros de picado	1	45,00	45,00
Aparadores en aluminio de 1,5 metros	1	80,00	80,00
Muebles de cocina en madera	1	150,00	150,00
Estanterías de aluminio	2	75,00	150,00
Sillas para cocina de madera	4	8,00	32,00
Sillas comedor en madera y cuerina	80	18,00	1.440,00
Sillas para bebe en madera	8	30,00	240,00
Mesas para 8 personas	15	38,00	570,00
Mesas para 4 personas	9	17,00	153,00
Escritorios de melanina	3	90,00	270,00
Sillas para administrativos giratorias	7	20,00	140,00
TOTAL			3.270,00

Fuente: Proformas

Elaboración: La autora

Materia prima

La materia prima para los platos a ofrecer es la gallina criolla, que de acuerdo a la capacidad se determina los siguientes valores.

CUADRO 44

MATERIA PRIMA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gallinas criollas al año	9125	6,00	54.750,00
TOTAL			54.750,00

Fuente: Cuadro 31

Elaboración: La autora

Insumos de producción

Los insumos lo constituyen todos aquellos productos necesarios para ofrecer los platos de seco de gallina criolla.

CUADRO 45

INSUMOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Porciones de arroz	73000	0,15	10.950,00
Porción de papa	73000	0,15	10.950,00
Porción de ensalada	73000	0,15	10.950,00
Especerías	73000	0,10	7.300,00
Mayonesa	73000	0,10	7.300,00
Ají	73000	0,10	7.300,00
Salsa de Tomate	73000	0,10	7.300,00
TOTAL			62.050,00

Fuente: Cuadro 32

Elaboración: La autora

Requerimientos de talento humano

Cuando se habla sobre el talento humano se trata sobre el personal del área operativa es por ello que se determina el siguiente personal.

CUADRO 46

TALENTO HUMANO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Chef especializado en gallina criolla	1	615,93	7.391,10
Asistentes de cocina	2	365,95	8.782,88
Meseros	2	365,95	8.782,88
TOTAL			24.956,86

Fuente: Anexo 3

Elaboración: La autora

Talento humano para el área administrativa

Este tipo de personal hace referencia a todas aquellas personas que laboran en el aspecto administrativo en la empresa.

CUADRO 47

ADMINISTRATIVOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gerente	1	724,61	8.695,30
Contador	1	398,56	4.782,70
Cajera	2	365,95	8.782,88
TOTAL			22.260,88

Fuente: Anexo 4

Elaboración: La autora

El valor para cubrir este rubro es de 22.260,88 dólares con los que se pagará el Gerente, Contador y cajera de la empresa.

Estudio Organizacional

El estudio organizacional permitirá a la empresa mantener su estructura jurídica para su funcionamiento.

Base legal

La empresa a constituir será de tipo de Responsabilidad Limitada la cual está reguilada por la ley de compañías en los siguientes artículos:

1. Disposiciones Generales

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Acta constitutiva

ESTATUTOS DE LA EMPRESA “SEÑORA GALLINA”

TITULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Articulo 1.- Denominación. La sociedad se denomina "Señora Gallina".

Artículo 2.- Régimen jurídico. Se rige por estos estatutos y, en lo no previsto en ellos, por lo dispuesto en el Texto Refundido de la Ley de Compañías de 29 de diciembre de 2008.

Artículo 3.- Objeto social. La sociedad tiene por objeto las siguientes actividades:

- Comercializar caldo de gallina criolla en el cantón Paltas a través de recetas propias de la zona.
- Dotar de un alimento rico en vitaminas.
- Entregar a los clientes un ambiente adecuado en el que se pueda degustar caldo de gallina criolla como si estuviera en casa.

Artículo 4.- Domicilio. El domicilio social se fija en la provincia de Loja, Cantón Paltas, barrió Central, calles Manuel Vivanco entre Manuel Celi y José Pacífico Ortiz, en la cual se ubicará la instalación de la empresa contando con el local de restaurant adecuado que logre brindar la mejor

comodidad a los clientes de la empresa y de esta forma garantizar el servicio entregado.

Artículo 5.- Duración y comienzo de operaciones

La sociedad se constituye por tiempo indefinido, dando comienzo a sus operaciones el mismo día del otorgamiento de la escritura de constitución de la sociedad.

TITULO II. CAPITAL SOCIAL.

Artículo 6.- Capital social. El capital social se fija en la cifra de $ 85.347,55 dólares, íntegramente suscrito por los socios y desembolsado en cuanto a un veinticinco por ciento (25%) del importe nominal de cada acción mediante aportaciones dinerarias realizadas por los socios en la expresada moneda.

Artículo 7.- Acciones. El capital social está dividido en 86.000 acciones indivisibles, todas ellas de una misma clase y serie, con un valor nominal cada una de ellas de un dólar, que atribuyen a los accionistas el mismo contenido de derechos. Las acciones de la sociedad se representan por medio de títulos al portador, numerados correlativamente del uno al 86.000.

Las acciones se emitirán en la forma establecida en la Ley. Los títulos representativos de las acciones podrán ser múltiples. De conformidad con lo

dispuesto en el artículo 56 del Texto de la Ley de Compañías Limitadas, mientras no se haya impreso y entregado los títulos, en la transmisión de las acciones, se procederá de acuerdo con las normas sobre la cesión de créditos y demás derechos incorporales. Una vez impresos y entregados los títulos, las acciones al portador serán libremente negociables y la transmisión de ellas se sujetará a lo dispuesto en el artículo 545 del Código de Comercio. La copropiedad, usufructo, prenda y el embargo de acciones se regirá por lo establecido por la Ley.

TITULO III. ORGANOS DE LA SOCIEDAD

Artículo 8.- Órganos de la sociedad. La Compañía Limitada se regirá por los siguientes órganos sociales:

Artículo 9.- Juntas generales. La voluntad de los socios, expresada por mayoría de votos, regirá la vida de la Sociedad con arreglo a la Ley. Las Juntas Generales podrán ser Ordinarias y Extraordinarias. La Junta General Ordinaria, previamente convocada, deberá reunirse necesariamente dentro de los seis primeros meses del ejercicio a los fines establecidos en la Ley de Compañías. Cualquier otra Junta General tendrá el carácter de Extraordinaria.

A) Convocatoria: La convocatoria de la Junta General Ordinaria habrá de hacerse por el Órgano de Administración mediante anuncio publicado en uno

de los diarios de mayor circulación en la provincia, a los menos quince días antes de la fecha fijada para su celebración. El anuncio expresará la fecha de la reunión en primera convocatoria y los asuntos incluidos en el orden del día.

En el anuncio de la Junta General podrá expresarse igualmente la fecha en que se reunirá la Junta en segunda convocatoria, debiendo mediar entre ambas convocatorias un plazo mínimo de veinticuatro horas. Si la Junta General debidamente convocada no se celebrase en primera convocatoria ni estuviese previsto en el anuncio la fecha de su celebración en segunda convocatoria, deberá ser anunciada en la misma forma expresada anteriormente para la primera convocatoria, dentro de los quince días siguientes a la fecha de la Junta no celebrada, y con ocho días de antelación a la fecha de la reunión.

El Órgano de Administración podrá convocar Junta General Extraordinaria siempre que lo consideren conveniente para los intereses sociales.

b) Convocatoria a instancia de los socios: El Órgano de Administración deberá convocar la Junta cuando lo soliciten los accionistas titulares de acciones que representen al menos un cinco por ciento del capital social, debiendo expresar en la solicitud los asuntos que se vayan a tratar en la Junta. En este caso, la Junta deberá celebrarse dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que se hubiere requerido notarialmente al Órgano

de Administración para convocarla. El Órgano de Administración confeccionará el orden del día que incluirá necesariamente los asuntos propuestos por los accionistas en la solicitud de convocatoria. La convocatoria judicial de la Junta se regirá por lo dispuesto en la Ley de Compañías.

c) Constitución de la junta y representación: El quórum de asistencia para la válida constitución de la Junta en primera y segunda convocatorias será el que señala la Ley de Compañías. La asistencia a la misma por medio de representante se regirá igualmente por lo dispuesto en la Ley de Sociedades Anónimas.

d) Presidencia: Actuarán como Presidente y Secretario de la Junta General los elegidos para tales cargos por la Junta al comienzo de la reunión.

e) Deliberación y toma de acuerdos: La Junta General de Socios deliberará sobre los asuntos comprendidos en el orden del día establecido en la convocatoria. Se levantará acta de la Junta en la forma prevista por la Ley, haciendo constar en ella las intervenciones de los socios que lo soliciten.

Los acuerdos se adoptarán con las mayorías previstas en la Ley de Compañías para cada caso.

Artículo 10.- Junta general

La Junta General de la sociedad quedará válidamente constituida para tratar cualquier asunto, sin necesidad de previa convocatoria, siempre que esté presente o representado todo el capital social de la sociedad y los presentes acepten por unanimidad la celebración de la Junta y el orden del día de la misma.

Artículo 11.- Régimen del presidente

a).- Duración del cargo: El Presidente de la compañía ejercerá su cargo por el plazo de CINCO AÑOS. Cabrá en todo caso la posibilidad de reelegir al administrador cesante.

b) Retribución: El cargo de presidente será gratuito.

Artículo 12.- Facultades del presidente

La representación de la Sociedad, en juicio y fuera de él, corresponderá al presidente conjuntamente en la forma prevista por la Ley y estos estatutos.

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter complementario o accesorio. En aquellos supuestos en los que no haya una clara conexión entre el acto o

negocio jurídico que se pretende realizar y el objeto social de la sociedad, el presidente manifestará la relación con el objeto social de la sociedad del acto o negocio que pretenden realizar.

Entre otros actos y negocios jurídicos, el Órgano de Administración podrá realizar los siguientes:

a. Adquirir, disponer, enajenar, gravar toda clase de bienes muebles e inmuebles, y construir, aceptar, modificar y extinguir toda clase de derechos personales y reales, incluso hipotecas.

b. Dirigir la organización empresarial de la Sociedad y sus negocios.

c. Otorgar toda clase de actos, contratos o negocios jurídicos, con los pactos, cláusulas y condiciones que estimen oportunos establecer; transigir y pactar arbitrajes; tomar parte en concursos y subastas, hacer propuestas y aceptar adjudicaciones. Adquirir, gravar y enajenar por cualquier título, y en general realizar cualquier operación sobre acciones, obligaciones u otros títulos valores, así como realizar actos de los que resulte la participación en otras sociedades, bien concurriendo a su constitución o suscribiendo acciones en aumentos de capital u otras emisiones de títulos valores.

d. Administrar bienes muebles e inmuebles; hacer declaraciones de edificación y plantación, deslindes, amojonamiento, divisiones materiales, modificaciones hipotecarias, concertar, modificar y extinguir arrendamientos, y otras cesiones de uso y disfrute.

e. Girar, aceptar, endosar, intervenir, y protestar letras de cambio y otros documentos de giro.

f. Tomar dinero a préstamo o crédito, reconocer deudas y créditos. Prestar avales en interés de la Sociedad, o de terceros, o a favor de los propios accionistas.

g. Disponer, seguir, abrir y cancelar cuentas y depósitos de cualquier tipo en Bancos nacionales y extranjeros, incluido el Banco Central del Ecuador, Institutos y Organismos Oficiales, y demás Entidades financieras en todo cuanto y en la forma que la legislación y la práctica bancarias permitan al respecto. Alquilar y utilizar cajas de seguridad.

h. Nombrar y separar empleados y representantes, firmar contratos de trabajo, de transporte y traspaso de locales de negocio; retirar y remitir géneros, envíos y giros.

i. Comparecer ante toda clase de Juzgados y Tribunales de cualquier jurisdicción y ante toda clase de organismos públicos, en cualquier concepto, y en toda clase de juicios y procedimientos incluso arbitrales; interponer recursos, revisión o nulidad, ratificar escritos y desistir de las actuaciones, ya directamente o por medio de Abogados y Procuradores, a los que podrán conferir los oportunos poderes.

j. Otorgar y firmar toda clase de documentos públicos y privados; retirar y cobrar cualquier cantidad o fondos de cualquier organismo público o privado, firmando al efecto cartas de pago, recibos, facturas y libramientos.

k. Ejecutar y, en su caso, elevar a públicos los acuerdos adoptados por la Junta General.

l. Otorgar poderes de todas clases, tanto judiciales como extrajudiciales, y modificar o revocar los apoderamientos conferidos.

TÍTULO V. ASPECTOS CONTABLES

Artículo 13.- Auditorias de cuentas.

A) Por Exigencia Legal: Si fuera necesario, por incurrir en causa de exigencia legal, la Junta General designará auditores de cuentas, antes del cierre del ejercicio a auditar.

B) Por Acuerdo Social: Con el voto favorable de la mayoría necesaria para la modificación de estatutos, podrá acordar la Junta General la obligatoriedad de que la Compañía someta sus cuentas anuales de forma sistemática a la revisión de auditores de cuentas, aunque no lo exija la Ley. Con los mismos requisitos se acordará la supresión de esta obligatoriedad.

C) Por Exigencia De La Minoría: La Sociedad someterá sus cuentas a verificación por un auditor nombrado por el Registrador Mercantil, aun cuando no lo exija la ley ni lo haya acordado la Junta General, si lo solicitan los socios que representen al menos el cinco por ciento del capital social, y siempre que no hayan transcurrido tres meses desde la fecha de cierre del ejercicio que se pretenda auditar. Los gastos de esta auditoría serán satisfechos por la Sociedad.

Artículo 14.- Normas Económicas.

A) Ejercicio Económico: Cada ejercicio social comenzará el día 1 de enero de cada año, y terminará y se cerrará el día 31 de Diciembre del mismo año.

Por excepción, el primer ejercicio social comenzará el día del otorgamiento de la escritura de constitución de la compañía y se cerrará el día 31 de diciembre del mismo año.

B) Libros Sociales y Cuentas Anuales: El Órgano de Administración deberá llevar los libros sociales y de contabilidad, así como redactar las cuentas anuales y el informe de gestión con arreglo a lo previsto en la Ley.
Las cuentas anuales y el informe de gestión deberán ser firmados por todos los miembros de la junta de socios. Dentro del mes siguiente a la aprobación de las cuentas anuales se presentará, mediante los correspondientes impresos oficiales, salvo en las excepciones previstas en la Ley, para su depósito en el Registro Mercantil del domicilio social, certificación de los acuerdos de la Junta general de aprobación de las cuentas anuales y de aplicación del resultado, a la que se adjuntará un ejemplar de cada una de dichas cuentas y los demás documentos previstos en la Ley. Si alguna de las cuentas anuales se hubiere formulado de forma abreviada, se hará constar así en la certificación, con expresión de la causa.

El incumplimiento por el Órgano de Administración de esta obligación dará lugar para éste a la responsabilidad prevista en la Ley.

Mientras el incumplimiento subsista, se producirá además el cierre del Registro Mercantil, para la inscripción de los documentos señalados en la Ley.

C) Información a Los Socios: A partir de la convocatoria de la Junta General, cualquier socio podrá obtener de la Compañía de forma inmediata y gratuita los documentos que han de ser sometidos a la aprobación de la misma y el informe de los auditores de cuentas y el de gestión en su caso. En la convocatoria se hará expresión de este derecho. Durante el mismo plazo el socio o socios que representen el cinco por ciento del capital social podrán examinar en el domicilio social, por sí o en unión de experto contable, los documentos que sirvan de soporte y de antecedente de las cuentas anuales.

D) Reparto de Beneficios: Los beneficios líquidos obtenidos después de detraer Impuestos y reservas legales o voluntarias, se distribuirán entre los socios en proporción al capital desembolsado por éstos.

TÍTULO VI. LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD

Articulo 15.- La Junta General designará a los liquidadores, cuando corresponda, señalando la duración de su mandato y el régimen de su actuación, solidaria o conjunta. Los socios que hubiesen aportado bienes inmuebles a la compañía, tendrán derecho preferente a recibirlos en pago de su cuota de liquidación en la forma prevista por la Ley.

TITULO VII. OTRAS DISPOSICIONES

Artículo 17.- Arbitraje. Todas las dudas y conflictos que surjan en orden a la interpretación de estos estatutos se someterán a un arbitraje de equidad.

Artículo 19.- Incompatibilidades. No podrán ocupar ni ejercer cargos en esta Sociedad las personas comprendidas en alguna de las prohibiciones o incompatibilidades establecidas en el Ordenamiento Jurídico Ecuatoriano.

Razón social

La razón social de la empresa será de acuerdo al tipo de actividad que se efectúa de parte de la empresa

"COMIDA TÍPICA SEÑORA GALLINA"

Domicilio

El domicilio será el cantón paltas de la provincia de Loja en la que se desempeñará sus actividades comerciales.

Objeto de la sociedad

El objeto social de la empresa es comercializar comidas típicas ecuatorianas y de forma especial el seco de gallina criolla.

Capital social

Con respecto al capital social el mismo estará basado en 85.347,55 dólares que serán aportados por los socios.

Tiempo de duración

El tiempo de duración del presente proyecto es de 10 años para los que es elaborado el proyecto.

Personas encargadas de la administración

La empresa a constituirse estará a cargo de los siguientes órganos administrativos:

- Junta general
- Presidente
- Gerente

Filosofía empresarial

Con respecto a la filosofía empresarial de la empresa se han establecido los siguientes postulados.

Misión

Ofrecer seco de gallina criolla; para un selecto grupo de paladares exigentes a partir de ingredientes y espacios al mejor estilo gourmet, brindando un ambiente nuevo y fresco.

Visión

Liderar en el cantón Paltas como restaurante especializado en seco de gallina criolla, reconocidos como entidad seria, profesional, competitiva; dedicada a la plena satisfacción del cliente y de ésta manera posicionar la marca como la de mayor éxito en el transcurso de los próximos diez años.

Valores institucionales

Nuestros valores se cimentan en:

Responsabilidad.- Para tener la disposición y voluntad de rendir cuentas por cada uno de nuestros alimentos ofrecidos.

Amabilidad.- El éxito de nuestra empresa está vinculado al buen servicio. Nuestro servicio debe satisfacer y superar las expectativas de quien los recibe, siendo preponderante la amabilidad que brindamos a nuestros clientes.

Calidad.- En todos los ámbitos de cada uno de los proyectos que realizamos.

Justicia.- Hacia nuestro personal, tanto en el trato como en la asignación de actividades a realizar, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.

Innovación.- Continua de nuestras estrategias y de nuestros métodos de trabajo.

Puntualidad.- En la entrega de los trabajos solicitados por nuestros clientes.

Comunicación.- Constante y efectiva, entre todos los miembros que formamos parte de la empresa, así como con nuestros proveedores y clientes.

Confianza.- En que realizaremos nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

Compromiso.- Con nuestro clientes, al brindarles un servicios de calidad; con la sociedad, al brindar estabilidad a las familias de nuestro personal, y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para el cuidado de éste.

Diseño organizacional

La estructura organizativa de una empresa es un factor fundamental para lograr sus fines. Esta estructura se divide en unidades más pequeñas y especializadas llamadas departamentos, con el fin de facilitar la coordinación y la consecución de los objetivos. Los departamentos a su vez están formados por colectivos de personas cada una con sus respectivas funciones.

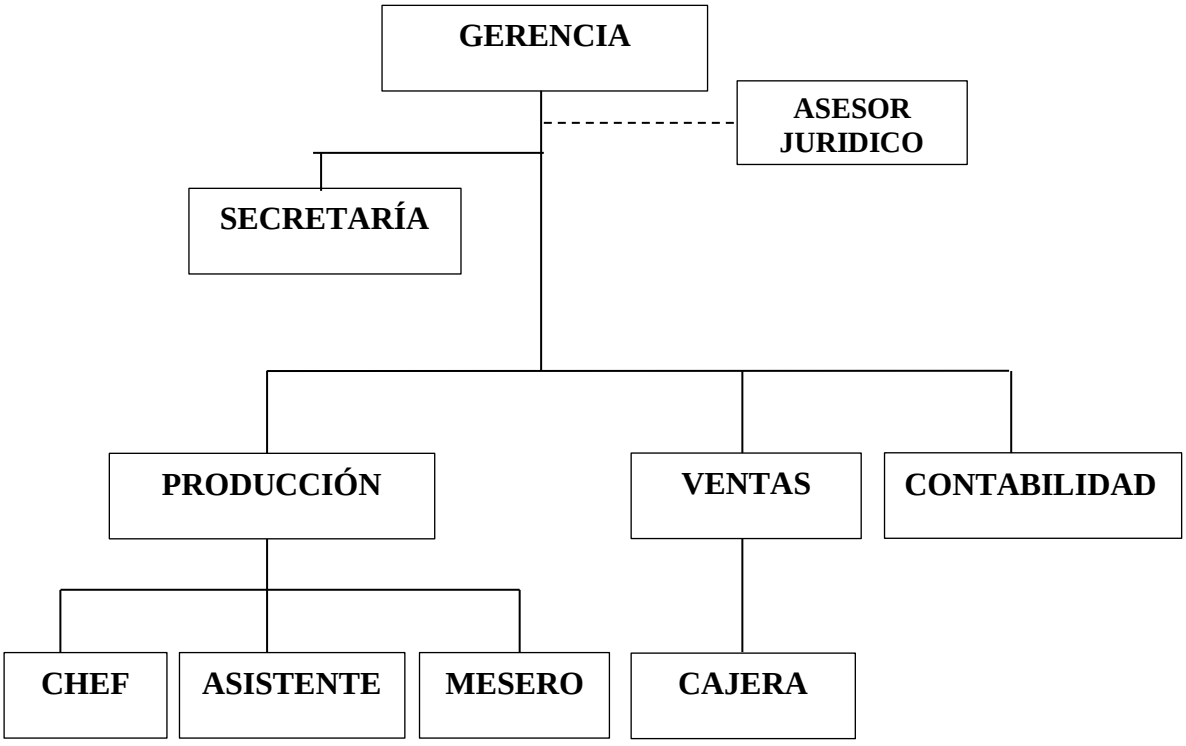
Niveles jerárquicos

El Restaurante de Comida Típica “SEÑORA GALLINA”, contará con una estructura vertical en que la delegación de la autoridad será de arriba hacia abajo, los lineamientos de la empresa están en función del nivel directivo y la gerencia. Esta estructura está reflejada en el manejo de funciones y en la existencia de una especialización ocupacional.

Organigrama estructural

GRÁFICO 34

ESTRUCTURAL



Elaborado por: La autora

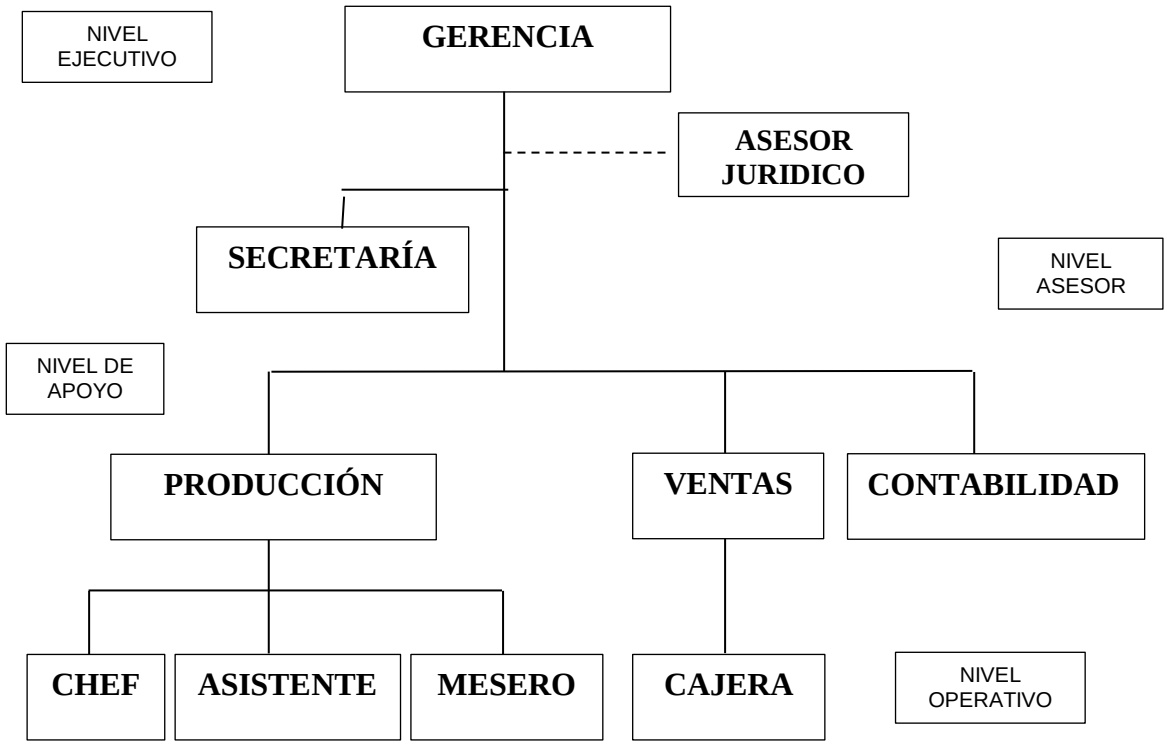
Dentro de la estructura organizacional se determinan tres niveles el nivel principal en el que se encuentra la Gerencia un segundo nivel que es el de

operaciones y administrativo y el tercer nivel en el que se encuentran el chef, asistente, meseros y cajeras, existe de forma adicional un nivel auxiliar como es el que se encuentra el área contable.

Organigrama posicional

GRÁFICO 35

POSICIONAL



Elaborado por: La autora

Se destaca los siguientes niveles posicionales dentro de la empresa.

Nivel ejecutivo, es quien dirige y toma las decisiones de la empresa.

Nivel asesor, brinda ayuda y colabora con la empresa en sus actividades

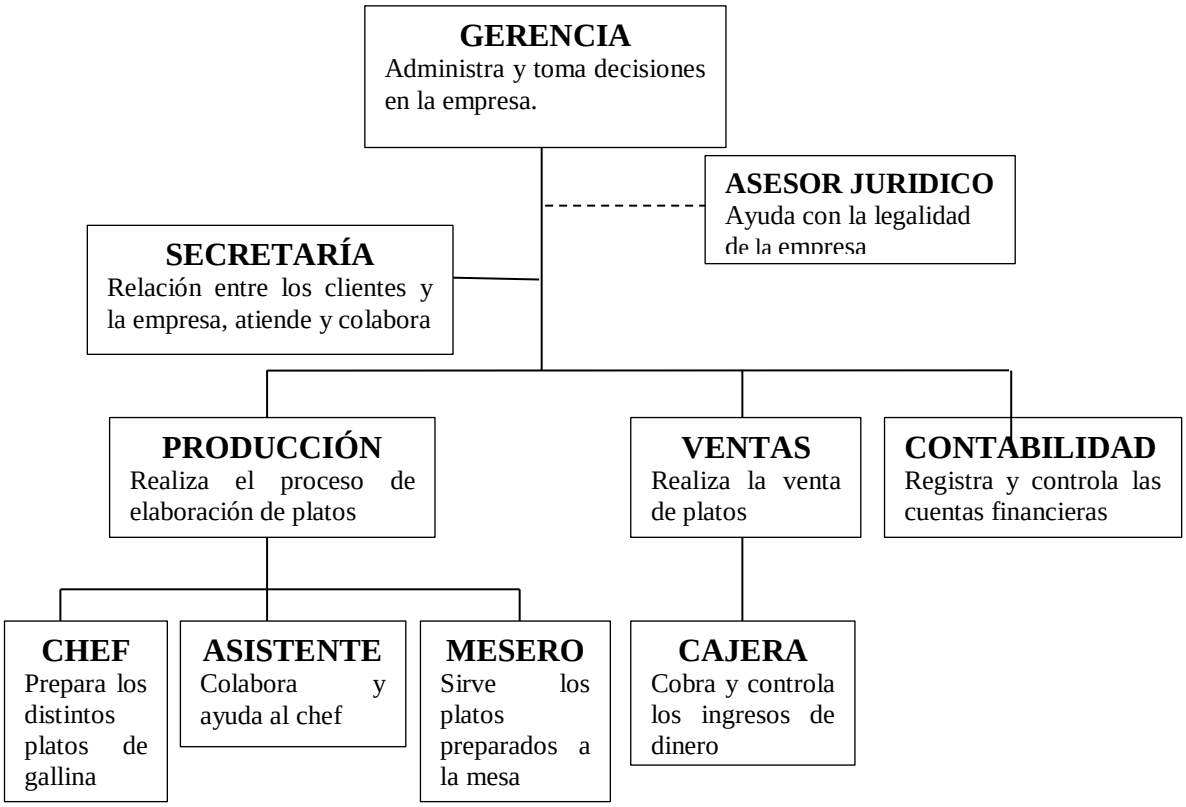
Nivel de apoyo, dirige y coordina el trabajo dentro de la empresa

Nivel operativo; Efectúa las labores y funciones dentro de la empresa.

Organigrama funcional

GRÁFICO 36

FUNCIONAL



Elaborado por: La autora

En el organigrama funcional se describirá cada uno de los cargos laborales existentes en la empresa.

Manual de funciones

Gerente

Código: 01

Título del Puesto: Gerente General

Naturaleza del trabajo

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

Funciones típicas

- Elaborar el presupuesto anual y coordina su ejecución.
- Elaborar, controlar y auditar el cumplimiento de las políticas y objetivos del Restaurante.
- Supervisar el cumplimiento adecuado de los procesos.
- Coordinar los artistas que se presentan los fines de semana.
- Realizar un análisis de beneficio del restaurante y el nivel de ventas.
- Desarrollar y ejecutar planes de beneficios relacionados con el departamento y las ventas.
- Preparar informes, al final de cada turno y la semanal.
- Planificar y ejecutar planes de desarrollo del personal.
- Asegurar que todos los empleados se adhieran a establecer normas uniformes.

Características de la clase

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.
- Responder por equipos a su cargo hasta un valor de $. 2000.

Requisitos mínimos

Educación: Título de tercer nivel en: Administración de Empresas, Ing. Comercial Administración de Restaurantes, Hotelería, Turismo o Ingeniería Industrial, Ingeniería en Alimentos (Interés en operaciones de restaurantes).

Experiencia: Cuatro años en funciones similares.

Secretaria

Código: 02

Título del puesto: Secretaria

Naturaleza del trabajo

Titulada en la carrera de Secretaria Ejecutiva, con adecuadas relaciones personales.

Funciones típicas

- Atender las llamadas telefónicas que lleguen a la empresa
- Coordinar la agenda del gerente
- Recibir a las personas que lleguen a la empresa
- Manejar el archivo de documentos que se genere en la empresa
- Ayudar en lo que otros funcionarios necesiten

Características de la clase

- Responsabilidad de quien lo ejerza, efectuando sus actividades a cabalidad.
- Puntualidad en asistencia al trabajo y entrega de tareas.
- Correctas relaciones humanas que vinculen a la comunidad con la empresa.
- Eficacia y eficiencia en el trabajo que desempeña

Requisitos mínimos

Educación: Título Universitario en Secretariado Ejecutivo

Experiencia: Un año de funciones

Adicional: Cursos actualizados con carrera afín.

Asesor Jurídico

Código: 03

Título del Puesto: Asesor Jurídico

Naturaleza del trabajo

Tiene como propósito atender los aspectos jurídicos legales de la empresa, en salvaguarda de los intereses institucionales; presta asesoramiento y asistencia a la gestión de los órganos de la Alta Dirección

Funciones típicas

- El abogado debe ayudar a la Pyme con todos los trámites necesarios para crear una empresa y otros trámites posteriores como las modificaciones estatutarias o las ampliaciones o reducciones de capital.
- El abogado debe encargarse de lo relacionado a las autorizaciones, concesiones administrativas y licencias necesarias para que la empresa pueda desarrollar su labor.
- En el área de Derecho Laboral y de la Seguridad Social, el abogado de la Pyme prestará su asesoramiento en todo lo relativo a la celebración y extinción de contratos, negociación con sindicatos, tramitación de permisos de trabajo para trabajadores extranjeros y como no puede ser menos, asistencia letrada en los procesos seguidos ante los órganos de la jurisdicción social.

Características de la clase

- Supervisar, coordinar y controlar en el aspecto legal de las actividades de la empresa en general.
- Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.

Requisitos mínimos

Educación: Título de tercer nivel en: Asesor Jurídico

Experiencia: Cuatro años en funciones similares.

Contabilidad

Código: 04

Título del puesto: Contadora

Naturaleza del trabajo

CPA, auditor con conocimientos y experiencia mínima en 1 año en control interno, manejo de Excel nivel medio, manejo de software contable y de gestión, Disponibilidad.

Funciones típicas

- Operar la central del conmutador, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Atender al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Recibir la correspondencia y mensajes.
- Anotar los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones del Restaurante.
- Entregar la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
- Cumplir las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

- Emitir los documentos: las guías de remisión, facturas, notas de crédito, y débitos.
- Coordinar la llegada de los documentos de despacho y venta al cliente final. Trabajo en equipo.

Características de la clase

- El puesto requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.
- Responder por equipos a su cargo hasta un valor de $. 1500.
- Responde por el trabajo de su Dirección

Requisitos mínimos

Educación: Título Universitario de Contador Público Autorizado

Experiencia: Tres años de experiencia en funciones

Adicional: Cursos de capacitación actualizados.

Ventas

Código: 05

Título del puesto: Cajera

Naturaleza del trabajo

Vender la mayor cantidad de platos de gallina criolla en el cantón Catacocha.

Funciones típicas

- Registrar y mantener actualizado la base de datos de los clientes.
- Elaborar las ordenes de producción de acuerdo a la demanda de los clientes
- Realizar el cobro de los distintos platos de gallina criolla.
- Presentar informes de actividades

Características de la clase

- Mantener responsabilidad en el manejo económico.
- Responder por el valor de las ventas efectuadas

Requisitos mínimos

Educación: Estudios Universitarios

Experiencia: Dos años de experiencia en funciones

Adicional: Cursos de capacitación actualizados.

Chef

Código: 06

Título del puesto: Chef

Naturaleza del trabajo

Es un profesional ordenado, creativo y de alto nivel competitivo en el exigente mercado gastronómico. Domina las técnicas culinarias, la tecnología en cocina, y sabe la importancia de la gestión de negocios, en la rentabilidad de la empresa.

Funciones típicas

- Diseñar el plato pedido por del cliente.
- Coordinar la preparación de los alimentos con el asistente de ayudante
- Determinar la cantidad de insumos y materia prima con anticipación

Características de la clase

- Mantener responsabilidad en el manejo económico.
- Responder por el valor de las ventas efectuadas

Requisitos mínimos

Educación: Estudios Tecnológicos

Experiencia: Dos años de experiencia en funciones

Adicional: Cursos de capacitación actualizados.

Asistente

Código: 07

Título del puesto: Asistente de chef

Naturaleza del trabajo

Bachiller, Identificar y cumplir estrictamente las normas de higiene alimentaria; de útiles, máquinas y herramientas; del local, Identificar y cumplir estrictamente las normas de seguridad, personal y ambiental.

Funciones típicas

- Preparar trabajos especiales previa preparación al servicio.
- Preparar anticipada y correctamente la estación de servicios que le corresponde.
- Ayudar al chef en la cocina.
- Colaborar en la preparación de alimentos.
- Servir el plato en proporciones adecuadas. Está atento de las calamidades en su zona de trabajo.
- Mantener la cocina en perfecto orden.
- Realizar sus labores de manera ordenada e higiénica.

Características de la clase

- Mantener responsabilidad en su trabajo.
- Responder por la preparación de los platos

Requisitos mínimos

Educación: Estudios tecnológicos

Adicional: Cursos de cocina.

Estudio Económico

El efectuar el estudio económico se analiza los valores de los distintos rubros que se generan para implantar la empresa.

Inversiones

La inversión inicial se la ha dividido en inversiones afines como las adecuaciones físicas para cada una de las unidades departamentales, los muebles y enseres necesarios para facilitar el trabajo del recurso humano, los equipos tecnológicos que formaran parte del trabajo diario y el software necesario para que funcionen los distintos equipos informáticos.

Activos fijos

Los activos fijos son los bienes que serán propiedad de la empresa, tales como equipos y mobiliarios, que serán adquiridos durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizaran a lo largo de la vida útil del mismo.

Adecuaciones físicas

Las adecuaciones físicas consistirán en los diversos arreglos de las oficinas de Gerencia, Contabilidad y Secretaría. De forma tal que queden en estado funcional y que los funcionarios puedan desempeñar sus actividades sin ningún tipo de inconveniente.

CUADRO 49

ADECUACIONES FÍSICAS

Adecuaciones	VALOR	CANTIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
Arreglo de Oficinas	**500,00**	**3**	**1.500,00**	**5.580,00**
Arreglo de cocina	**1.500,00**	**1**	**1.500,00**	
Arreglo de comedor	**750,00**	**1**	**750,00**	
Instalación de seguridad	**300,00**	**1**	**300,00**	
Instalaciones eléctricas	**80,00**	**3**	**240,00**	
Instalación de red informática	**30,00**	**3**	**90,00**	
Pintura externa	**200,00**	**3**	**600,00**	
Pintura interna	**200,00**	**3**	**600,00**	

Fuente: Proformas
Elaborado por: La autora

El rubro necesario para el arreglo y adecuaciones físicas del local en el cual funcionará la empresa es de 5.580,00 dólares americanos.

CUADRO 50

ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	DÓLARES
Edificios y construcciones	**5.580,00**
Maquinaria y Equipo	**8.735,00**
Herramientas	**5.377,60**
Equipo de computación	**3.765,00**
Suministros de oficina	**324,95**
Muebles y enseres	**3.270,00**
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**27.052,55**

Fuente: Cuadros: 49, 39, 40, 41, 42, 43
Elaborado por: La autora

El rubro dentro de los valores de activos fijos es de 27.052,55 dólares americanos.

Activos diferidos

Los activos diferidos están compuestos por aquellos rubros que se necesitan para que la empresa inicie sus labores.

CUADRO 51
ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS	DÓLARES
Gastos de constitución y organización	**720,00**
Capacitación y entrenamiento	**1.500,00**
Elaboración del proyecto	**1.500,00**
Transferencias de tecnología	**150,00**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**3.870,00**

Fuente: Proformas
Elaborado por: La autora

El valor que se tiene en los gastos diferidos de la empresa es de 3.870,00 dólares de manera anual.

Activos circulantes

El activo circulante para la empresa está compuesto por aquellos rubros como la materia prima que se necesita para elaborar seco de gallina criolla, la materia complementaria como es el arroz, papas, especerías, y ensalada, la mano de obra directa que la constituye quienes preparan el seco de gallina y la mano de obra indirecta que es el personal administrativo.

CUADRO 52
ACTIVO CIRCULANTE

CAPITAL DE TRABAJO	DÓLARES
Materia prima	**59.130,00**
Mano de obra directa	**24.956,86**
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**84.086,86**

Fuente: Cuadros 44, 46
Elaborado por: La autora

El valor necesario para cubrir el capital de trabajo está estimado en 84.086,86 dólares. En resumen se tiene la siguiente inversión para iniciar las operaciones de la empresa Señora Gallina.

Resumen de la inversión requerida

En este se engloba la salida de capital necesaria para la operación y puesta en marcha del proyecto de la empresa comercializadora de seco de gallina criolla.

CUADRO 53
INVERSIÓN

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	**27.052,55**
ACTIVOS DIFERIDOS	**3.870,00**
CAPITAL DE TRABAJO	**84.086,86**
TOTAL	**115.009,41**

Fuente: Cuadros 50, 51, 52
Elaborado por: La autora

Para que la nueva empresa de comercialización de seco de gallina criolla inicie sus actividades se hace necesario tener 115.009,41 dólares invertidos.

Financiamiento

El rubro necesario es elevado por lo cual se efectuará la adquisición de todo el dinero para iniciar las labores de la empresa Señora Gallina, por medio del aporte de los accionistas que deseen invertir en esta nueva empresa y recibir ganancias y con aporte otorgado de parte de CACPE Loja, en calidad

de préstamo bancario que deberá ser recuperado al igual que los aportes de los accionistas.

CUADRO 54

FINANCIAMIENTO

ACTIVOS FIJOS	TOTAL	SOCIOS	CRÉDITO
Edificios y construcciones	$ 5.580,00	$ -	$ 5.580,00
Maquinaria y Equipo	$ 8.735,00	$ -	$ 8.735,00
Herramientas	$ 5.377,60	$ -	$ 5.377,60
Equipo de computación	$ 3.765,00	$ -	$ 3.765,00
Suministros de oficina	$ 324,95	$ -	$ 324,95
Muebles y enseres	$ 3.270,00	$ -	$ 3.270,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	$ 27.052,55	$ -	$ 27.052,55
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de constitución y organización	$ 720,00	$ 720,00	$ -
Capacitación y entrenamiento	$ 1.500,00	$ 1.500,00	$ -
Elaboración del proyecto	$ 1.500,00	$ 1.500,00	$ -
Transferencias de tecnología	$ 150,00	$ 150,00	$ -
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	$ 3.870,00	$ 3.870,00	$ -
CAPITAL DE TRABAJO			
Materia prima	$ 59.130,00	$ -	$ 59.130,00
Mano de obra directa	$ 24.956,86	$ 24.956,86	$ -
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	$ 84.086,86	$ 24.956,86	$ 59.130,00
TOTAL INVERSIONES	$ 115.009,41	$ 28.826,86	$ 86.182,55
	100%	25%	75%

Fuente: Cuadros 50, 51, 52
Elaborado por: La autora

Préstamo bancario

Para efectuar el préstamo bancario se recurre a financiamiento en la Cooperativa CACPE Loja, para crear la empresa de comercialización de seco de gallina criolla, el préstamo se lo efectuará para cinco años y de acuerdo al monto y el tiempo que se pide el préstamo la institución bancaria mencionada lo entrega a una tasa de interés bancario del 16% anual. Se efectuarán pagos de forma anual o mensual lo que facilitará el pago, por lo cual se genera la siguiente tabla de amortización para el pago del préstamo bancario durante los cinco año

CUADRO 55

TABLA DE AMORTIZACIÓN al 16%

MESES	SALDO ANTERIOR	DIVIDENDOS	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	$ 86.182,55				$ 86.182,55
1	$ 86.182,55	$ 2.095,79	$ 1.149,10	$ 946,69	$ 85.235,86
2	$ 85.235,86	$ 2.095,79	$ 1.136,48	$ 959,31	$ 84.276,54
3	$ 84.276,54	$ 2.095,79	$ 1.123,69	$ 972,10	$ 83.304,44
4	$ 83.304,44	$ 2.095,79	$ 1.110,73	$ 985,07	$ 82.319,37
5	$ 82.319,37	$ 2.095,79	$ 1.097,59	$ 998,20	$ 81.321,17
6	$ 81.321,17	$ 2.095,79	$ 1.084,28	$ 1.011,51	$ 80.309,66
7	$ 80.309,66	$ 2.095,79	$ 1.070,80	$ 1.025,00	$ 79.284,67
8	$ 79.284,67	$ 2.095,79	$ 1.057,13	$ 1.038,66	$ 78.246,00
9	$ 78.246,00	$ 2.095,79	$ 1.043,28	$ 1.052,51	$ 77.193,49
10	$ 77.193,49	$ 2.095,79	$ 1.029,25	$ 1.066,55	$ 76.126,95
11	$ 76.126,95	$ 2.095,79	$ 1.015,03	$ 1.080,77	$ 75.046,18
12	$ 75.046,18	$ 2.095,79	$ 1.000,62	$ 1.095,18	$ 73.951,00
13	$ 73.951,00	$ 2.095,79	$ 986,01	$ 1.109,78	$ 72.841,22
14	$ 72.841,22	$ 2.095,79	$ 971,22	$ 1.124,58	$ 71.716,65
15	$ 71.716,65	$ 2.095,79	$ 956,22	$ 1.139,57	$ 70.577,08
16	$ 70.577,08	$ 2.095,79	$ 941,03	$ 1.154,76	$ 69.422,31
17	$ 69.422,31	$ 2.095,79	$ 925,63	$ 1.170,16	$ 68.252,15
18	$ 68.252,15	$ 2.095,79	$ 910,03	$ 1.185,76	$ 67.066,39
19	$ 67.066,39	$ 2.095,79	$ 894,22	$ 1.201,57	$ 65.864,81
20	$ 65.864,81	$ 2.095,79	$ 878,20	$ 1.217,59	$ 64.647,22
21	$ 64.647,22	$ 2.095,79	$ 861,96	$ 1.233,83	$ 63.413,39
22	$ 63.413,39	$ 2.095,79	$ 845,51	$ 1.250,28	$ 62.163,11
23	$ 62.163,11	$ 2.095,79	$ 828,84	$ 1.266,95	$ 60.896,16
24	$ 60.896,16	$ 2.095,79	$ 811,95	$ 1.283,84	$ 59.612,32
25	$ 59.612,32	$ 2.095,79	$ 794,83	$ 1.300,96	$ 58.311,36
26	$ 58.311,36	$ 2.095,79	$ 777,48	$ 1.318,31	$ 56.993,05
27	$ 56.993,05	$ 2.095,79	$ 759,91	$ 1.335,88	$ 55.657,16
28	$ 55.657,16	$ 2.095,79	$ 742,10	$ 1.353,70	$ 54.303,47
29	$ 54.303,47	$ 2.095,79	$ 724,05	$ 1.371,75	$ 52.931,72
30	$ 52.931,72	$ 2.095,79	$ 705,76	$ 1.390,04	$ 51.541,68
31	$ 51.541,68	$ 2.095,79	$ 687,22	$ 1.408,57	$ 50.133,11
32	$ 50.133,11	$ 2.095,79	$ 668,44	$ 1.427,35	$ 48.705,76
33	$ 48.705,76	$ 2.095,79	$ 649,41	$ 1.446,38	$ 47.259,38
34	$ 47.259,38	$ 2.095,79	$ 630,13	$ 1.465,67	$ 45.793,71
35	$ 45.793,71	$ 2.095,79	$ 610,58	$ 1.485,21	$ 44.308,51
36	$ 44.308,51	$ 2.095,79	$ 590,78	$ 1.505,01	$ 42.803,49
37	$ 42.803,49	$ 2.095,79	$ 570,71	$ 1.525,08	$ 41.278,41
38	$ 41.278,41	$ 2.095,79	$ 550,38	$ 1.545,41	$ 39.733,00
39	$ 39.733,00	$ 2.095,79	$ 529,77	$ 1.566,02	$ 38.166,98
40	$ 38.166,98	$ 2.095,79	$ 508,89	$ 1.586,90	$ 36.580,08
41	$ 36.580,08	$ 2.095,79	$ 487,73	$ 1.608,06	$ 34.972,03
42	$ 34.972,03	$ 2.095,79	$ 466,29	$ 1.629,50	$ 33.342,53
43	$ 33.342,53	$ 2.095,79	$ 444,57	$ 1.651,23	$ 31.691,30
44	$ 31.691,30	$ 2.095,79	$ 422,55	$ 1.673,24	$ 30.018,06
45	$ 30.018,06	$ 2.095,79	$ 400,24	$ 1.695,55	$ 28.322,51
46	$ 28.322,51	$ 2.095,79	$ 377,63	$ 1.718,16	$ 26.604,35
47	$ 26.604,35	$ 2.095,79	$ 354,72	$ 1.741,07	$ 24.863,28
48	$ 24.863,28	$ 2.095,79	$ 331,51	$ 1.764,28	$ 23.099,00
49	$ 23.099,00	$ 2.095,79	$ 307,99	$ 1.787,81	$ 21.311,20
50	$ 21.311,20	$ 2.095,79	$ 284,15	$ 1.811,64	$ 19.499,55
51	$ 19.499,55	$ 2.095,79	$ 259,99	$ 1.835,80	$ 17.663,75
52	$ 17.663,75	$ 2.095,79	$ 235,52	$ 1.860,28	$ 15.803,48
53	$ 15.803,48	$ 2.095,79	$ 210,71	$ 1.885,08	$ 13.918,40
54	$ 13.918,40	$ 2.095,79	$ 185,58	$ 1.910,21	$ 12.008,19
55	$ 12.008,19	$ 2.095,79	$ 160,11	$ 1.935,68	$ 10.072,50
56	$ 10.072,50	$ 2.095,79	$ 134,30	$ 1.961,49	$ 8.111,01
57	$ 8.111,01	$ 2.095,79	$ 108,15	$ 1.987,65	$ 6.123,37
58	$ 6.123,37	$ 2.095,79	$ 81,64	$ 2.014,15	$ 4.109,22
59	$ 4.109,22	$ 2.095,79	$ 54,79	$ 2.041,00	$ 2.068,22
60	$ 2.068,22	$ 2.095,79	$ 27,58	$ 2.068,22	$ 0,00
TOTAL	**$ 12.917,96**		**$ 12.231,55**		

Fuente: Cuadros 54
Elaborado por: La autora

Costos

Los costos son aquellos valores que la empresa Señora Gallina deberán cubrir durante los años de vida del presente proyecto para lo cual se generan los siguientes valores:

CUADRO 56

COSTOS AÑO 1

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO		**PRODUCCIÓN ANUAL**	
	Seco de gallina			67014
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			59.130,00
+	Gastos de producción			67.014,00
	TOTAL			126.144,00
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			22.260,88
+	Gastos de ventas			300,00
+	Gastos financieros			26.320,96
	TOTAL			48.881,84
	COSTO TOTAL			175.025,84
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
67014		2,61	3,53	236.284,88

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 57

COSTOS AÑO 2

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			70956
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			61.495,20
+	Gastos de producción			69.694,56
	TOTAL			131.189,76
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			23.151,32
+	Gastos de ventas			312,00
+	Gastos financieros			26.320,96
	TOTAL			49.784,27
	COSTO TOTAL			180.974,03
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
70956		2,55	3,44	244.314,94

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 58

COSTOS AÑO 3

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			74898
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			63.955,01
+	Gastos de producción			72.482,34
	TOTAL			136.437,35
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			24.077,37
+	Gastos de ventas			324,48
+	Gastos financieros			26.320,96
	TOTAL			50.722,80
	COSTO TOTAL			187.160,15
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
74898		2,50	3,37	252.666,21

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 59

COSTOS AÑO 4

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			78840
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			66.513,21
+	Gastos de producción			75.381,64
	TOTAL			141.894,84
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			25.040,46
+	Gastos de ventas			337,46
+	Gastos financieros			26.320,96
	TOTAL			51.698,88
	COSTO TOTAL			193.593,72
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
78840		2,46	3,31	261.351,53

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 60

COSTOS AÑO 5

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			78840
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			69.173,74
+	Gastos de producción			78.396,90
	TOTAL			147.570,64
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			26.042,08
+	Gastos de ventas			350,96
+	Gastos financieros			26.320,96
	TOTAL			52.714,00
	COSTO TOTAL			200.284,63
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
78840		2,54	3,43	270.384,25

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 61

COSTOS AÑO 6

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			78840
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			71.940,69
+	Gastos de producción			81.532,78
	TOTAL			153.473,46
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			27.083,76
+	Gastos de ventas			365,00
+	Gastos financieros			0,00
	TOTAL			27.448,76
	COSTO TOTAL			180.922,22
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
78840		2,29	3,10	244.245,00

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 62

COSTOS AÑO 7

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			78840
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			74.818,31
+	Gastos de producción			84.794,09
	TOTAL			159.612,40
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			28.167,11
+	Gastos de ventas			379,60
+	Gastos financieros			0,00
	TOTAL			28.546,71
	COSTO TOTAL			188.159,11
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
78840		2,39	3,22	254.014,80

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 63

COSTOS AÑO 8

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			78840
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			77.811,05
+	Gastos de producción			88.185,85
	TOTAL			165.996,90
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			29.293,80
+	Gastos de ventas			394,78
+	Gastos financieros			0,00
	TOTAL			29.688,58
	COSTO TOTAL			195.685,48
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
78840		2,48	3,35	264.175,39

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 64

COSTOS AÑO 9

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			78840
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			80.923,49
+	Gastos de producción			91.713,29
	TOTAL			172.636,77
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			30.465,55
+	Gastos de ventas			410,57
+	Gastos financieros			0,00
	TOTAL			30.876,12
	COSTO TOTAL			203.512,90
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
78840		2,58	3,48	274.742,41

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

CUADRO 65

COSTOS AÑO 10

BASE DE PRODUCCIÓN				
	PRODUCTO			**PRODUCCIÓN ANUAL**
	Seco de gallina			78840
	COSTOS DE PRODUCCIÓN			
	Costo primo			84.160,43
+	Gastos de producción			95.381,82
	TOTAL			179.542,25
	COSTO DE OPERACIÒN			
	Gastos administrativos			31.684,17
+	Gastos de ventas			426,99
+	Gastos financieros			0,00
	TOTAL			32.111,17
	COSTO TOTAL			211.653,41
Margen de utilidad del costo			35%	
PRODUCCIÓN	**COSTO UNITARIO**		**P.V.P.**	**TOTAL**
78840		2,68	3,62	285.732,11

Fuente: Cuadro 32, Anexos

Elaboración: La autora

Presupuesto de costos

CUADRO 66

COSTOS DE LOS 10 AÑOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	59.130,00	61.495,20	63.955,01	66.513,21	69.173,74
Materia prima indirecta	67.014,00	69.694,56	72.482,34	75.381,64	78.396,90
Mano de obra directa	24.956,86	25.955,13	26.993,34	28.073,07	29.196,00
Total costo primo	**151.100,86**	**157.144,89**	**163.430,69**	**169.967,92**	**176.766,63**
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Depreciación de maquinaria	786,15	786,15	786,15	786,15	786,15
Depreciación de herramienta	483,98	483,98	483,98	483,98	483,98
Depreciación de equipo de computación	836,67	836,67	836,67		
Energía eléctrica	714,00	742,56	772,26	803,15	835,28
Agua potable	143,28	149,01	154,97	161,17	167,62
Gas	450,00	468,00	486,72	506,19	526,44
Suministros de oficina	324,95	337,95	351,47	365,52	380,15
Imprevistos 5%	186,95	190,22	193,61	155,31	158,98
Total Proceso de producción	**3.925,98**	**3.994,54**	**4.065,83**	**3.261,48**	**3.338,59**
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	22.260,88	23.151,32	24.077,37	25.040,46	26.042,08
Depreciación de muebles y enseres	294,30	294,30	294,30	294,30	294,30
Materiales de aseo y limpieza	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
Servicio telefónico	148,50	154,44	160,62	167,04	173,72
Imprevistos 5%	1.153,18	1.198,72	1.246,08	1.295,34	1.346,56
Total gastos administrativos	**24.216,86**	**25.173,18**	**26.167,74**	**27.202,09**	**28.277,82**
VENTAS					
Publicidad	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Imprevistos 5%	15,00	15,60	16,22	16,87	17,55
Total gasto de ventas	**315,00**	**327,60**	**340,70**	**354,33**	**368,51**
FINANCIEROS					
Préstamo bancario	26.320,96	26.320,96	26.320,96	26.320,96	26.320,96
Total gastos financieros	**26.320,96**	**26.320,96**	**26.320,96**	**26.320,96**	**26.320,96**
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**205.879,66**	**212.961,16**	**220.325,93**	**227.106,78**	**235.072,51**

Fuente: Cuadro 44, 45, 46, 42 Anexos

Elaboración: La autora

DESCRIPCIÓN	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	71.940,69	74.818,31	77.811,05	80.923,49	84.160,43
Materia prima indirecta	81.532,78	84.794,09	88.185,85	91.713,29	95.381,82
Mano de obra directa	30.363,84	31.578,39	32.841,53	34.155,19	35.521,39
Total costo primo	**183.837,30**	**191.190,79**	**198.838,42**	**206.791,96**	**215.063,64**
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Depreciación de maquinaria	786,15	786,15	786,15	786,15	786,15
Depreciación de herramienta	483,98	483,98	483,98	483,98	483,98
Depreciación de equipo de computación					
Energía eléctrica	868,69	903,44	939,58	977,16	1.016,24
Agua potable	174,32	181,29	188,55	196,09	203,93
Gas	547,49	569,39	592,17	615,86	640,49
Suministros de oficina	395,35	411,17	427,61	444,72	462,51
Imprevistos 5%	162,80	166,77	170,90	175,20	179,67
Total Proceso de producción	**3.418,79**	**3.502,20**	**3.588,94**	**3.679,15**	**3.772,97**
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	27.083,76	28.167,11	29.293,80	30.465,55	31.684,17
Depreciación de muebles y enseres	294,30	294,30	294,30	294,30	294,30
Materiales de aseo y limpieza	438,00	455,51	473,74	492,68	512,39
Servicio telefónico	180,67	187,90	195,42	203,23	211,36
Imprevistos 5%	1.399,84	1.455,24	1.512,86	1.572,79	1.635,11
Total gastos administrativos	**29.396,57**	**30.560,07**	**31.770,11**	**33.028,56**	**34.337,34**
VENTAS					
Publicidad	365,00	379,60	394,78	410,57	426,99
Imprevistos 5%	18,25	18,98	19,74	20,53	21,35
Total gasto de ventas	**383,25**	**398,58**	**414,52**	**431,10**	**448,34**
FINANCIEROS					
Préstamo bancario	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total gastos financieros	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**217.035,91**	**225.651,64**	**234.611,99**	**243.930,77**	**253.622,29**

Fuente: Cuadro 44, 45, 46, 42 Anexos

Elaboración: La autora

Clasificación de costos

Los costos se han clasificado en fijos aquellos que no variarán durante el proceso de producción y los variables que pueden ser adquiridos de acuerdo a la demanda.

CUADRO 67

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
COSTO PRIMO	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**
Materia prima directa		59.130,00		61.495,20		63.955,01
Materia prima indirecta		67.014,00		69.694,56		72.482,34
Mano de obra directa		24.956,86		25.955,13		26.993,34
Total costo primo	**0,00**	**151.100,86**	**0,00**	**157.144,89**	**0,00**	**163.430,69**
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de maquinaria	786,15		786,15		786,15	
Depreciación de herramienta	483,98		483,98		483,98	
Depreciación de equipo de computación	836,67		836,67		836,67	
Energía eléctrica	714,00		742,56		772,26	
Agua potable	143,28		149,01		154,97	
Gas		450,00		468,00		486,72
Suministros de oficina	324,95		337,95		351,47	
Imprevistos 5%	164,45		166,82		169,28	
Total Proceso de producción	**3.453,48**	**450,00**	**3.503,14**	**468,00**	**3.554,78**	**486,72**
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos administrativos	22.260,88		23.151,32		24.077,37	
Depreciación de muebles y enseres	294,30		294,30		294,30	
Materiales de aseo y limpieza	360,00		374,40		389,38	
Servicio telefónico	148,50		154,44		160,62	
Imprevistos 5%	1.153,18		1.198,72		1.246,08	
Total gastos administrativos	**24.216,86**	**0,00**	**25.173,18**	**0,00**	**26.167,74**	**0,00**
VENTAS						
Publicidad	300,00		312,00		324,48	
Imprevistos 5%	15,00		15,60		16,22	
Total gasto de ventas	**315,00**	**0,00**	**327,60**	**0,00**	**340,70**	**0,00**
FINANCIEROS						
Préstamo bancario	26.320,96		26.320,96		26.320,96	
Total gastos financieros	**26.320,96**	**0,00**	**26.320,96**	**0,00**	**26.320,96**	**0,00**
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**54.306,30**	**151.550,86**	**55.324,87**	**157.612,89**	**56.384,18**	**163.917,41**

Fuente: Cuadro 66

Elaboración: La autora

DESCRIPCIÓN	AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6	
COSTO PRIMO	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**
Materia prima directa		66.513,21		69.173,74		71.940,69
Materia prima indirecta		75.381,64		78.396,90		81.532,78
Mano de obra directa		28.073,07		29.196,00		30.363,84
Total costo primo	**0,00**	**169.967,92**	**0,00**	**176.766,63**	**0,00**	**183.837,30**
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de maquinaria	786,15		786,15		786,15	
Depreciación de herramienta	483,98		483,98		483,98	
Depreciación de equipo de computación						
Energía eléctrica	803,15		835,28		868,69	
Agua potable	161,17		167,62		174,32	
Gas		506,19		526,44		547,49
Suministros de oficina	365,52		380,15		395,35	
Imprevistos 5%	130,00		132,66		135,42	
Total Proceso de producción	**2.729,98**	**506,19**	**2.785,83**	**526,44**	**2.843,92**	**547,49**
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos administrativos	25.040,46		26.042,08		27.083,76	
Depreciación de muebles y enseres	294,30		294,30		294,30	
Materiales de aseo y limpieza	404,95		421,15		438,00	
Servicio telefónico	167,04		173,72		180,67	
Imprevistos 5%	1.295,34		1.346,56		1.399,84	
Total gastos administrativos	**27.202,09**	**0,00**	**28.277,82**	**0,00**	**29.396,57**	**0,00**
VENTAS						
Publicidad	337,46		350,96		365,00	
Imprevistos 5%	16,87		17,55		18,25	
Total gasto de ventas	**354,33**	**0,00**	**368,51**	**0,00**	**383,25**	**0,00**
FINANCIEROS						
Préstamo bancario	26.320,96		26.320,96		0,00	
Total gastos financieros	**26.320,96**	**0,00**	**26.320,96**	**0,00**	**0,00**	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**56.607,36**	**170.474,11**	**57.753,11**	**177.293,07**	**32.623,74**	**184.384,79**

Fuente: Cuadro 66

Elaboración: La autora

DESCRIPCIÓN	AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9	
COSTO PRIMO	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**	**FIJO**	**VARIABLE**
Materia prima directa		74.818,31		77.811,05		80.923,49
Materia prima indirecta		84.794,09		88.185,85		91.713,29
Mano de obra directa		31.578,39		32.841,53		34.155,19
Total costo primo	**0,00**	**191.190,79**	**0,00**	**198.838,42**	**0,00**	**206.791,96**
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de maquinaria	786,15		786,15		786,15	
Depreciación de herramienta	483,98		483,98		483,98	
Depreciación de equipo de computación						
Energía eléctrica	903,44		939,58		977,16	
Agua potable	181,29		188,55		196,09	
Gas		569,39		592,17		615,86
Suministros de oficina	411,17		427,61		444,72	
Imprevistos 5%	138,30		141,29		144,40	
Total Proceso de producción	**2.904,33**	**569,39**	**2.967,16**	**592,17**	**3.032,50**	**615,86**
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos administrativos	28.167,11		29.293,80		30.465,55	
Depreciación de muebles y enseres	294,30		294,30		294,30	
Materiales de aseo y limpieza	455,51		473,74		492,68	
Servicio telefónico	187,90		195,42		203,23	
Imprevistos 5%	1.455,24		1.512,86		1.572,79	
Total gastos administrativos	**30.560,07**	**0,00**	**31.770,11**	**0,00**	**33.028,56**	**0,00**
VENTAS						
Publicidad	379,60		394,78		410,57	
Imprevistos 5%	18,98		19,74		20,53	
Total gasto de ventas	**398,58**	**0,00**	**414,52**	**0,00**	**431,10**	**0,00**
FINANCIEROS						
Préstamo bancario	0,00		0,00		0,00	
Total gastos financieros	**0,00**		**0,00**		**0,00**	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**33.862,98**	**191.760,19**	**35.151,79**	**199.430,59**	**36.492,16**	**207.407,82**

Fuente: Cuadro 66

Elaboración: La autora

DESCRIPCIÓN	AÑO 10	
COSTO PRIMO	**FIJO**	**VARIABLE**
Materia prima directa		84.160,43
Materia prima indirecta		95.381,82
Mano de obra directa		35.521,39
Total costo primo	**0,00**	**215.063,64**
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Depreciación de maquinaria	786,15	
Depreciación de herramienta	483,98	
Depreciación de equipo de computación		
Energía eléctrica	1.016,24	
Agua potable	203,93	
Gas		640,49
Suministros de oficina	462,51	
Imprevistos 5%	147,64	
Total Proceso de producción	**3.100,46**	**640,49**
GASTOS DE OPERACIÓN		
ADMINISTRATIVOS		
Sueldos administrativos	31.684,17	
Depreciación de muebles y enseres	294,30	
Materiales de aseo y limpieza	512,39	
Servicio telefónico	211,36	
Imprevistos 5%	1.635,11	
Total gastos administrativos	**34.337,34**	**0,00**
VENTAS		
Publicidad	426,99	
Imprevistos 5%	21,35	
Total gasto de ventas	**448,34**	**0,00**
FINANCIEROS		
Préstamo bancario	0,00	
Total gastos financieros	**0,00**	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	**37.886,14**	**215.704,13**

Fuente: Cuadro 66

Elaboración: La autora

Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se lo realizará a través del método matemático y el gráfico determinando la capacidad máxima de producción antes de obtener pérdidas en la venta de seco de gallina criolla.

COSTOS FIJOS	CF		54306,30
COSTOS VARIABLES	CV		151550,86
UNIDADES PRODUCIDAS	UP		67014,00
MARGEN DE UTILIDAD	Mg. U.		35%
COSTO TOTAL	CT	CF+CV	205857,16
COSTO UNITARIO	CU	CT/UP	2,61
MARGEN DE UTILIDAD	Mg U	CU*MgU	0,91
PRECIO DE VENTA	Pvu	CU+MgU	3,53
INGRESOS TOTALES	VT	UP*VT	236284,879
COSTO VARIABLE UNITARIO	CVu	CV/UP	2,29

Estos datos están acorde con los calculados en el proceso de análisis de costos, es así que el margen de utilidad se mantiene en el 35%, a partir de aquí se calcula el punto de equilibrio de forma matemática:

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{54306,30}{236284,88 - 151550,86} \times 100$$

PE = 64,09 %

Lo que indica que la empresa puede funcionar con el 66,50% de su capacidad que si funciona con menos de esta capacidad genera pérdidas en sus actividades.

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{54306,30}{1 - \frac{151550,86}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{54306,30}{1 - \frac{151550,86}{236284,88}}$$

PE = $ 151.435,73

La empresa debe vender en forma anual en el primer año 151.435,73 menos de esta cantidad produce pérdidas.

c. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio venta unitario} - \text{Costo variable unitario}} \times 100$$

$$PE = \frac{54306,30}{3,53 - 2,26} \times 100$$

PE = 4294948,59 %

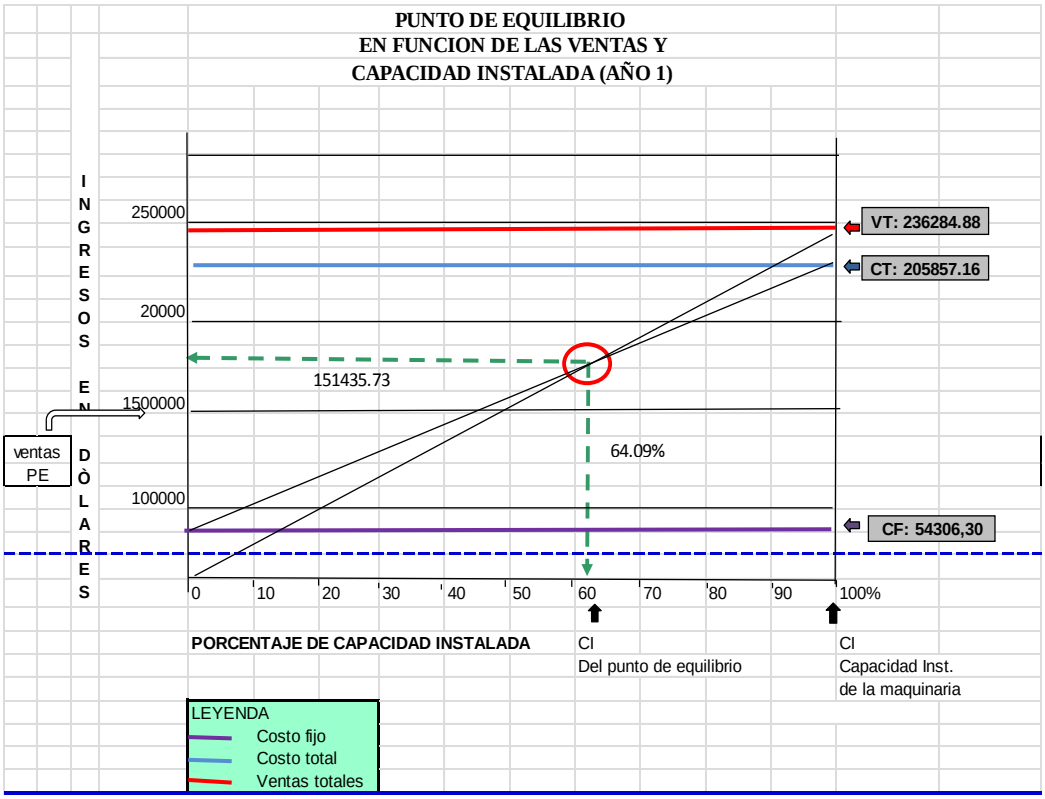
42949 UNIDADES

En cuanto a los platos de gallina criolla que se deben comercializar en el primer año es de 41.260 platos menos de esta cantidad produce pérdidas.

Método gráfico

De forma adicional se utiliza el método gráfico para determinar el punto de equilibrio a partir de los datos presentados de ahí que se utiliza el valor de la cantidad de ingresos y la capacidad para determinar el gráfico de punto de equilibrio de la empresa.

GRÁFICO 37

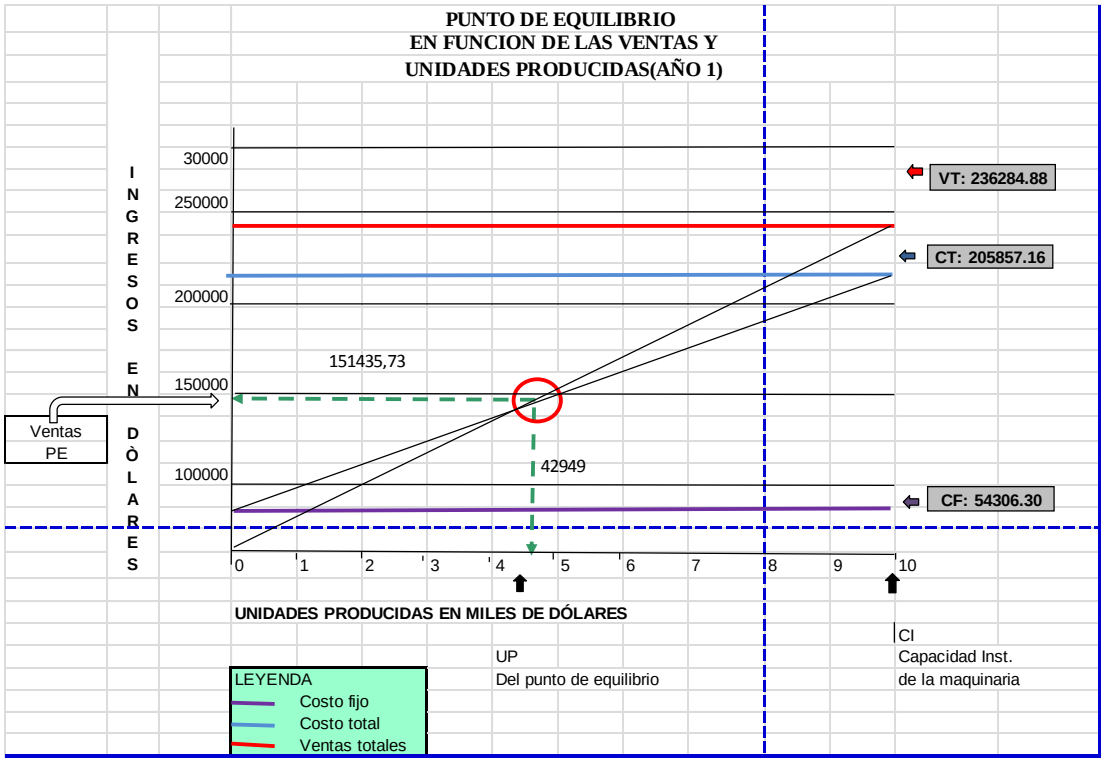


Esta gráfica determina el punto de intersección entre la capacidad de producción mínima de la empresa y las ventas mínimas es así que de producirse una menor capacidad de producción provocaría problemas en la estabilidad de la empresa lo cual disminuiría los ingresos provocando que se puede ocasionar pérdidas.

En función de las ventas y las unidades producidas

Otra de las gráficas que se pueden determinar es aquella en la que se analice los ingresos por ventas y las unidades producidas durante el primer año

GRÁFICO 38



En la gráfica se determina que no se puede vender menos de 41.260 platos de gallina durante el primer año que caso contrario ocasionaría ventas al disminuir los ingresos por ventas.

Calculo para el quinto año

COSTOS FIJOS	CF		57753,11
COSTOS VARIABLES	CV		177293,07
UNIDADES PRODUCIDAS	UP		78840,00
MARGEN DE UTILIDAD	Mg. U.		35%
COSTO TOTAL	CT	CF+CV	235046,18
COSTO UNITARIO	CU	CT/UP	2,61
MARGEN DE UTILIDAD	Mg U	CU*MgU	0,91
PRECIO DE VENTA	Pvu	CU+MgU	3,53
INGRESOS TOTALES	VT	UP*VT	277982,211
COSTO VARIABLE UNITARIO	CVu	CV/UP	2,25

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{57753,11}{277982,21 - 177293,07} \times 100$$

PE = 57,36 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{57753,11}{1 - \frac{177293,07}{277982,21}}$$

PE = $ 159.444,59

c. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio venta unitario} - \text{Costo variable unitario}} \times 100$$

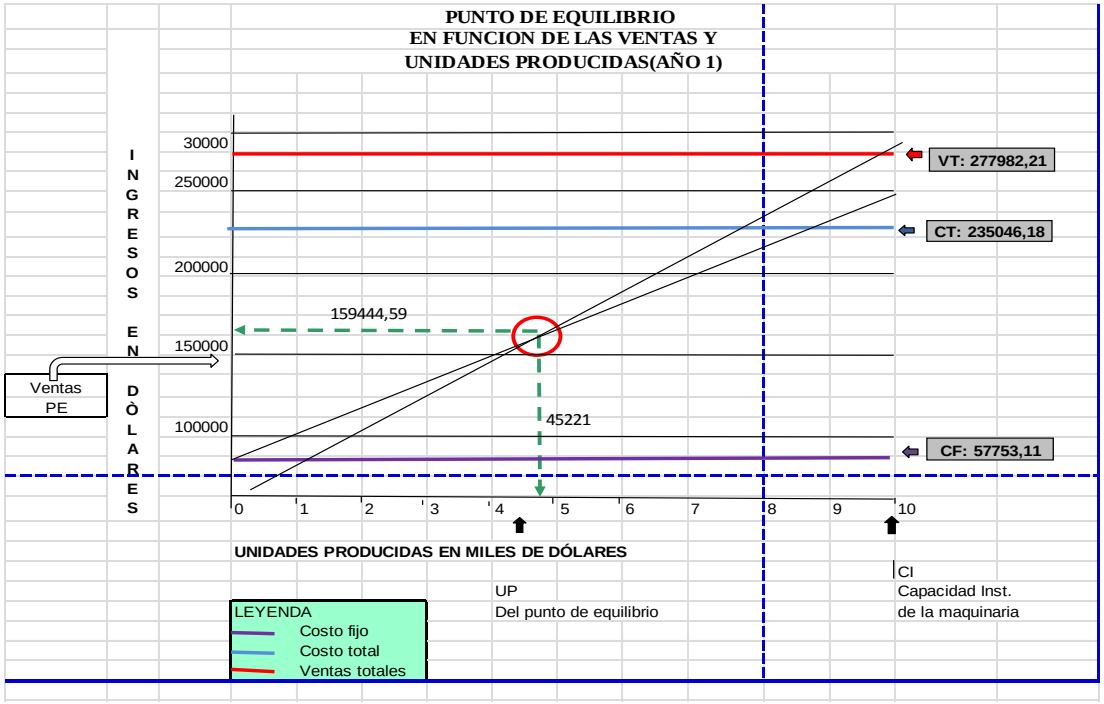
$$PE = \frac{57753,11}{3,53 - 2,25} \times 100$$

PE = 4522091,92 %

45221 UNIDADES

GRÁFICO 39

GRÁFICO 40



Punto de equilibrio décimo año

COSTOS FIJOS	CF		37886,14
COSTOS VARIABLES	CV		215704,13
UNIDADES PRODUCIDAS	UP		78840,00
MARGEN DE UTILIDAD	Mg. U.		35%
COSTO TOTAL	CT	CF+CV	253590,27
COSTO UNITARIO	CU	CT/UP	2,61
MARGEN DE UTILIDAD	Mg U	CU*MgU	0,91
PRECIO DE VENTA	Pvu	CU+MgU	3,53
INGRESOS TOTALES	VT	UP*VT	277982,211
COSTO VARIABLE UNITARIO	CVu	CV/UP	2,77

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{37886,14}{277982,21 - 215704,13} \times 100$$

PE = 60,83 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{37886,14}{1 - \frac{215704,13}{277982,21}}$$

PE = $ 169.107,21

c. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio venta unitario} - \text{Costo variable unitario}} \times 100$$

$$PE = \frac{37886{,}14}{3{,}53 - 2{,}74} \times 100$$

PE = 4796138,71 %

47961 UNIDADES

GRÁFICO 41

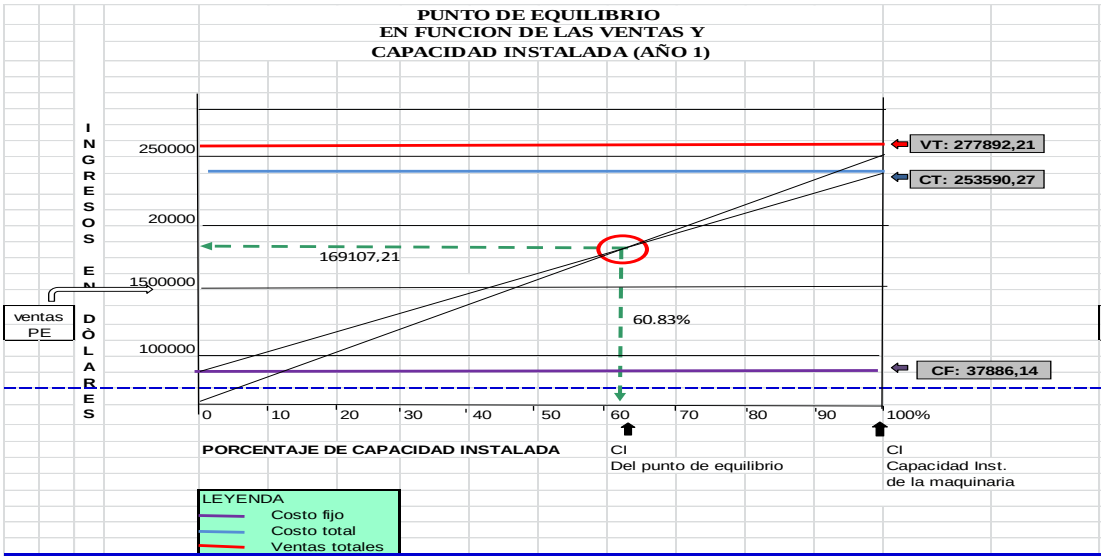
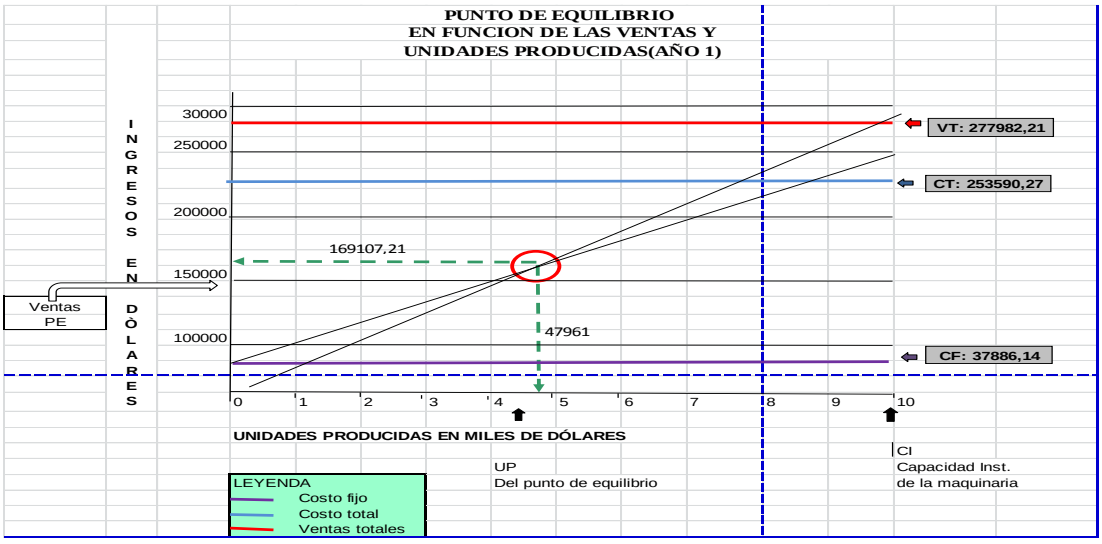


GRÁFICO 42



Estado de pérdidas y ganancias

A través de esta estado se determina los ingresos por cada uno de los 10 años de vida útil del proyecto valores que permiten determinar utilidades y descuentos por servicios prestados de parte de la empresa para con los trabajadores, esto registra los siguientes movimientos económicos dentro del proyecto elaborado.

CUADRO 68

PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	Ingreso por ventas	236.284,88	244.314,94	252.666,21	261.351,53	270.384,25	244.245,00	254.014,80	264.175,39	274.742,41	285.732,11
-	Costo total	175.025,84	180.974,03	187.160,15	193.593,72	200.284,63	180.922,22	188.159,11	195.685,48	203.512,90	211.653,41
=	Utilidad bruta en ventas	61.259,04	63.340,91	65.506,05	67.757,80	70.099,62	63.322,78	65.855,69	68.489,92	71.229,51	74.078,69
-	15% Utilidad a trabajadores	9.188,86	9.501,14	9.825,91	10.163,67	10.514,94	9.498,42	9.878,35	10.273,49	10.684,43	11.111,80
=	Utilidad antes imp. Renta	52.070,19	53.839,77	55.680,15	57.594,13	59.584,68	53.824,36	55.977,34	58.216,43	60.545,09	62.966,89
-	25% Impuesto a la renta	13.017,55	13.459,94	13.920,04	14.398,53	14.896,17	13.456,09	13.994,33	14.554,11	15.136,27	15.741,72
-	10% Reserva legal	5.207,02	5.383,98	5.568,01	5.759,41	5.958,47	5.382,44	5.597,73	5.821,64	6.054,51	6.296,69
=	Utilidad Neta del ejercicio	33.845,62	34.995,85	36.192,09	37.436,19	38.730,04	34.985,84	36.385,27	37.840,68	39.354,31	40.928,48

Fuente: Cuadros 67

Elaboración: La autora

Flujo de caja

El cuadro de flujo del proyecto será determinado analizando los resultados obtenidos en los ingresos y los costos que se generan para cada uno de los años que se proyecta el presente proyecto de creación de una empresa de comercialización de seco de gallina criolla en el cantón Paltas y de esta manera cubrir la demanda existente, por esta comida típica, para lo cual se registra los siguientes valores.

CUADRO 69

FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		236.284,88	244.314,94	252.666,21	261.351,53	270.384,25	244.245,00	254.014,80	264.175,39	274.742,41	285.732,11
Crédito	$ 86.182,55										
Capital propio	$ 28.826,86										
Valor de rescate				2993,26		2993,26		2993,26			2993,26
Total de ingresos	**115009,41**	**236284,8793**	**244314,9428**	**255659,4689**	**261351,5256**	**273.377,51**	**244245,0022**	**257008,0623**	**264175,3944**	**274742,4102**	**288725,3666**
EGRESOS											
Activo fijo	$ 27.052,55										
Activo diferido	$ 3.870,00										
Activo circulante	$ 84.086,86										
Presupuesto de operación		205.879,66	212.961,16	220.325,93	227.106,78	235.072,51	217.035,91	225.651,64	234.611,99	243.930,77	253.622,29
Depreciaciones		2.401,10	2.401,10	2.401,10	2.401,10	2.401,10	2.401,10	2.401,10	2.401,10	2.401,10	2.401,10
Total Egresos	**$ 115.009,41**	**$ 208.280,76**	**$ 215.362,27**	**$ 222.727,03**	**$ 229.507,88**	**$ 237.473,61**	**$219.437,01**	**$228.052,74**	**$237.013,10**	**$246.331,87**	**$256.023,39**
FLUJO DE CAJA	**$ -**	**$ 28.004,12**	**$ 28.952,68**	**$ 32.932,44**	**$ 31.843,65**	**$ 35.903,91**	**$ 24.808,00**	**$ 28.955,33**	**$ 27.162,30**	**$ 28.410,54**	**$ 32.701,97**

Fuente: Cuadro 68

Elaboración: La autora

Factor de actualización

Esta tasa mide la rentabilidad mínima aceptable que permita cubrir el costo de oportunidad de los socios y la tasa de interés del crédito adquirido.

CUADRO 70

FACTOR DE ACTUALIZACIÒN

RUBROS	ESTRUCTURA	PORCENTAJE	COSTO	COSTO PONDERADO
SOCIOS	28.826,86	25%	4%	1%
CREDITO	86.182,55	75%	16%	9%
TOTAL	**115.009,41**			**10%**

Fuente: Cuadro 69
Elaborado por: La autora

En la columna de porcentajes se toma el valor asignado para conceder el préstamo y para el crédito, en la columna costo se asigna el incremento de año a año del costo del 4%, y el 16% del valor del interés mensual del crédito.

Valor actual neto

A través del valor actual neto se tiene el monto que vale el proyecto de creación de la empresa de comercialización de seco de gallina en el cantón Paltas, el cual se lo calculará a partir delos flujos netos de cada uno de los años que dure el proyecto, tomando como tasa de referencia el valor del factor de actualización del cálculo anterior. El VAN estará sujeto a las siguientes Condiciones:

- VAN > 0; se acepta el proyecto de creación de la empresa Señora Gallina.
- VAN = 0, el proyecto es independiente se puede crear o no

- VAN < 0; el proyecto de creación de la empresa se rechaza por no tener ganancias.

CUADRO 71

CÀLCULO DEL VAN

AÑOS	FLUJO NETO	TASA DE REFERENCIA	VALOR ACTUALIZADO
0		16%	
1	28.004,116	0,862	24.141,479
2	28.952,677	0,743	21.516,556
3	32.932,441	0,641	21.098,421
4	31.843,645	0,552	17.586,962
5	35.903,908	0,476	17.094,318
6	24.807,996	0,410	10.182,250
7	28.955,326	0,354	10.245,249
8	27.162,299	0,305	8.285,193
9	28.410,541	0,263	7.470,637
10	32.701,973	0,227	7.413,001
		TOTAL	145.034,066
		AÑO 0	115.009,410
		VAN	30.024,656

Fuente: Cuadro 69
Elaborado por: La autora

Dónde:

VAN = Valor Actual Neto

Flujo actual = Flujo de cada uno de los años

r = Tasa de actualización 16%

n = Número de años

VAN**= $** 30.024,656

Al ser el VAN un valor positivo se aprueba el proyecto de inversión

Tasa interna de retorno

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Para el cálculo de la tasa interna de retorno se toma como referencia la TIR. Bajo los siguientes criterios:

- Si es mayor que la TIR se aprueba el proyecto
- Si es igual que la TIR, es independiente y se puede aprobar o rechazar.
- Si es menor que la TIR se rechaza.

Como fundamento de verificación se establece el cálculo de la TIR con el método del tanteo y la siguiente fórmula:

$$TIR = Tasa\ Menor + (Diferencia\ de\ Tasas)(\frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ a\ tasa\ menor - VAN\ a\ tasa\ mayor})$$

Para el proceso se toma dos referencias una tasa del 15% y del 17% cuyo cálculo del TIR sería:

CUADRO 72

CÀLCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		0,150		0,170	
0	115009,410		115009,410		115009,410
1	28004,116	0,870	24351,405	0,855	20813,167
2	28952,677	0,756	21892,384	0,731	15992,683
3	32932,441	0,658	21653,615	0,624	13519,880
4	31843,645	0,572	18206,708	0,534	9716,010
5	35903,908	0,497	17850,588	0,456	8141,852
6	24807,996	0,432	10725,181	0,390	4181,090
7	28955,326	0,376	10885,380	0,333	3626,958
8	27162,299	0,327	8879,404	0,285	2528,698
9	28410,541	0,284	8076,049	0,243	1965,741
10	32701,973	0,247	8083,428	0,208	1681,655
			35594,731		-32841,677

Fuente: Cuadro 69
Elaborado por: La autora

$$TIR = 15 + 2{,}000 \frac{35594{,}731}{35594{,}731 - (-32841{,}677)}$$

$$TIR = 15 + 2{,}000 \frac{35594{,}731}{68436{,}408}$$

$$TIR = 15 + 2{,}000 \; (0{,}520)$$

$$TIR = 15 + 1{,}040$$

$$TIR = 16{,}040$$

El TIR determinado es de 16,040 y el factor de actualización es del 16% lo cual es menor que el TIR por esto se aprueba el proyecto de inversión.

Relación beneficio costo

A través de la relación beneficio costo se puede saber cuánto se recupera por la inversión realizada, es un índice que se toma como referencia 1:1 siendo el dinero que se gasta por lo que se recupera. El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, para su análisis se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- B/C >1 se puede realizar el proyecto.
- B/C=1 es indiferente realizar el proyecto.
- B/C<1 se debe rechazar el proyecto.

CUADRO 73

CÀLCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	COST. TOT ORIG	FACT ACT	COST. ACT	ING. TOT ORIG	FACT. ACT	ING. ACT
		0.150			0.150	
1	205879,663	0,877	180596,195	236284,879	0,877	207267,438
2	212961,165	0,769	163866,701	244314,943	0,769	187992,415
3	220325,927	0,675	148713,725	252666,209	0,675	170542,494
4	227106,779	0,592	134465,445	261351,526	0,592	154741,084
5	235072,506	0,519	122089,294	270384,255	0,519	140429,109
6	217035,905	0,456	98878,639	244245,002	0,456	111274,737
7	225651,635	0,400	90178,815	254014,802	0,400	101513,795
8	234611,995	0,351	82245,359	264175,394	0,351	92609,077
9	243930,768	0,308	75010,649	274742,410	0,308	84485,473
10	253622,293	0,270	68413,043	285732,107	0,270	77074,467
			1164457,865			1327930,090

Fuente: Cuadro 68
Elaborado por: La autora

El resultado de 1,14 demuestra que se recupera 0,14 centavos de dólar por cada dólar que se invierte.

Período de recuperación de capital

Se estima un período al cual se podrá recuperar el dinero invertido se utiliza la siguiente fórmula.

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

En donde el año que supera es cuando al sumar los flujos descontados superan al valor de inversión. El flujo neto del año que supera la inversión es el flujo descontado al año que sumado pasa el valor de la inversión. Como referencia se toma el cuadro 64. En el que consta el cálculo del valor actual neto.

CUADRO 74

CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	INVERSIÓN	SUMATORIA DE FLUJOS
		115009,410	
1	28004,116		28004,116
2	28952,677		56956,793
3	32932,441		89889,235
4	31843,645		121732,880
5	35903,908		157636,788
6	24807,996		182444,785
7	28955,326		211400,111
8	27162,299		238562,410
9	28410,541		266972,951
10	32701,973		299674,925

Fuente: Cuadro 69
Elaborado por: La autora

$$PRI = 3{,}00 + \frac{299674{,}92 - 115009{,}41}{28410{,}54}$$

$$PRI = 3{,}00 + \frac{184665{,}51}{28410{,}54}$$

PRI= 3,00 + 6,50

PRI= 0,50

PRI= 3 AÑOS

PRI= 0,50*12 MESES = 6,00

PRI= 0,00*30 DÍAS = 0,00

El dinero invertido se lo recupera a los 3 años, 6 meses.

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad se lo efectúa con un incremento del 5% de los costos, para lo cual se genera los siguientes valores:

CUADRO 75

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	VALOR ACTUALIZADO	INGRESO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACT	VALOR ACT
INVERSIÓN	115009,410	**0,050**			0,160	-115009,410	0,194	-115009,410
1	205879,663	216173,646	236284,879	20111,233	0,862	17337,270	0,838	16843,579
2	212961,165	223609,223	244314,943	20705,720	0,743	15387,723	0,701	14523,847
3	220325,927	231342,223	252666,209	21323,986	0,641	13661,375	0,587	12527,240
4	227106,779	238462,118	261351,526	22889,407	0,552	12641,616	0,492	11262,044
5	235072,506	246826,131	270384,255	23558,124	0,476	11216,329	0,412	9707,761
6	217035,905	227887,701	244245,002	16357,302	0,410	6713,728	0,345	5645,283
7	225651,635	236934,217	254014,802	17080,585	0,354	6043,615	0,289	4937,106
8	234611,995	246342,594	264175,394	17832,800	0,305	5439,458	0,242	4317,029
9	243930,768	256127,306	274742,410	18615,104	0,263	4894,897	0,203	3774,214
10	253622,293	266303,407	285732,107	19428,699	0,227	4404,168	0,170	3299,138
						-17269,231		-28172,169

Fuente: Cuadro 69
Elaborado por: La autora

A partir de estos resultados se determina el factor de sensibilidad para ello se sigue el siguiente proceso.

$$NTIR = 19{,}4 + 3{,}40 \frac{-17269{,}231}{-17269{,}231 - (-28172{,}169)}$$

$$NTIR = 19{,}4 + 3{,}40 \frac{-17269{,}231}{10902{,}938}$$

$$NTIR = 19{,}4 + 3{,}40\ (-1{,}584)$$

$$NTIR = 19{,}4 + -5{,}385$$

$$NTIR = 14{,}015$$

$$Difere = 16{,}040 - 14{,}015$$

$$Difere = 2{,}026$$

$$\%var \frac{2{,}026}{16{,}040}$$

$$\%var = 12{,}628$$

$$Sens = \frac{12{,}628}{14{,}015}$$

$$Sens = 0{,}901$$

Al ser el valor de la sensibilidad 0,901 menor a 1 se determina que el proyecto no es sensible ante un incremento del 5% de los costos.

Si se efectúa disminución del 15% de los ingresos se determina la siguiente sensibilidad.

CUADRO 76

AÑOS	COSTO TOTAL	INGRESO TOTAL	VALOR ACTUALIZADO	FLUJO NETO	FACTOR ACT	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACT	VALOR ACT
	ORIGINAL	ORIGINAL						
INVERSIÓN	**115.009,410**		0,150		0,160	-115.009,410	0,280	-115.009,410
1,00	**205.879,663**	236.284,879	200.842,147	35.442,732	0,862	30.554,079	0,781	27.689,634
2,00	**212.961,165**	244.314,943	207.667,701	36.647,241	0,743	27.234,870	0,610	22.367,701
3,00	**220.325,927**	252.666,209	214.766,278	37.899,931	0,641	24.280,882	0,477	18.072,096
4,00	**227.106,779**	261.351,526	222.148,797	39.202,729	0,552	21.651,318	0,373	14.604,155
5,00	**235.072,506**	270.384,255	229.826,617	40.557,638	0,476	19.310,019	0,291	11.803,826
6,00	**217.035,905**	244.245,002	207.608,252	36.636,750	0,410	15.037,270	0,227	8.330,233
7,00	**225.651,635**	254.014,802	215.912,582	38.102,220	0,354	13.481,691	0,178	6.768,314
8,00	**234.611,995**	264.175,394	224.549,085	39.626,309	0,305	12.087,033	0,139	5.499,255
9,00	**243.930,768**	274.742,410	233.531,049	41.211,362	0,263	10.836,650	0,108	4.468,145
10,00	**253.622,293**	285.732,107	242.872,291	42.859,816	0,227	9.715,618	0,085	3.630,368
						69.180,021		8.224,316

Fuente: Cuadro 69
Elaborado por: La autora

$$NTIR = 0,280 + 12,00 \frac{69180,021}{69180,021 - 8224,316}$$

$$NTIR = 0,28 + 12,00 \frac{69180,021}{60955,705}$$

$$NTIR = 0,28 + 12,00 \quad (1,135)$$

$$NTIR = 0,28 + 13,619$$

$$NTIR = 13,899$$

$$Difere = 16,040 - 13,899$$

$$Difere = 2,141$$

$$\%var \frac{2,141}{16,040}$$

$$\%var \quad 13,349$$

$$Sens = \frac{13,349}{13,899}$$

Sens= 0,960

Al determinarse un valor 0,960 menor a 1 se puede aseverar que el proyecto no tiene sensibilidad ante una disminución del 15% en los ingresos.

h. CONCLUSIONES

La demanda insatisfecha existente en el cantón Paltas por el servicio de seco de gallina criolla es de 651.887 platos los que serán consumidos de forma anual, esta demanda necesita de atención debido a que los actuales locales comerciales que ofrecen este servicio no lo cubren en su totalidad.

Se concluye que el precio que se debe asignar a cada uno de los platos de seco de gallona criolla es de 3,53 dólares valor que permitirá cubrir los gastos por la compra de materia prima, como la mano de obra que permita elaborar estos platos, así también contempla el margen de utilidad para la empresa y que le permita recuperar el dinero invertido en la elaboración de cada uno de los platos.

El medio de publicidad que es más utilizado de parte de la población de Paltas es el radial por ello se recomienda que se elabore spots radiales para dar a conocer a la empresa y sus servicios definiendo claramente que el seco de gallina es elaborado en base de gallina criolla constituyéndose en un plato típico de la localidad.

El monto necesario a invertir para que la empresa SEÑORA GALLINA inicie labores es de 115.009,41 dólares los que serán financiados el 25% correspondiente a 28.826,86 dólares de parte de inversionistas y el otro 75% correspondiente a 86.182,55 dólares a través de préstamo bancarios en

CACPE Loja a una tasa de interés del 16% anual, El tiempo para el cual se realizará el préstamo es de 5 años en razón que el monto a financiar es de 86.182,55 dólares.

Se concluye que el valor Actual Neto de la empresa SEÑORA GALLINA es de 30.024,656 dólares lo cual indica que el proyecto es factible de realizar y que es el valor por el cual se puede comercializar el proyecto al tener esta rentabilidad.

El porcentaje de la Tasa Interna de Retorno es de 16,040% que al ser mayor que el factor de actualización de 16% se afirma que existe factibilidad para la creación de la empresa SEÑORA GALLINA, en razón que generará utilidades que servirán para los inversionistas, así como en la generación de nuevas fuentes de trabajo.

La relación beneficio costo se toma en cuenta tomando en consideración el total de los ingresos de todos los años dividido para el total de los costos de todos los años con lo cual da un resultado de 1,14 que indica que por cada dólar que se invierta se recuperará de forma adicional trece centavos.

Con el índice financiero del periodo de recuperación de la inversión se determina que la inversión inicial efectuada de 115.009,41 dólares serán recuperados en un tiempo de 3 años 6 meses y 0 días.

i. RECOMENDACIONES

De acuerdo al estudio efectuado se recomienda implantar la empresa en razón que los índices financieros indican una adecuada rentabilidad para la empresa y de esta manera lograr cubrir la demanda insatisfecha que existe por el seco de gallina criolla en el cantón Paltas y que está cubierto de una forma ineficiente.

.

Otro punto a considerar es el de buscar socios que puedan invertir con recursos económicos para poder implantar la empresa debido al alto costo de inversión, por ello se recomienda que los socios que deseen pertenecer a la empresa deben demostrar no haber tenido problemas de liquidez, ni estar dentro de la Central de Riesgos Ecuatoriana.

Al iniciar las actividades de la empresa SEÑORA GALLINA se recomienda que la empresa realice una campaña masiva con un programa en el cual se promocione la creación de esta nueva empresa en el cantón Paltas.

Se recomienda que al momento de efectuar la contratación del personal que labore en la empresa SEÑORA GALLINA se acojan a las especificaciones dadas en el manual de funciones presentado.

BIBLIOGRAFÍA

- http://www.definicionabc.com/economia/local.php#ixzz2QCcekRXX
- http://www.islascanarias-restaurante.com/islascanarias/es/islascanarias/que-es-un-restaurante.html
- http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081125121601AARPMoE
- http://www.misrespuestas.com/que-es-la-gastronomia.html
- http://www.misrespuestas.com/que-es-la-gastronomia.html
- http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Loja
- http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Paltas
- http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml#CICLO#ixzz2YbpOJg82
- http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=876&Itemid=100884
- http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto de factibilidad
- SAPAG CHAIN, Nassio, Estudio de Mercado
- BACA, Gabriel; “Evaluación de Proyectos”, Quinta edición, México, 2012.
- BARRENO, Luis; “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”, Primera edición, Ecuador, 2011.
- Sapag Chairl, Nassir y Reinaldo; PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; Mc-Grawn Hill, Tercera edición
- Sapag Chairl, Nassir y Reinaldo; PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; Mc-Grawn Hill, Tercera edición
- Ken Blanchard, Alan Randolph, Peter Grazier, Recursos Humanos, Colección Habilidades Directivas, Editorial Deusto, año 2012.
- http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero
- http://html.rincondelvago.com/clasificacion-de-cuentas-contables.html
- http://www.ii.iteso.mx/Ing%20de%20costos%20I/costos/tema22.htm
- http://www.finanzas.gob.ec/ingresos-principios/
- http://www.monografias.com/trabajos30/punto-equilibrio/punto-equilibrio.shtml#puntoequil#ixzz2HgmQ96wb
- SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassier Preparación y Evaluación de Productos 4ta edición Pag. 1926
- http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto
- http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html
- http://www.pymesfuturo.com/pri.htm

ANEXOS

ANEXO 1. FICHA DE RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA.

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA".

PROBLEMÁTICA.

En el mundo Globalizado en que nos encontramos, en un ambiente de competencia entre la oferta y demanda, mismo de sustento para la sobrevivencia, en especial el trabajo que debe ser eficiente, eficaz y de calidad para que se pueda aprovechar de los recurso y de la demanda de la ciudadanía, como producto de una sobrepoblación que se acentúa en determinadas franjas terrenales, han dado que las grandes ciudades como son Guayaquil, Quito y Cuenca, se concentre la mayor parte de Productividad económica, negocios, locales, industrias, donde nuestros conciudadanos han migrado a esas poblaciones, dejan en el abandono a las tierras natas, justificando que la falta de trabajo, empleo o productividad, no existen para sustentarnos, por ende afecta a nuestra pequeña economía, permitiendo de una u otra manera que nuestro cantón no se supere económicamente y subsidiariamente social y turística.

Es así que en la provincia de Loja se caracteriza por la actividad agrícola, ganadera, pesquera y avícola respectivamente en diferentes Cantones, gozando de diferentes climas que va desde el Frio, templado al Tropical, donde nuestra situación geográfica permite la variedad aludida. Indicando que en el Cantón Paltas posee unos lugares turísticos reconocidos nacional e internacionalmente como son la Piedra del Shiriculapo, museos, piedras jeroglíficas, revelaciones de nuestros antepasados del Preincaico Palta, una cultura arraigada de respeto y trascendencia nacional, hacer que los que transitan por esta población se sientan admirados y llenos de curiosidad al recorrer por estos sitios turísticos, y aun que mi proyecto lo enfoco algo que nace no como un deseo de cumplir requisitos para obtener mi grado, sino conocer y analizar que puedo proponer en beneficio de mi ciudadanía y mío propio, lo hago arraigado en base a la importancia que tiene la gastronomía ecuatoriana, y en lo que se va a crear un local de comidas típicas donde mezclare el arte moderno con el clásico y las remembranzas de la cultura Palta, en torno de la realidad del Cantón y de la Provincia, más aun ubicarlo en las cercanías de la Piedra del Shiriculapo, realzaría el mismo; al realizar un proyecto bipartito entre arte Moderno-Clásico, gastronomía Propia y consecuentemente en un lugar turístico.

En el Cantón Paltas no existen restaurantes de comidas típicas, solo restaurantes que dan su servicio de forma dispersa, sin normas de calidad, ofreciendo poca variedad en lo que se refiere a comida típica, no

satisfaciendo las necesidades y gustos alimenticios de la población local, regional, nacional e internacional. A esto también se agrega la falta de control en el servicio y productos que se ofertan ya que no cumple con las normas de higiene brindando un producto de baja calidad y cantidad, a lo que se suma la mala atención que se recibe de carácter popular, como en el mercado, puestos ambulantes, y lugares conocidos como " Huecas", en la no existencia de locales limpios, cómodos, adecuados, que brinden una variedad de platos y un trato amable; por lo que es indispensable recalcar que en estos lugares se comercializan distintos platos diferenciándose el uno del otro en cuanto a productos, precios, calidad y calidez.

Por lo expuesto anteriormente el problema radica en: "La falta de un proyecto de factibilidad para la implementación de un local de comidas típicas para el Cantón Paltas de la Provincia de Loja, lo que permitirá que la población degusten de la gastronomía y cultura Paltense".

OBJETIVOS

1. Objetivo General

- Elaborar un Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un Local de Comidas Típicas, para el Cantón Paltas de la Provincia de Loja.

1.1 Objetivos Específicos

- Desarrollar una Investigación de Mercado para determinar la oferta y la demanda del plato típico.
- Diseñar el Plan Comercial para introducir al mercado el nuevo Local de Comidas Típicas.
- Elaborar un Estudio Técnico del Local para conocer su Localización, Dimensión y Equipamiento.
- Realizar un Diseño Organizacional en cual permita determinar una correcta estructura administrativa.
- Establecer un Estudio económico y presupuestario que ayude a determinar el costo real del proyecto.
- Determinar la rentabilidad del proyecto a través del Estudio Financiero.

METODOLOGÍA

Para el presente trabajo investigativo se desarrollará los siguientes métodos:

- **Método Deductivo:** Permitirá recopilar y analizar información general para tener una idea detallada sobre el proceso de las diferentes fases del proyecto relacionado con la inversión, financiación y organización de la Empresa.

- **El Método Inductivo**: Ayudará a obtener toda la información concerniente al Estudio del Mercado y así poder determinar la demanda para el producto de uso que se pretende colocar en el mercado, de la misma manera se empleará para formular las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

- **Método Analítico**: Permitirá determinar la Demanda Insatisfecha del producto de uso, también se utilizará para describir el proceso productivo, conocer la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos necesarios para determinar la funcionalidad del proyecto.

TÉCNICAS

- **Observación:** Se utilizará para ubicar las bodegas dedicadas a la comercialización de productos masivos y así mismo determinar la oferta del producto principal en la cuidad de Loja.

- **Encuesta:** Instrumento cuantitativo de investigación social mediante un cuestionario. Se utilizará esta técnica para recopilar información directa de las bodegas y también a los ofertantes del producto principal.

- **Población y Muestra:** Para poder establecer el tamaño de la muestra del proyecto se toma en consideración la población económicamente activa del Cantón Paltas con un numero de 8526 personas entre hombres y mujeres

Para determinar el tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + \mathrm{N}E^2}$$

$$n = \frac{8526}{1 + 8526(0.05)^2}$$

$$n = \frac{8526}{22.32}$$

n= 382 (encuestas)

Estas 382 encuestas fueron aplicadas en dos cantones rurales como son Lauro Guerrero y San Antonio de Paltas y los cantones Urbanos Catacocha y Lourdes, de acuerdo a la siguiente distribución.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Reciba un cordial saludo para informarle que:

En calidad de egresada de la Universidad Nacional de Loja previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial me encuentro realizando la siguiente encuesta para obtener información referente a la producción y comercialización del Seco de Gallina Criolla los datos obtenidos son confidenciales y de uso exclusivo para el proyecto de tesis titulado **“"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA"** motivo por el cual es muy importante su colaboración contestando seriamente la encuesta que a continuación se presenta, por su tiempo y comprensión le quedo agradecida.

A. **DATOS GENERALES**

1. **Profesión u ocupación actual**

(Marque con una X su respuesta)

a) Profesional ( )

b) Estudiante ( )

c) Otros ( )

2. Sexo

(Marque con una X su respuesta)

a) Masculino ( )

b) Femenino ( )

3. Estado civil

(Marque con una X su respuesta)

a) Soltero ( )

b) Casado ( )

c) Divorciado ( )

d) Unión libre ( )

B. DATOS ESPECÍFICOS

4. ¿En su alimentación diaria que platos de comida típica prefiere?

GALLINA CRIOLLA ( )

REPE ( )

CECINA ( )

SECO DE CHIVO ( )

5. ¿Conoce usted las propiedades nutricionales que posee la gallina criolla ?

(Marque con una **X** la respuesta)

a) Si ( )

b) No ( )

Si su respuesta a la pregunta anterior fue **POSITIVA,** de la siguiente lista escoja las opciones de las propiedades nutricionales que poseen La Gallina Criolla. Caso contrario continúe directamente con la pregunta N° 5

(Marque con una **X** la respuesta que considere conveniente)

APORTE NUTRICIONAL

- Alto contenido de Calorías ( )
- Bajo contenido de Grasa ( )
- Bajo contenido de Colesterol ( )
- Alto contenido de Sodio ( )
- Alto contenido de proteína ( )
- Contienen vitaminas como A, B, C. ( )

Otros: ……..

6. ¿Usted consume gallina criolla en su dieta actualmente?

(Marque con una **X** la respuesta)

a) Si ( )

b) No ( )

Si su respuesta es POSITIVA continúe con la pregunta 6, caso contario conteste el siguiente literal.

i. ¿Le gustaría adquirir la gallina criolla para su consumo y el de su familia como complemento nutricional?

(Marque con una **X** la respuesta)

a) Si ( )

b) No ( )

Si su respuesta es POSITIVA continúe con la pregunta N° 10, y si es NEGATIVA siga directamente con la pregunta N° 13

7. El seco de gallina criolla que usted compra ¿en qué presentación usted lo adquiere?

(Marque con una **X** la respuesta)

a) 1/8 ( )

b) 1/4 ( )

c) 1/2 ( )

d) 1 ( )

8. ¿Usted consume seco de gallina criolla en su dieta?

(Marque con una **X** la respuesta)

a) Si ( )

b) No ( )

Si su respuesta es positiva continúe con la siguiente pregunta caso contrario siga directamente con la pregunta N° 10

9. ¿Cuantas veces al mes consume seco de gallina criolla?

(Marque con una **X** la respuesta)

a) Uno ( )

b) Dos ( )

c) Tres ( )

d) Cuatro ( )

e) Cinco o más ( )

10. ¿Qué valor ha cancelado por el plato?

(Marque con una **X** la respuesta)

Opciones	Precios	Respuesta
1/8	$3.00	( )
1/4	$6.00	( )
½	$9.00	( )
1	$18.00	( )

11. ¿Estaría usted dispuesto a consumir seco de gallina criolla en un nuevo local?(Marque con una **X** la respuesta)

a) Si ( )

b) No ( )

Si su respuesta es positiva continúe con la siguiente pregunta caso contrario siga directamente con la pregunta N° 13

12. ¿Qué promoción le gustaría que le ofrezca el nuevo producto?

(Marque con una **X** la respuesta de su mayor preferencia)

1 por la compra de 4 platos

a) Descuentos ( )

b) Regalo extra ( )

c) Otra promoción ( )

13. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer el nuevo local?

(Marque con una **X** la respuesta de su mayor preferencia)

a) TV ( )
b) Radio ( )
c) Prensa ( )
d) Hojas Volantes ( )
e) Otra manera ( )

14. ¿Existen en el Cantón paltas locales o restaurant que preparen seco de gallina criolla?

a) Si ( )

b) No ( )

Si su respuesta es afirmativa señale cuáles son_____

_____

Gracias por su colaboración…….

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Reciba un cordial saludo para informarle que:

En calidad de egresada de la Universidad Nacional de Loja previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial me encuentro realizando la siguiente encuesta para obtener información referente a la producción y comercialización del Seco de Gallina Criolla los datos obtenidos son confidenciales y de uso exclusivo para el proyecto de tesis titulado **“"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA"** motivo por el cual es muy importante su colaboración contestando seriamente la encuesta que a continuación se presenta, por su tiempo y comprensión le quedo agradecida.

ENTREVISTA A OFERENTES

1. **¿Qué promociones utiliza Ud. Para elevar los niveles de ventas?**

   _____

   _____

   _____

2. **¿Por qué medios de publicidad da a conocer su local o restaurant?**

   a. TV ( )

   b. Radio ( )

c. Prensa ( )

d. Hojas Volantes ( )

e. Otra manera ( )

3. El canal que usted utiliza para la distribución del producto es:

a) Consumidor final ( )

b) Comerciantes de la zona ( )

4. Vende usted en su local o restaurant Seco de Gallina Criolla?

SI ( )

NO ( )

Por qué……

5. ¿Cuál es el precio de venta del plato?

Opciones	Precios	Respuesta
1/8	$3.00	( )
1/4	$6.00	( )
½	$9.00	( )
1	$18.00	( )

6. ¿Qué tipo de presentaciones dispone de su producto?

Opciones
1/8
1/4
½
1

7. **¿Cuál es la presentación que tiene más acogida entre lo clientes?**

Opciones

1/8

1/4

½

1

8. **¿Qué cantidad de platos vende diariamente?**

a) De 1 a 10 ( )

b) De 11 a 20 ( )

c) De 21 a 30 ( )

d) De 31 a 40 ( )

e) Más de 40 ( )

9. **Cuánto tiempo lleva funcionando su local o Restaurant**

_____

_____

_____

Gracias por su colaboración…….

ANEXO PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN LOCAL DE COMIDAS TÍPICAS PARA EL CANTÓN PALTAS DE LA PROVINCIA DE LOJA"

QUE INFORMACIÓN	PARA QUE NECESITO	DONDE LA ENCUENTRO	COMO LA OBTENGO
Horario de atención	Pago de Sueldos, Atención a los clientes	Código del trabajo	Ministerio de Relaciones Laborales, Internet
Valor del producto	Para determinar precios	Restaurant	Información directa
Ubicación del local	Establecer zona atención	En los demandantes	Mediante Encuesta
Usted consume comida típica del Cantón	Para determinar la demanda potencial	En los demandantes	Mediante Encuesta
Qué equipos e instrumentos necesito para la creación del local	Para implementa la empresa	En distribuidoras: IDEAS DE HOGAR	Mediante cotizaciones
Porque medios de publicidad le gustaría conocer de este local	Para aplicar la publicidad	En los demandantes	Encuestas
Cuáles de las diferentes preparaciones adquiere con mayor frecuencia	Para determinar la presentación de mayor acogida por los	En los demandantes	Encuestas

	demandantes.		
Para la creación del local se requerirá de capital propio o financiamiento.	Para el estudio financiero		Información Directa
Donde adquiere el producto	Para estudiar la Plaza	En los demandantes	Entrevista
Que tipo publicidad utiliza Ud.	Para aplicar mi publicidad	En los oferentes	Entrevista
Consume alguna variedad de Pollo Criollo en su dieta	Para obtener la demanda potencial	En los demandantes	Encuesta
En qué sector considera la Ubicación de este nuevo local	Para determinar la macro y micro localización	En los demandantes	Encuestas
¿Qué locales o restaurant conoce en el Cantón Paltas que preparen Seco de Gallina Criolla?	Establecer la cantidad de oferentes	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Paltas	Información Bibliográfica
Que promociones utiliza Ud. Para aumentar el nivel de ventas	Para desarrollo del plan de comercialización	En los oferentes	Entrevista
Cuanto estaría dispuesto a pagar por cada plato a servirse	Determinar los precios del servicios	En los demandantes	Encuesta
Nombre comercial para el Local	Para establecer la Razón social		Información Bibliografía
Esta Ud. dispuesto a consumir seco de gallina criolla en un nuevo local	Para determinar la demanda efectiva	En los demandantes	Encuesta

Cuantas personas se requerirán para la atención en este nuevo local	Para el estudio técnico	Personal	Información Directa
Que promoción le gustaría que le ofrezca el nuevo local	Para desarrollar el plan de comercialización	En los demandantes	Encuesta
Porque medios da a conocer su local o Restaurant	Para desarrollo del plan de comercialización	En los oferentes	Entrevista
Considera que hace falta un nuevo local que proporcione el Seco de gallina criolla en esta ciudad		En los demandantes	Entrevista
Cuál es el precio de venta al público	Para determinar el precio	En los oferentes	Entrevista
Qué tipo de presentaciones dispone de su producto	Para determinar el tipo de presentaciones que se ofrecerá el producto	En los oferentes	Entrevista
Qué cantidad de platos vende diariamente	Para determinar la cantidad de servicio ofertado	En los oferentes	Entrevista
Cuánto tiempo lleva funcionando su local o restaurant		En los oferentes	Entrevista
Cuantas veces al mes consume seco de gallina criolla	Determinar el Consumo Percápita	En los demandantes	Encuesta

El seco de gallina criolla que usted compra ¿en qué presentación usted lo adquiere?	Para determinar Gustos y preferencias	En los demandantes	Encuesta
Qué valor ha cancelado por el plato de seco de gallina criolla	Determinar Precios	En los demandantes	Encuesta
Porque medios de comunicación conoció de la existencia de este plato como es el seco de gallina criolla	Aplicar mi publicidad en el plan de comercialización	En los demandantes	Encuesta

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

CLASIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN					
Que Decisiones Necesito Tomar	**Objetivos Globales de la Investigación**	**Secund.**	**Primaria**		**Fuente de Información**
			Cualitativa	**Cuantitativa**	
Conocer la estructura de la demanda	• Analizar la demanda potencial.			X	Consumidor
	• Analizar la demanda real.			X	Consumidor
	• Analizar la demanda insatisfecha.			X	Consumidor
	• Analizar la demanda efectiva.			X	Consumidor
	• Analizar la demanda insatisfecha			X	Consumidor
	• Conocer los posibles motivos psicológicos que obliguen a las personas a adquirir productos		X		Consumidor
Determinar la estructura de precios	• Conocer la capacidad de pago de los consumidores		X		Consumidor
	• Conocer la disposición de no pago de los compradores		X		Consumidor

	• Que significa económico y costoso		X		Consumidor
Analizar la propuesta del servicio	• Conocer las características adaptables del producto.		X		Consumidor
	• Determinar las preferencias o gustos de los consumidores		X		Consumidor
Analizar la competencia	• Conocer donde pueden consumir platos sustitutos.		X		Consumidor

PLAN DE INFORMACIÓN PRIMARIA

FASE CUALITATIVA: DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS.

Objetivos de la investigación cualitativa	Preguntas abiertas de la entrevista
Demanda potencial	• ¿Usted consume gallina criolla en su dieta actualmente?
Demanda real	• ¿Usted consume seco de gallina criolla en su dieta?
Demanda efectiva	• ¿Está usted dispuesto a consumir seco de gallina criolla en un nuevo local?
Consumo Precapita	• ¿Cuantas veces al mes consume seco de gallina criolla?
Conocer la disposición de pago de los consumidores.	• ¿Cuál es el ingreso mensual promedio en dólares de su hogar? • ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plato? • ¿Qué valor ha cancelado por el plato?
Conocer las preferencias y gustos de los consumidores.	• ¿Qué promoción le gustaría que le ofrezca el nuevo local? • ¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer el nuevo local?

Determinar el posicionamiento de los ofertantes de productos sustitutos	• ¿Qué locales o restaurant conoce en el Cantón Paltas que preparen el seco de gallina criolla?

PLAN DE INFORMACIÓN PRIMARIA

FASE CUALITATIVA: DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS.

Objetivos Cuantitativos	Preguntas cerradas de la encuesta	Instrucción de la Respuesta
Demanda potencial	**¿Usted consume gallina criolla en su dieta actualmente?** SI ( ) *continúe el cuestionario* No ( ) *no prosiga*	Marque con una **X** la respuesta
Demanda real	**¿Usted consume seco de gallina criolla en su dieta?** SI ( ) No ( )	Marque con una **X** la respuesta
Demanda efectiva	**¿Está usted dispuesto a consumir seco de gallina criolla en un nuevo local?** SI ( ) No ( )	Marque con una **X** la respuesta
Consumo Precapita	**¿Cuantas veces al mes consume seco de gallina criolla?**	Marque con una **X** la respuesta

	Uno ( ) Dos ( ) Tres ( ) Cuatro ( ) Cinco o más ( )	
Conocer la disposición de pago de los consumidores.	**¿Qué valor ha cancelado por el plato?** 1/8 $3.00 ( ) 1/4 $6.00 ( ) ½ $9.00 ( ) 1 $18.00 ( )	Marque con una **X** la respuesta

Objetivos Cuantitativos	Preguntas cerradas de la encuesta	Instrucción de la Respuesta
Conocer las preferencias y gustos de los consumidores.	**¿Qué promoción le gustaría que le ofrezca el nuevo local?** 1 por la compra de 4 platos ( ) Descuentos ( ) Regalo extra ( ) Otra promoción ( ) **¿Por qué medio de publicidad le gustaría conocer el nuevo local?** TV ( ) Radio ( ) Prensa ( ) Hojas Volantes ( ) Otra manera ( ) **El seco de gallina criolla que usted compra ¿en qué presentación usted lo adquiere?**	Marque con una **X** la respuesta de su mayor preferencia

	1/8 ( ) 1/4 ( ) 1/2 ( ) 1 ( )	
Determinar el posicionamiento de los ofertantes de productos sustitutos	**¿Qué locales o restaurant conoce en el Cantón Paltas que preparen seco de gallina criolla?** 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____	Escriba en el 1 la de su mayor preferencia, 2 y 3 según su criterio y el 4 de su menor preferencia

ANEXO 3. CÁLCULO DE SUELDOS

SUELDOS										
DETALLE	**SUELDO**	**A. PAT. (12.15%)**	**XIV SUELDO**	**XIII SUELDO**	**F. RESERVA (SEGUNDO AÑO)**	**VACACIONES**	**MENSUAL**	**TRIMESTRAL**	**SEMESTRAL**	**ANUAL**
Chef	550,00	66,83	18,17	45,83	45,83	22,92	615,93	1.847,78	3.695,55	7.391,10
Asistente	320,00	38,88	18,17	26,67	26,67	13,33	365,95	1.097,86	2.195,72	4.391,44
Mesero	320,00	38,88	18,17	26,67	26,67	13,33	365,95	1.097,86	2.195,72	4.391,44
TOTAL	**1.190,00**	**144,59**	**54,50**	**99,17**	**99,17**	**49,58**	**1.347,83**	**4.043,50**	**8.086,99**	**16.173,98**

SUELDOS										
DETALLE	**SUELDO**	**A. PAT. (12.15%)**	**XIV SUELDO**	**XIII SUELDO**	**F. RESERVA (SEGUNDO AÑO)**	**VACACIONES**	**MENSUAL**	**TRIMESTRAL**	**SEMESTRAL**	**ANUAL**
Gerente	650,00	78,98	18,17	54,17	54,17	27,08	724,61	2.173,83	4.347,65	8.695,30
Contador	350,00	42,53	18,17	29,17	29,17	14,58	398,56	1.195,68	2.391,35	4.782,70
Cajera	320,00	38,88	18,17	26,67	26,67	13,33	365,95	1.097,86	2.195,72	4.391,44
TOTAL	**1.320,00**	**160,38**	**54,50**	**110,00**	**110,00**	**55,00**	**1.489,12**	**4.467,36**	**8.934,72**	**17.869,44**

Anexo 4. MATRICES

Anexo Materiales de aseo y limpieza

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Franelas	24	1,50	36,00
Detergente	48	1,75	84,00
Desinfectante	48	2,50	120,00
Escobas	24	2,25	54,00
Trapeadores	24	2,75	66,00
TOTAL			360,00

Anexo consumo de gas

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gas (Tanque 15 kl)	180	2,50	450,00
TOTAL			450,00

Anexo consumo de energía eléctrica

DETALLE	CANTIDAD (Kw/h)	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Energía Eléctrica	850	0,07	714,00
TOTAL			714,00

Anexo consumo de agua potable

DETALLE	CANTIDAD (m3)	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Agua potable	30	0,40	143,28
TOTAL			143,28

Anexo publicidad

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Afiches	500	0,08	40,00
Hojas volantes	2000	0,06	120,00
Tarjetas de presentación	2000	0,07	140,00
TOTAL			300,00

Anexo consumo telefónico

DETALLE	CANTIDAD MINUTOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Consumo telefónico	5500	0,03	148,50
TOTAL			148,50

Anexo Proyección materia prima

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	59.130,00
2	61.495,20
3	63.955,01
4	66.513,21
5	69.173,74
6	71.940,69
7	74.818,31
8	77.811,05
9	80.923,49
10	84.160,43

Anexo Proyección materia indirecta

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	67.014,00
2	69.694,56
3	72.482,34
4	75.381,64
5	78.396,90
6	81.532,78
7	84.794,09
8	88.185,85
9	91.713,29
10	95.381,82

Proyección mano de obra directa

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	24.956,86
2	25.955,13
3	26.993,34
4	28.073,07
5	29.196,00
6	30.363,84
7	31.578,39
8	32.841,53
9	34.155,19
10	35.521,39

Anexo Proyección mano de obra indirecta

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	22.260,88
2	23.151,32
3	24.077,37
4	25.040,46
5	26.042,08
6	27.083,76
7	28.167,11
8	29.293,80
9	30.465,55
10	31.684,17

Anexo Proyección suministros de oficina

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	324,95
2	337,95
3	351,47
4	365,52
5	380,15
6	395,35
7	411,17
8	427,61
9	444,72
10	462,51

Anexo proyección suministros de aseo y limpieza

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4%
1	360,00
2	374,40
3	389,38
4	404,95
5	421,15
6	438,00
7	455,51
8	473,74
9	492,68
10	512,39

Anexo proyección consumo de gas

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4%
1	450,00
2	468,00
3	486,72
4	506,19
5	526,44
6	547,49
7	569,39
8	592,17
9	615,86
10	640,49

Anexo proyección consumo energía eléctrica

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 4%
1	714,00
2	742,56
3	772,26
4	803,15
5	835,28
6	868,69
7	903,44
8	939,58
9	977,16
10	1.016,24

Anexo proyección consumo de agua potable

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	143,28
2	149,01
3	154,97
4	161,17
5	167,62
6	174,32
7	181,29
8	188,55
9	196,09
10	203,93

Anexo proyección publicidad

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	300,00
2	312,00
3	324,48
4	337,46
5	350,96
6	365,00
7	379,60
8	394,78
9	410,57
10	426,99

Anexo proyección consumo telefónico

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 4%
1	148,50
2	154,44
3	160,62
4	167,04
5	173,72
6	180,67
7	187,90
8	195,42
9	203,23
10	211,36

Anexo Depreciación maquinaria

VALOR DEL ACTIVO	8.735,00			
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	**VAL ACTIVO**	**VAL. RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	8735,00	873,50		7861,50
1	7861,50		786,15	7075,35
2	7075,35		786,15	6289,20
3	6289,20		786,15	5503,05
4	5503,05		786,15	4716,90
5	4716,90		786,15	3930,75
6	3930,75		786,15	3144,60
7	3144,60		786,15	2358,45
8	2358,45		786,15	1572,30
9	1572,30		786,15	786,15
10	786,15		786,15	0,00

Anexo depreciación herramientas

VALOR DEL ACTIVO	5.377,60			
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	**VAL ACTIVO**	**VAL. RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	5377,60	537,76		4839,84
1	4839,84		483,98	4355,86
2	4355,86		483,98	3871,87
3	3871,87		483,98	3387,89
4	3387,89		483,98	2903,90
5	2903,90		483,98	2419,92
6	2419,92		483,98	1935,94
7	1935,94		483,98	1451,95
8	1451,95		483,98	967,97
9	967,97		483,98	483,98
10	483,98		483,98	0,00

Anexo depreciación equipo de computación

VALOR DEL ACTIVO	3.765,00			
3 AÑOS DE VIDA ÚTIL			33% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	**VAL ACTIVO**	**VAL. RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	3765,00	1255,00		2510,00
1	2510,00		836,67	1673,33
2	1673,33		836,67	836,67
3	836,67		836,67	0,00

Anexo depreciación muebles y enseres

VALOR DEL ACTIVO	3.270,00			
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	**VAL ACTIVO**	**VAL. RESIDUAL**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	3270,00	327,00		2943,00
1	2943,00		294,30	2648,70
2	2648,70		294,30	2354,40
3	2354,40		294,30	2060,10
4	2060,10		294,30	1765,80
5	1765,80		294,30	1471,50
6	1471,50		294,30	1177,20
7	1177,20		294,30	882,90
8	882,90		294,30	588,60
9	588,60		294,30	294,30
10	294,30		294,30	0,00

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN..... ii

AUTORÍA..... iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN..... iv

DEDICATORIA..... v

AGRADECIMIENTO..... vi

TITULO..... 1

RESUMEN..... 2

INTRODUCCIÓN..... 6

REVISIÓN DE LITERATURA..... 9

MATERIALES Y MÉTODOS..... 72

RESULTADOS..... 77

DISCUSION..... 97

ESTUDIO DE MERCADO

Promedio del consumo anual..... 97

Demanda..... 98

Demanda Potencial..... 98

Demanda Real..... 99

Demanda Efectiva..... 100

Proyección de la Demanda..... 101

Estudio de la Oferta..... 102

Comportamiento del Ofertante..... 102

Proyección de la Oferta..... 103

Demanda Insatisfecha..... 104

Plan de Comercialización..... 105

Características del producto..... 105

ESTUDIO TÈCNICO

Tamaño y localización..... 112

Tamaño..... 112

Localización..... 115

Ingeniería del Proyecto..... 118

Descripción del proceso productivo..... 120

Estudio Organizacional..... 141

Organización Jurídica..... 142

Organigrama Estructural..... 157

Organigrama Funcional..... 159

Manual de Funciones..... 160

ESTUDIO ECONÓMICO

Inversiones y financiamiento..... 170

Inversiones..... 170

Financiamiento..... 173

Costo Total de Producción..... 176

Presupuesto de costos..... 182

Clasificación de costos..... 183

Determinación del punto de equilibro..... 187

Estado de pérdidas y ganancias..... 196

EVALUACIÒN FINANCIERA

Flujo de Caja..... 198

Valor Actual Neto..... 200

Tasa Interna de Retorno..... 202

Relación Beneficio Costo..... 204

Periodo de Recuperación de Capital..... 205

Análisis de Sensibilidad..... 206

CONCLUSIONES..... 210

RECOMENDACIONES..... 212

BIBLIOGRAFÍA..... 213

ANEXOS..... 214

ÍNDICE..... 248