

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA SOCIAL

Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE CARNE
DE GALLINA CRIOLLA Y SU COMERCIALIZACIÓN
EN LA CIUDAD DE LOJA"**

PREVIO A OBTENER EL TITULO
DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

JAMIL TEODORO YAURI UQUILLAS

DIRECTOR DE TESIS:

LIC. CESAR NEIRA MG. SC.

LOJA-ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

LIC. CESAR NEIRA MG.SC. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DEL AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Y DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de investigación, "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION DE CARNE DE GALLINA CRIOLLA Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA", elaborado por el egresado señor Jamil Teodoro Yauri Uquillas, previo a optar el Grado de Ingeniero Comercial, ha sido realizado bajo mi dirección y luego de haberla revisado autorizo su presentación ante el tribunal de grado.

Loja, Julio del 2013



LIC. CESAR NEIRA HINOSTROZAMG.SC.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Yo Jamil Teodoro Yauri Uquillas declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTOR: Jamil Teodoro Yauri Uquillas

FIRMA:



CÉDULA: 1104690803

FECHA: Loja, Julio del 2013

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo Jamil Teodoro Yauri Uquillas, declaro ser autor de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION DE CARNE DE GALLINA CRIOLLA Y SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar al grado de Ingeniero Comercial, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el 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 3 días del mes de Julio del dos mil trece el autor.

Firma:



Autor: Jamil Teodoro Yauri Uquillas

Nro. Cédula: 1104690803

Dirección: Loja

Correo Electrónico: jeamil074@hotmail. es

Teléfono: 2572563

Celular: 0991987768

Datos Complementarios

Director de Tesis: Lic. César Neira Mg.Sc.

Tribunal de Grado: Ing. Ramiro Guzmán – Presidente

Ing. Carmen Cevallos - Vocal

Ing. Patricio Cuenca - Vocal

DEDICATORÍA

Ha sido el omnipotente, quien ha permitido que la sabiduría dirija y guíe mis pasos, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios.

A mis padres, los cuales son mi más grande orgullo y pilar ejemplar, quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores; por su apoyo moral, económico y por estar siempre en los momentos más difíciles de mi vida.

A mis hermanos por su buena comprensión y ayuda incondicional, gracias por ser parte de esta meta cumplida.

Con amor y cariño, mi triunfo es de ustedes se los quiere mucho...

El Autor

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo investigativo expreso mi más grande y sincero agradecimiento a Dios, que a través de sus bendiciones me fue guiando para vencer los obstáculos y así poder culminar mis estudios universitarios; igualmente de manera especial a mí director Lic. Cesar Neira Mg. Sc. quien fue mi guía e impartió sus conocimientos para el desarrollo del mismo.

A mis padres y hermanos por toda su comprensión y apoyo incondicional.

A las autoridades de la Universidad Nacional de Loja por fomentar el desarrollo de la Educación Superior con altos índices de calidad. A los docentes del Área Jurídica Social y Administrativa; Carrera de Administración de Empresas, por compartir sus valiosos conocimientos durante mi permanencia en la institución.

De la misma manera agradezco a todas las personas que contribuyeron en el desarrollo satisfactorio del presente trabajo.

El Autor

a) TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION DE CARNE DE GALLINA CRIOLLA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”.

b) RESUMEN

En la presente tesis se realizó un estudio de pre factibilidad de mercado técnico, organizacional, económico y la evaluación financiera, para la creación de una empresa de producción y comercialización de carne de gallina criolla en la ciudad de Loja.

Para el desarrollo del proyecto se realizó un estudio de mercado para medir el comportamiento de los posibles consumidores del producto (familias) en la ciudad de Loja, el mismo que servirá para determinar la demanda actual y futura del producto así como la oferta existente en el mercado local.

La empresa se localizará en la vía de Integración barrial Ángel Felicísimo Rojas y avenida Eugenio Espejo (parque Industrial), el sector cuenta con los servicios básicos y punto referente medio para realizar la entrega del producto a los consumidores. Se escogió este sector luego de haber realizado el estudio de localización respectivo.

Para el primer año de producción, la empresa entregará 560 libras al día y 147.840 libras al año, se contará con dos obreros y un chofer.

La razón social de la Empresa es “Perdue” Compañía de Responsabilidad Limitada, con Objeto Social, Producción y comercialización de carne de gallina criolla en la Ciudad de Loja, domiciliada en la misma ciudad, con capital social

de \$73.661 aportado en un 40% por sus socios y el 60% aportado por un préstamo del Banco del Pichincha, sus propietarios será la Junta General de Accionistas y estará representada en funciones y legalmente por el Gerente de la Empresa.

Se necesitará de \$25.313,00 como capital de trabajo para el primer mes de operaciones de la empresa y una inversión de \$73.661,00 para la puesta en marcha de la misma.

Los ingresos a la empresa para el primer año será \$361.764,00, cabe recalcar que el costo por libra de producto de carne de gallina criolla será de \$2,45 multiplicado por los 147.840 libras anuales nos da el valor de ingresos para la empresa.

La evaluación financiera del proyecto presenta un VAN positivo de 64.057, una TIR del proyecto de 38%, una Relación de Beneficio-Costo de 1.17, lo cual significa que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 0,17 centavos, un Análisis de Sensibilidad que soporta un incremento de costos del 8,06% y una disminución de ingresos del 6,88%, sin que estas cifras afecten a la rentabilidad de la Empresa.

ABSTRACT

In this thesis we conducted a pre-feasibility study of market technical, organizational, economic and financial evaluation for the creation of a production and marketing of creole chicken meat in the city of Loja.

For the development of the project was carried out a market survey to measure the behavior of potential consumers of the product (families) in the city of Loja, the same as that used to determine the current and future demand of the product and the supply in the local market.

The company will be located in the neighborhood Integration via Felicísimo Angel Rojas and Avenue Eugenio Espejo (Industrial Park), the sector has basic services and means for performing point concerning product delivery to consumers. This sector was chosen after performing the respective location study.

For the first year of production, the company will deliver 560 pounds per day and 147,840 pounds a year, there will be two workers and a driver.

The name of the company is "Perdue" Limited Liability Company, with Purpose, Production and marketing of goosebumps Creole in the city of Loja, based in the same city, with a capital of \$ 73,661 contributed by 40% by their partners and 60% contributed by a loan from Banco del Pichincha, their owners will be

the General Meeting of Shareholders and will be represented at functions and legally by the Manager of the Company.

Of \$ 25,313.00 will be needed as working capital for the first month of operations of the company and an investment of \$ 73,661.00 for the implementation of the same.

The company revenue for the first year will be \$ 361,764.00, it should be emphasized that the cost per pound of chicken meat product will be \$ 2.45 Creole multiplied by 147,840 pounds annually gives the value of income for the company.

The financial evaluation of the project has a positive NPV of 64,057, an IRR of 38% project a benefit-cost ratio of 1.17, meaning that for every dollar invested there is a gain of 0.17 cents, an Analysis of Sensitivity supporting a cost increase of 8.06% and a decrease in revenue of 6.88%, but these figures affect the profitability of the Company.

c) INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que como la mayoría de países Latinoamericanos busca el desarrollo de sus sociedades en alternativas para una mejora en la calidad de vida de sus ciudadanos, satisfaciendo necesidades básicas y prioritarias como alimentación, salud, vestido y educación, han creado grandes demandas de empleo y ha buscado alternativas de crear microempresas y aprovechar oportunidades no explotadas como producción de carne de gallina criolla y así mejorar las condiciones de vida de la sociedad.

El objetivo de este estudio es determinar un; **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA PRODUCCION DE CARNE DE GALLINA CRIOLLAY SU COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**.

De manera que se aproveche la oportunidad que brinda la sociedad actual.

Este estudio consistió en determinar la población actual de la ciudad de Loja según fuente oficial del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), en base a esto, conocer el número de familias, que son 47.228, se calculó el tamaño de la muestra, para conocer el número de encuestas necesarias para realizar el estudio de mercado, calculando el error de la muestra, con el 95% de confianza y el 5% de error, aplicando la fórmula del muestreo no probabilístico, resultando 381 encuestas para el respectivo estudio.

La aplicación de las encuestas a la población en estudio, determinó la demanda potencial y efectiva del producto, además como el precio y las promociones a realizar, esto encaminado a un mejor servicio al cliente.

Posteriormente y con base a los elementos ya definidos se procede a realizar el Estudio Técnico donde se profundiza los recursos básicos para el producto, la micro localización y la tecnología adecuada para la empresa, su espacio físico, recursos humanos y materiales e ingeniería del proyecto.

Teniendo la demanda del producto y los recursos necesarios para la operación de la empresa se pasó a conocer su financiamiento y sus fuentes, que aporten el capital necesario para la implementación del proyecto, se conoció los montos del activo fijo, diferido y capital de trabajo, el resumen de los costos fijos y variables para los cinco años de estudio, los ingresos del proyecto y el punto de equilibrio, para luego evaluar la rentabilidad de la inversión con indicadores confiables y claramente definidos como el VAN(valor actual neto), TIR(tasa interna de retorno), y Análisis de Sensibilidad con aumento de costos y disminución de ingresos sin que estos afecten a la rentabilidad del proyecto.

Con este estudio se obtuvo una base sólida y confiable para decidir la factibilidad del proyecto y su rentabilidad al aplicarlo en la ciudad de Loja.

d) REVISION DE LITERATURA

ORIGEN E HISTORIA DE LA GALLINA CRIOLLA.



La gallina fue uno de los primeros animales domésticos que se mencionan en la historia escrita. Su origen se sitúa hace 5000 años en el sureste de Asia, cuando las gallinas silvestres de bankiva (*Gallusbankiva*) fueron domesticadas hacia el año de 1400 a. C. en la parte septentrional de la India e Indochina, convirtiéndose así en la especie *Gallus*.

Posterior a su domesticación, de Asia se introdujeron a Egipto y Mesopotamia. Existen relieves babilónicos del año 600 a.C. dónde aparecen gallinas; a finales del siglo VIII a.C. hizo su aparición en la iconografía griega como un animal reconocidamente exótico (pájaros persas). Después su producción se extendió gracias a la colonización Romana y a partir de ese entonces nació la avicultura. Los romanos la consideraban un animal consagrado a Marte, su dios de la guerra. Cuentan que cuando Cristóbal Colón inició su viaje, las jaulas para gallinas ocupaban un lugar importante porque eran la fuente de huevos y carne fresca para la tripulación.

Se cree que la gallina fue el primer animal asiático que pisó el continente americano, dado que Cristóbal Colón embarcó gallinas en su segundo viaje. Las razones por las cuales Colón llevó a la gallina en su viaje fueron que ocupaba poco espacio, su alimentación no era complicada y además producía huevos. No obstante, hay antecedentes de que en Chile, antes de la llegada de los europeos, los mapuches criaban una gallina con características especiales, la gallina araucana.

Posteriormente se conformaron cuatro agrupaciones primarias para clasificar las razas y estirpes existentes en la actualidad a nivel mundial: las asiáticas, las mediterráneas, las atlánticas y las razas de combate. Además, se originaron las llamadas gallinas criollas, que por más de 500 años han demostrado su adaptabilidad productiva para las condiciones de la cada región, en las zonas rurales de México y el mundo.

ANATOMÍA BÁSICA



Gallina

Las gallinas son más pequeñas que el gallo. No suelen medir más de 50 cm y apenas llegan a 1 kg de peso. Poseen una coloración menos atractiva, destinada a proporcionarles protección y escondite en su hábitat. La cresta y barbas son también mucho menos prominentes.

Coloración

Como sucede con la anatomía, la coloración en los ejemplares domésticos no atiende patrones como en la especie silvestre, pues los múltiples entrecruzamientos han dado origen a miles de patrones de coloración distintos, así mismo se han creado razas específicamente para ser animales de ornato o de fantasía, con patrones de plumaje impresionantes.

Gallina Finquera.

Las gallinas finqueras estas son animales muy similares a las gallinas encubadas, pero con la diferencia de la finquera tiene mayor libertad para su movimiento pero tiene la misma exigencia en la alimentación y cuidado que las gallinas encubadas, por esta razón su carne es apetecible y mayormente demanda en el mercado local por sabor similar a la gallina criolla pueden consumirse desde los 3 a 4 meses, son alimentadas con maíz, y forraje de la zona, además como de balanceados para una mayor productividad de la carne.

LA GALLINA CRIOLLA



Por definición, son el resultado de las cruces entre gallinas de razas, la diferencia es que las gallinas criollas se vuelven propias del lugar en el que viven y han desarrollado características particulares para su supervivencia dependiendo de la región. Se clasifican como semi pesadas ya que no corresponden únicamente a las aves de postura ni a las de engorde, sino que son empleadas para ambos propósitos.

Estas características son muy importantes ya que desempeñan un papel crucial en la economía familiar del medio rural pues les permite tener carne y huevos con un poco tiempo dedicado a su cuidado, ya que la mayoría de veces son animales que se mantienen en espacios libres.

Este tipo de gallina está adaptada para vivir en contacto con el suelo y obtener recursos alimenticios en el medio.

En las zonas rurales de Loja - Ecuador, la cría de aves de corral representa una tradición en los patios para contribuir con la seguridad alimentaria local, por su aporte de proteínas de alto valor biológico, al reciclaje de desperdicios de alimentos y residuos de cosechas, y el control biológico de invertebrados.

Estas aves vienen de un largo proceso de selección natural y han desarrollado una gran resistencia a condiciones ambientales desfavorables. Pueden desarrollarse bien dentro de un rango muy amplio de temperatura y humedad. Comen desechos de la huerta y el hogar como así también insectos que

encuentran directamente en la tierra. Son aptas para la cría doméstica, pero su producción de carne y huevos es modesta.

TIPOS DE GALLINAS COMERCIALES

Gallinas ligeras.

Llamadas también aves de postura o ponedoras son las que se explotan para la producción de huevo para plato o consumo humano. En estas aves el color de las plumas es blanco o café. Las gallinas de plumas de color blanco producen el huevo de cascarón blanco, y las de color oscuro producen el huevo de cascarón rojo. Las razas de gallinas ligeras son: Babcock, Hy-Line, Hisex Brown, Hisex White, Dekalb.

Gallinas pesadas.

Gallinas pesadas, este tipo de gallinas tiene como función producir el huevo del cual, una vez incubado nacerán los pollos de engorde para la producción de carne. El plumaje de estas aves puede ser completamente rojo o bien de color negro con puntos blancos. Las razas de gallinas pesadas son: Ross, Hybro, Cobb, Hubbard, Arbor Acres.

Gallinas Semi-pesadas.

Llamadas también de doble propósito, porque aunque no alcanzan una producción de huevo como las aves ligeras, su producción es bastante aceptable y además las crías que produce, cuando son explotadas para la

producción de carne, alcanzan pesos cercanos al de pollo de engorde producido por gallinas pesadas. Las razas de gallinas semi-pesadas son: Rhode Island Red, Barred Plymouth Rock, Cruzas de las dos anteriores.¹

BENEFICIO SOCIAL DEL SECTOR AVÍCOLA

Ventajas de la Carne de Pollo en la Nutrición:

La carne de pollo posee varios beneficios nutritivos con relación a sus productos sustitutos. Esto se da precisamente porque, comparada con la carne de ganado bovino y ovino, posee menores contenidos de colesterol, calorías y grasa, a la vez que provee de un mayor contenido proteico. La carne de pollo y los huevos son la mejor opción alimenticia que posee el consumidor ecuatoriano.

Evolución del Consumo de Productos Avícolas:

En el Ecuador los resultados reflejan que el consumo per cápita de carne de pollo ha crecido significativamente desde el 1990 hasta la fecha, sin embargo consideramos que debemos continuar haciendo esfuerzos a través de campañas para concienciar sobre las ventajas del consumo de productos avícolas, para que el país llegue a niveles de consumo cercanos a los de Brasil o Estados Unidos.

¹[es.wikipedia.org/wiki/Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador "CONAVE"](https://es.wikipedia.org/wiki/Corporaci3n_Nacional_de_Avicultores_del_Ecuador)

Consumo Percapita (Kg./año/hab)		
Año	Pollo	Huevo
1990	7	91
2000	12	90
2006	23	170

En este cálculo están incluidos la producción de 12 semanas al año, que se estimas son exportadas a Colombia, con lo cual el consumo per cápita real en el país se estima en 130 huevos/año/hab.

En lo relacionado con la canasta familiar básica se puede observar que la participación de los productos avícolas dentro del consumo familiar es importante; pues estos productos representan el 3,2 % de la misma y el 8,7 % del grupo alimentos y bebidas

Las acciones desarrolladas por el Gremio, son una demostración de la necesidad de que el Sector Avícola debe estar unido y representado a nivel nacional, para desarrollar proyectos en los diferentes campos junto con los organismos Gubernamentales.

Por esta razón es necesario desarrollar una concienciación sobre la necesidad de fortalecer aconavepara continuar con el trabajo necesario que nos permitan ser competitivos, para lo cual se requiere el aporte de todos los avicultores y que se integren a este esquema de retención todas las incubadoras que existen en el país.

ESTUDIO DE MERCADO

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Mercado.

Es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse².

Segmentación del Mercado

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub segmentos.

Segmentación geográfica.

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, ciudades, barrios; se puede operar en un área, o en todas.

²File:///F:/Estudio%20%20mercado%2022htm

Segmentación demográfica.

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionados con las variables demográficas.

Muestreo.

Es la actividad por la cual se toman ciertas muestras de una población de elementos de los cuales vamos a tomar ciertos criterios de decisión, el muestreo es importante porque a través de él podemos hacer análisis de situaciones de una empresa o de algún campo de la sociedad.

Consumidor

Es la persona u organización a la que el marketing dirige sus acciones para orientar e incitar a la compra, estudiando el proceso de toma de decisiones del comprador.

Demanda y oferta

Demanda

Se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Análisis de la demanda

La demanda es la relación de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo.

La curva de demanda representa la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir a determinados precios.

Por su cantidad:

Demanda Potencial. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto.

Demanda Real. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado.

Demanda Efectiva. La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica.

Demanda Insatisfecha. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Por su oportunidad en:

Demanda insatisfecha. Cuando los bienes o servicios ofertados no logran satisfacerla necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.

Demanda satisfecha. Servicios que se produce o generan es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un cierto precio.

Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

Tipos de oferta

Oferta competitiva o de mercado libre.

Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio.

Oferta Oligopólica.

Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio.

Oferta monopólica.

Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente

productor o prestador único. Si el productor o prestador del servicio domina o posee más del 90% del mercado siempre determina el precio.

ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN:

“La comercialización no es la simple transferencia de productos o servicios hasta las manos del cliente; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al cliente la satisfacción que él espera con la compra de éste”³.

El producto

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

Producto Sustituto

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Precio del Producto

Es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por tanto la cantidad ofrecida del mismo es más elevada.

³[http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio de mercado](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado)

Marketing

El marketing (o mercadotecnia) es el conjunto de acciones que se pueden realizar para todo lo referente a la relación que existe entre el mercado (o los consumidores) y un negocio o empresa.

Análisis de precios

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda.

Análisis de la Plaza.

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Análisis de la Publicidad

Se define como la comunicación de masa impersonal que incide sobre las actitudes de las personas. La publicidad ayuda a la venta personal, llega a personas de difícil acceso, conquista grupos de clientes, crea reconocimiento, mejora la imagen, penetra un mercado geográfico y sirve para introducir un

nuevo producto. Los medios publicitarios más utilizados son: la televisión, la radio, la prensa, revista, vallas, cine, internet⁴.

ESTUDIO TÉCNICO

Consiste en diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial en el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.⁵

TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA.

Esta parte del estudio es de gran importancia, no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos trabajados, con un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje.

⁴<http://www.monografias.plan de comercialización.com>

⁵<http://www.mitecnologico.com/Main/EstudioTecnico>

Capacidad Teórica

Es aquel volumen de producción que, con técnicas óptimas, permite operar al mínimo costo unitario.

Capacidad Instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos ésta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada

Reservas

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente que permanecen en espera que las condiciones del mercado obliguen a un incremento del producto.

Capacidad financiera

Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones.

Capacidad administrativa

Es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa. Aquí se hace una referencia sobre todo el personal técnico de cualquier nivel, el cual no se puede obtener fácilmente en algunas localidades del país.

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.

En esta etapa es necesario no sólo tomar en cuenta factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.

Macro localización.

La macro localización consiste en la ubicación de la organización en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

Micro localización.

Es la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Diagrama de procesos.

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los símbolos más utilizados significan: operación, transporte, demora, almacenamiento, inspección, operación combinada entre otros.

Ingeniería del proyecto.

Esta parte nos ayudará a decidir entre los diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales.

La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital.

En esta parte también se toma en cuenta el análisis y la selección de los equipos necesarios.

Ingeniería Básica

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

Infraestructura física

Es el área de mayor longitud de la empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla, y por lo tanto es donde se debe maximizar la inversión.

En este punto se debe analizar los siguientes aspectos:

- El área del galpón.
- Las características del techo, pared y los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores
- Distribución de la Planta

“Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”⁶.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

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

Compañía De Responsabilidad Limitada

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las

⁶www.mitecnologia.com/./Determinacion del tamaño de la planta

obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión propia para que no pueda confundirse con otra compañía.

Minuta

Es un documento privado, elaborado y firmado por un abogado, que contiene el acto o contrato que debe presentarse ante un notario para su elevación ante escritura pública.

Requisitos para la elaboración de la minuta:

- La reserva del nombre en Registros Públicos
- Presentación de los documentos personales
- Descripción de la actividad económica
- Capital de la empresa
- Estatuto.

Organigramas

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”

Existen tres clases de organigramas:

- Organigrama Estructural
- Organigrama Funcional
- Organigrama Posicional

Niveles Administrativos: Los niveles administrativos cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la Ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos.

Se basa en la división del trabajo y delegación de funciones a los miembros de la empresa, lo cual se lo hará definiendo los niveles de la empresa y valiéndonos de los organigramas.

Nivel legislativo.

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

Nivel Ejecutivo.

Es unipersonal y está representado por el Gerente quien es el responsable por el cumplimiento de las actividades impuestas por el Nivel Legislativo a la unidad bajo su mando.

Nivel Asesor.

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, economía, finanzas, técnica, contable industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

Nivel Auxiliar.

Presta ayuda a los otros niveles administrativos en forma eficiente y oportuna, estos miembros son el apoyo logístico para el desarrollo de las actividades administrativas y operativas.

Nivel Operativo.

Describe al grupo de personas que laboran en la empresa y se encargan de la marcha operativa de la misma, este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

MANUALES ADMINISTRATIVOS

Concepto.- “Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización.”

Objetivos:

Instruir al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.

Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.

Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.

Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

INVERSIONES.

Se define la inversión como el proceso por el cual un sujeto decide vincular unos recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos a lo largo de un plazo de tiempo que denominamos vida útil de la inversión.

Activos Fijos.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico.

Activos Diferidos.

Son los gastos realizados por la empresa, y que unas vez pagadas no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años y está conformado por gastos de constitución y gastos de investigación.

Capital de Trabajo.

Es una inversión inicial con la que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir para trabajar. Ejemplos: el dinero disponible en caja o bancos, inventarios necesarios en materia prima, materiales, productos en proceso y productos terminados, el tamaño de la cartera o cuentas por cobrar y otros activos corrientes.

Amortización.

Se entiende por amortización, el reembolso gradual de una deuda. La obligación de devolver un préstamo recibido de un banco es un pasivo, cuyo importe se va reintegrando en varios pagos diferidos en el tiempo.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Identifican el origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias. Por lo mismo son los canales e instituciones bancarias y financieras, tanto internas como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas públicas. Dichos recursos son indispensables para llevar a cabo una actividad económica, generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Son estimaciones que se hallan estrechamente relacionadas con el presupuesto de venta y los niveles de inventario deseado. En realidad el presupuesto de producción es el presupuesto de venta proyectado y ajustados por el cambio en el inventario, primero hay que determinar si la empresa puede producir las cantidades proyectadas por el presupuesto de venta, con la finalidad de evitar un costo exagerado en la mano de obra ocupada.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, con un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de

evaluación económica son herramientas de uso general. Lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, hotelería, servicios, informática⁷.

La evaluación financiera contiene los siguientes indicadores que son:

El valor actual neto (van)

Es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

Período de recuperación del capital (prc)

El periodo de recuperación del capital (PRC), 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.

Relación beneficio costo (rbc)

“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 sacrifica en el proyecto”⁸.

⁷Varela, Rodrigo. Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión. Editorial Norma.

⁸<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Tasa interna de retorno (tir)

Se define la Tasa Interna de Retorno como la tasa de descuento que da al proyecto un valor actual neto de los flujos, en otras palabras es aquella que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial. En términos más financieros la TIR es la tasa de interés que los flujos del proyecto pagan por la inversión realizada.

Análisis de sensibilidad

El Análisis de Sensibilidad, facilita el estudio de los resultados de un proyecto, puesto que indica el grado de riesgo que se pueda presentar en su trayectoria, para luego ver las posibilidades de cambiar o modificar de acuerdo a las circunstancias cambiantes de cada una de las variables que intervienen en el mismo.

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Para desarrollar el presente proyecto de tesis fue necesario la aplicación de distintos métodos de investigación que permiten recabar información lógica, objetiva y precisa, donde se hizo uso de lo siguiente:

RECURSOS MATERIALES

Útiles de oficina:

Esferográficos

Cuaderno

Carpetas

Cds

Papel boom

Lápiz

Equipo de computación y oficina:

Una laptop

Una calculadora

MÉTODOS

Los métodos que se aplicaron para el desarrollo de la investigación son los siguientes:

Método inductivo.- Se lo aplicó en las encuestas realizadas a la población de la Ciudad de Loja, lo que facilitó la formulación de criterios sobre el comportamiento del mercado a través del tamaño de muestra estudiada.

Método analítico.- Fue utilizado para interpretar los resultados obtenidos en el estudio de mercado, los contenidos teóricos-prácticos en la formulación y evaluación del proyecto, lo cual permitió procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo y llegar a deducir las conclusiones y recomendaciones.

Consultas bibliográficas.- Sirvió para respaldar el marco teórico del proyecto, a través de la recolección de la información en folletos, tesis, documentales y páginas virtuales.

TÉCNICAS:

Observación Directa.- La observación que se llevó a cabo durante el desarrollo del trabajo fue a las unidades productoras de gallinas de campo, por lo que se observó la necesidad de crear una empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla en la ciudad de Loja.

Entrevistas.- Estas fueron aplicadas en los mercados de la ciudad de Loja, específicamente en cinco locales de venta de carne de gallina criolla que constituyen la competencia directa de la empresa.

Encuestas.- Se realizó un cuestionario de preguntas, las mismas que fueron aplicadas a la población de la ciudad de Loja, mediante esta información se procedió a determinar la demanda y oferta existente en el mercado de los productos.

Muestra: Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de la población del mercado de la Ciudad de Loja, se utilizó la información suministrada por el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), el margen de error a utilizarse es del 5% que se encuentra en los límites pertinentes y establecidos. Los datos obtenidos del INEC son resultados del Censo realizado en el año 2010, a estos datos se proyecta hasta el año 2012, que es la base de este estudio y se trabaja con una tasa de crecimiento del 2,27% para actualizar los datos.

La ciudad de Loja contó con una población de 180.617 habitantes según el censo del INEC para el año 2010, se proyectará para el año 2011 y 2012 con una tasa de incremento de la ciudad de Loja que es 2,27%, obteniendo una población de 190.316 habitantes para el año 2012, la cual para el estudio de investigación se segmentará para las familias cuyo promedio es de cuatro integrantes según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), la población en estudio será de 47.579 familias. La segmentación por familias se basa en que las libras de pollo criollo serán consumidas básicamente por cada familia de la ciudad de Loja.

Población de la ciudad de Loja: 180.617 (2010)

Porcentaje de crecimiento de la ciudad de Loja: 2.27%

Proyección de la población en ciudad de Loja:

Periodo	Años	Población Total
0	2012	188.910
1	2013	193.198
2	2014	197.584
3	2014	202.069
4	2015	206.656

Fuente: INEC-Censo 2010.
Diseño: El Autor.

Se realizara la muestra de acuerdo a la población de la ciudad de Loja proyectada para el año 2012 que es de 188.910 y se dividirá para 4 que es el promedio por familia en el Ecuador.

N= 188.910 / 4 = 47.228 Familias.

FÓRMULA PARA DETERMINAR EL NÚMERO DE ENCUESTAS

Valores:

n= Tamaño mínimo de la muestra

N= Población total

Z=Nivel de confianza (1.96)

E= Error experimental

P= Probabilidad de éxito

Q=Probabilidad de fracaso

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N-1)E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{47228(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(47228-1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{47228(3,84) (0,25)}{(47228-1)(0,0025)+ (3,84) (0,25)}$$

$$n = \frac{47228(0,9604)}{162,88+0,9604}$$

$$n = \frac{45338,88}{119,027}$$

n= 381 encuestas//

Aplicada la formula, 381 encuestas son necesarias para el estudio de mercado del proyecto de factibilidad para la producción de carne de gallina criolla y su comercialización en la ciudad de Loja.

f) RESULTADOS

TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Comprende la información necesaria y real que se obtuvo, mediante la aplicación de las encuestas a las familias de la ciudad de Loja, la misma que servirá como base para la toma de decisiones del proyecto.

1.- ¿En su alimentación, consume carne de pollo?

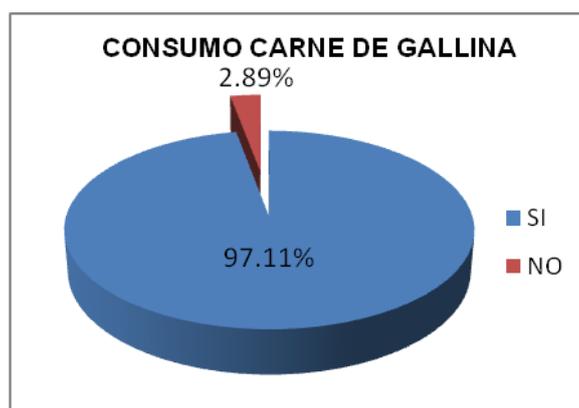
TABLA#1

alternativa	frecuencia	porcentaje
SI	370	97.11%
NO	11	2.89%
Total	381	100%

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

GRAFICO#1



Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACION

De acuerdo al presente estudio, se demuestra que el 97.11% de las familias consumen pollo y el 2.89% no compran esta carne por ser vegetarianos o debido a razones personales ajenas al estudio, esta información demuestra que existe una gran demanda potencial para el proyecto en estudio.

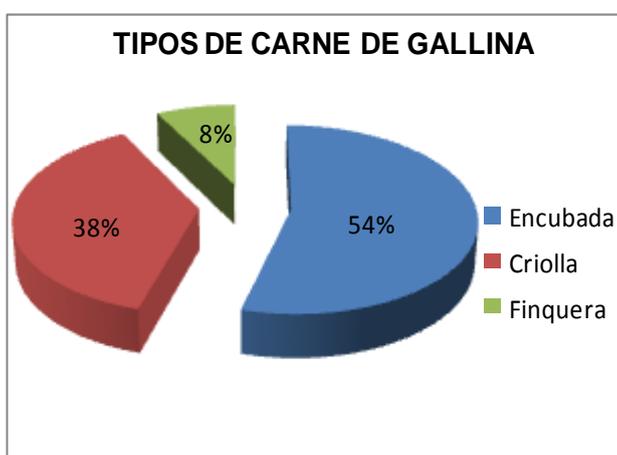
2.- ¿Qué tipos de carnes de pollo compra usted?

TABLA #2

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Encubada	201	54%
Criolla	140	38%
Finquera	29	8%
Total	370	100%

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

GRAFICO#2



Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las familias Lojanas, consumen tres tipos de carnes de pollo; encubada, criolla y finqueras; el 54% consume pollo encubado, el 38% consume carne de gallina criolla, y el 8% consume carne de gallina finquera. Se concluye que la carne más consumida en la ciudad de Loja es la de la gallina encubada, pero la información necesaria para este proyecto se la presenta que el 38% de familias consumen gallina criolla.

3.- ¿Cada qué tiempo y en qué cantidad consume carne de gallina criolla?

TABLA #3

Consumo	Cantidad (Lbs.)	F	F.X	Tiempo	Promedio Compra Anual
	1 lb.	45	45	52 semanas	2340 lbs.
Semanal	2 Lbs.	5	10	52 semanas	520 lbs.
	3 lbs.	0	0	52 semanas	0 lbs.
	4 lbs.	0	0	52 semanas	0 lbs.
Sub total		50 familias			2860 lbs.
	1 lbs.	46	46	26 quincenas	1196 lbs.
Quincenal	2 lbs.	11	22	26 quincenas	572 lbs.
	3 lbs.	5	15	26 quincenas	390 lbs.
	4 lbs.	0	0	26 quincenas	0 lbs.
Sub total		62 familias			2158 lbs.
	1 lbs.	13	13	12 meses	156 lbs.
Mensual	2 lbs.	12	24	12 meses	288 lbs.
	3 lbs.	3	9	12 meses	108 lbs.
	4 lbs.	0	0	12 meses	0 lbs.
Total		28 familias			552 lbs.
TOTAL		140 familias			5570 lbs.

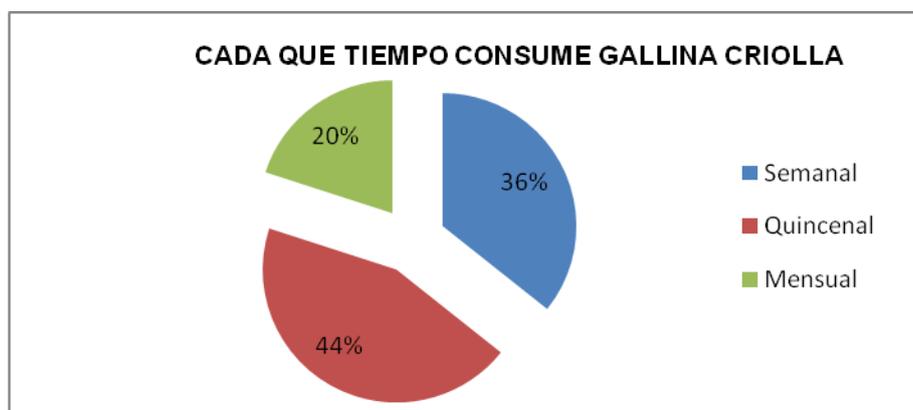
Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

Aplicación de la fórmula (media aritmética) para la determinación del consumo anual en libras de carne de gallina criolla.

$$\bar{X} = \frac{\sum f.x}{\sum f} \quad \bar{X} = \frac{5570}{140} = \mathbf{40 \text{ Libras Anuales}}$$

GRAFICO#3



Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las familias encuestadas en la ciudad de Loja consumen gallina criolla de la siguiente manera: el 36% de familias consumen semanalmente, el 44% la consumen quincenalmente y el 20% de familias consumen carne de gallina criolla de forma mensual en la ciudad de Loja.

4.- ¿Dónde compra la carne de gallina criolla?

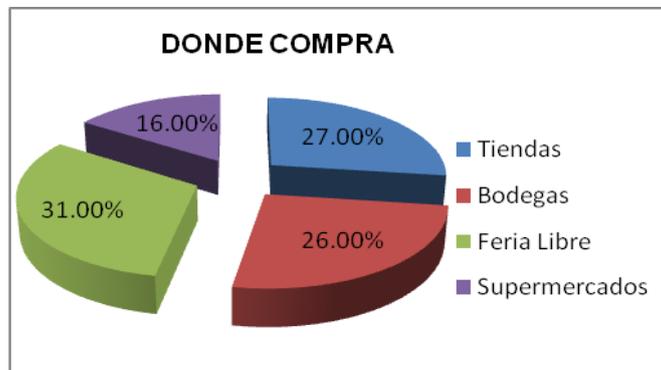
TABLA#4

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Tiendas	38	27%
Bodegas	36	26%
Feria Libre	44	31%
Supermercados	22	16%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

GRAFICO#4



Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los lugares donde las familias Lojanas adquieren la carne de gallina criolla son; el 27% lo hacen en tiendas, el 31% compran en las ferias libres (Sábados y Domingos), el 16% en supermercados, y en las bodegas el 26%; esto demuestra que el centro de abasto preferido de este producto son en las ferias libres.

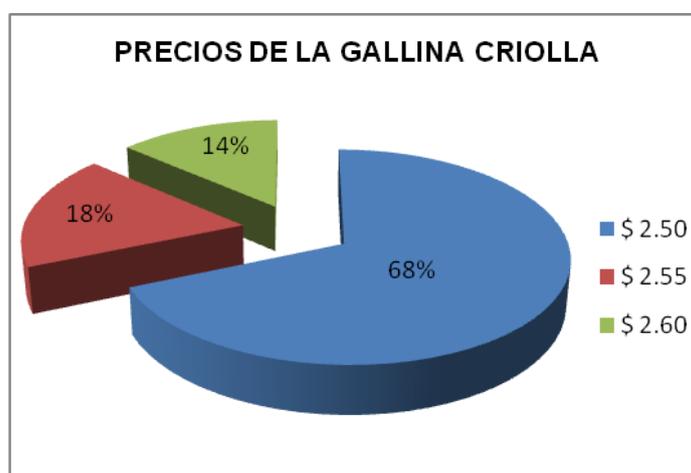
5.- ¿Cuál es el precio que paga por libra de carne de gallina criolla?

TABLA#5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 2.50	96	68%
\$ 2.55	25	18%
\$ 2.60	19	14%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

GRAFICO#5



Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del estudio realizado las familias Lojanas compran la libra de carne de gallina criolla en el 68% pagan \$ 2.50 dólares, el 18% pagan \$ 2.55 dólares y el 14% paga \$2.60 dólares esto demuestra que los precios de este producto varían de acuerdo al lugar donde se adquiera.

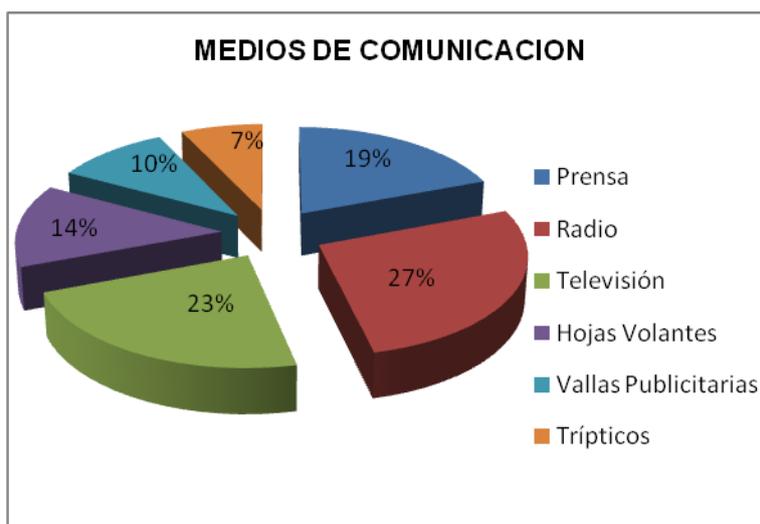
6.- ¿Por qué medios de publicidad prefiere que se dé a conocer la empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla en la ciudad de Loja?

TABLA#6

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Prensa	27	19%
Radio	38	27%
Televisión	32	23%
Hojas Volantes	19	14%
Vallas Publicitarias	14	10%
Trípticos	10	7.%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

GRAFICO#6



Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

ANALISIS E INTERPRETACION.

En el presente estudio las familias Lojanas prefieren la publicidad de la empresa en los siguientes medios publicitarios; prensa local con un 19%, radio local con un 27%, televisión local en un 23%, luego vienen alternativas secundarias como hojas volantes, vallas publicitarias, trípticos.

Se concluye que el medio ideal para llegar a los clientes es la radio local.

7.- ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla en la ciudad de Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto?

Antes de mostrar la siguiente tabla Nro. 7, se muestra la Tabla Nro. 2, en la cual se muestran las familias que consumen gallina criolla las cuales se convierten en la población a estudiar y se descartan las demás variables.

TABLA #2

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Encubada	201	54%
Criolla	140	38%
Finquera	29	8%
Total	370	100%

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

TABLA #7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	140	100%
NO	0	0.00%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

GRAFICO#7



Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el estudio realizado a las familias Lojanas, muestra una aceptación del 100% hacia el proyecto, lo cual hace muy atractivo y éstas 140 familias se convierten en la demanda efectiva de este producto.

8.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la libra de carne de gallina criolla?

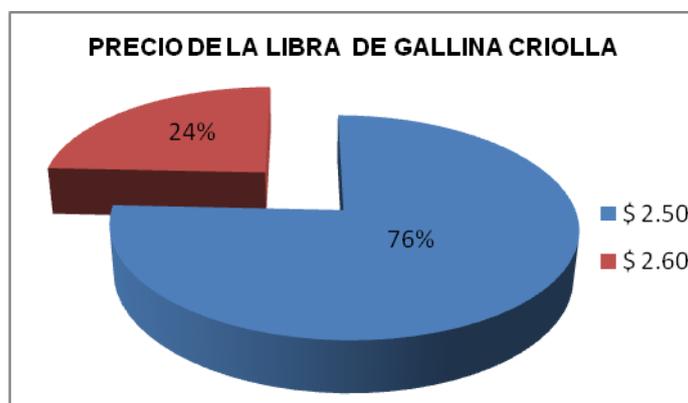
TABLA#8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 2.50	106	76.00%
\$ 2.60	34	24.00%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

GRAFICO#8



Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el presente estudio se muestra esta información, ya que es relevante para establecer los ingresos para la empresa, el 76% está dispuesto a pagar \$2,50 y el 24% está dispuesto a pagar 2,60, esta información sobre los precios está sujeta a los costos en que incurrirá la empresa para conocer el precio venta al público.

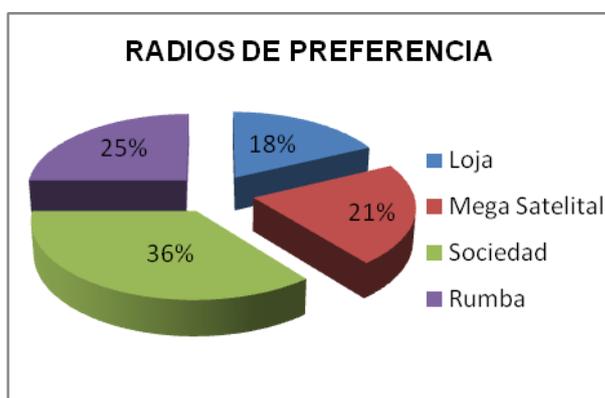
9. ¿Cuál es la radio local de su preferencia?

TABLA#9

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Loja	25	18%
Mega Satelital	30	21%
Sociedad	50	36%
Rumba	35	25%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor

GRÁFICO #9



Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor

ANALISIS E INTERPRETACIÓN

En el estudio realizado, el 36% de las familias escuchan Radio Sociedad, el 21%, escuchan Radio Satelital, el 25%, escuchan Radio Rumba y el 18% escuchan Radio Loja, esta información es importante para estructurar nuestro plan de publicidad para la empresa, según la mayor preferencia de los clientes.

10.- ¿A qué hora sintonizaría usted la radio?

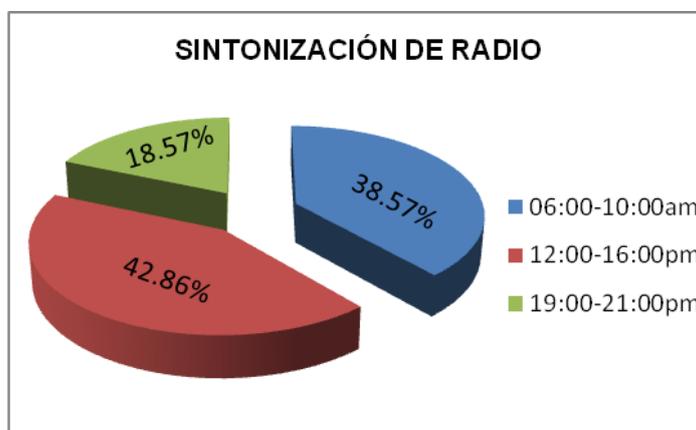
TABLA#10

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
06:00-10:00am	54	38.57%
12:00-16:00pm	60	42.86%
19:00-21:00pm	26	18.57%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

GRAFICO#10



Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

En el presente estudio, se muestra la hora que se deberá realizar la publicidad en la radio Sociedad, las cuales se muestran los siguientes horarios; 42.86% comprende entre las 12:00; 16:00pm, un 38.57% que prefieren escuchar en el horario de 06:00-10:00am, y en el horario de 19:00-21:00pm que corresponde al 18.57%. Por lo que se concluye el horario ideal es desde las 12:00 a 16:00p.m.

11.- ¿En qué tipo de envase preferiría que le entreguen el producto?

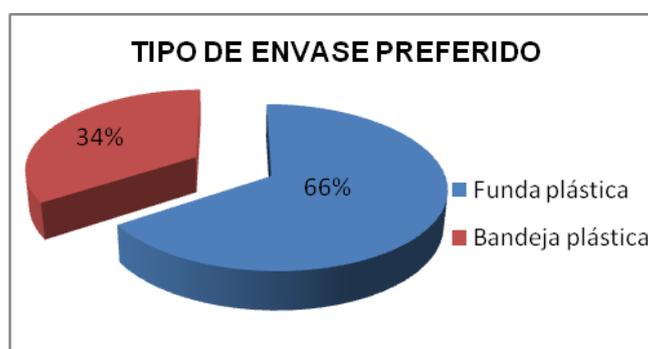
TABLA #11

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
Funda plástica	92	66%
Bandeja plástica	48	34%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

GRAFICO#11



Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el presente estudio, se muestran la preferencia en los tipos de envase en los que vendrá el producto; el 66% prefieren fundas de plástico por su flexibilidad de movimiento y el 34% prefieren en Bandejas plásticas.

12.- Señale los motivos de compra de la carne de gallina criolla que le gustaría encontrar en esta empresa.

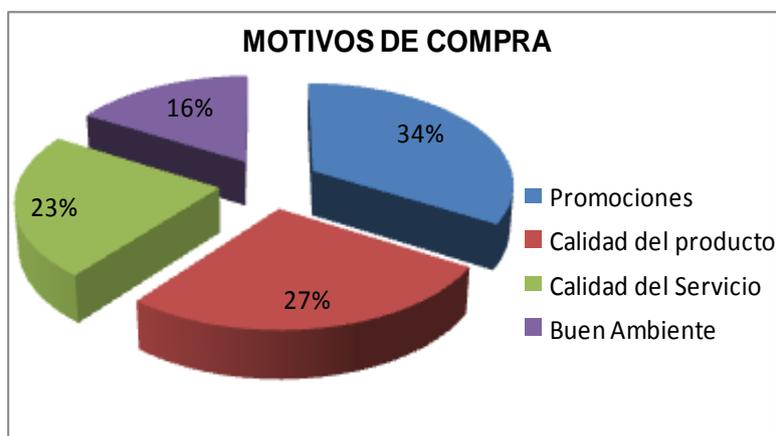
TABLA #12

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Promociones	47	34%
Calidad del producto	38	27%
Calidad del Servicio	32	23%
Buen Ambiente	23	16%
Total	140	100%

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

GRAFICO#12



Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

ANÁLISIS E INTERPRETACION

En el presente estudio respecto a los motivos de compra del producto se tiene: Promociones 34%, calidad del producto 27%, calidad del servicio 23% y buen ambiente con un 16%. Estos son factores a tener en cuenta en la organización interna de la empresa. También se aplicara como medio de promoción para la venta del producto en la cual estará orientada a las promociones y descuentos en la compra del producto como medio para una mayor venta del mismo.

ENTREVISTA A LA COMPETENCIA

A continuación se presenta la información obtenida en la ciudad de Loja, donde se vende carne de gallina criolla: Tienda “Reina del Cisne”, Bodega “Punto de Encuentro”, Locales en los mercados: La Tebaida, San Sebastián, Centro Comercial y Mayorista, Autoservicio “Romar”, Ferias Libres de la ciudad de Loja (sábados y Domingos).

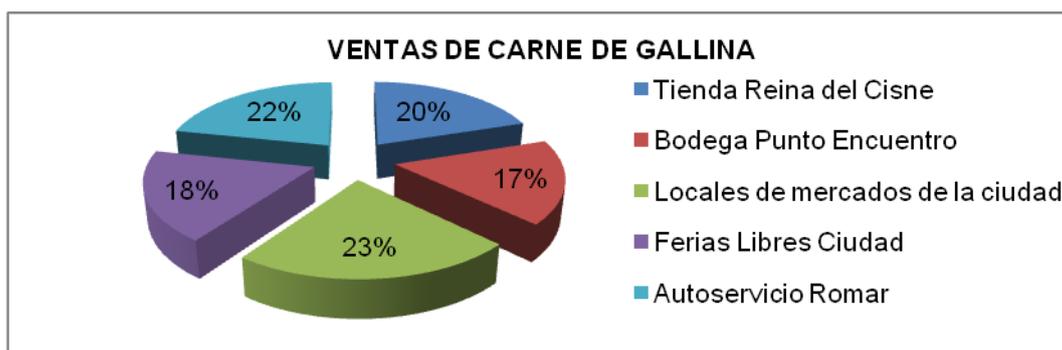
1.- ¿Qué cantidad y a qué precio su local expende la carne de gallina criolla?

TABLA #13

Alternativa	Vta. Promedio Mensual Libras	Porcentajes	Precio Libras Promedio
Tienda Reina del Cisne	528	6	2,60
Bodega Punto Encuentro	451	5	2,55
Locales mercados de la ciudad	1500	67	2,60
Ferias Libres de la Ciudad	800	15	2,65
Autoservicio Romar	573	7	2,50
Total Promedio	3.852	100	2,58

Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

GRAFICO#13



Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

INTERPRETACION

Aquí se muestran las ventas de la carne de gallina criolla de la competencia para la nueva unidad productiva propuesta, la cual tiene un total de venta

promedio mensual de 3.852 libras por mes y el precio que venden es un promedio de \$2,58 ctvs. De dólar.

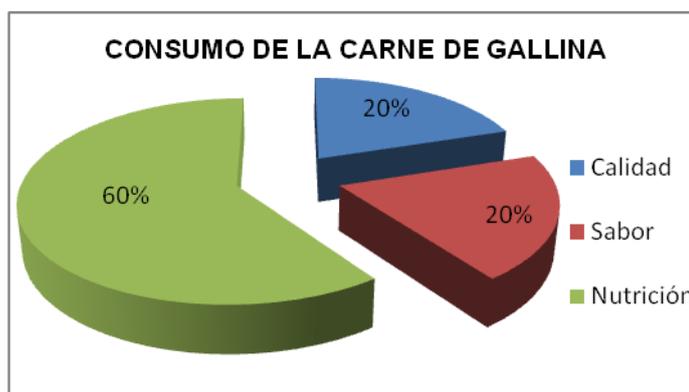
2.- ¿Por qué cree que las familias Lojanas, consumen la carne de gallina criolla?

TABLA #14

Alternativa	Cantidad	Porcentajes
Calidad	1	20%
Sabor	1	20%
Nutrición	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

GRAFICO#14



Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

INTERPRETACION

Los criterios de selección para la compra de carne de gallina criolla es; la nutrición con un 60%, la calidad y el sabor criollo forman un 20% cada uno, con esto se basa que la demanda de este producto por su valor nutritivo no tanto por su valor económico ya que este pasa a u factor secundario para las familias Lojanas.

3.- ¿Qué medio de publicidad utiliza su local para promocionar su producto?

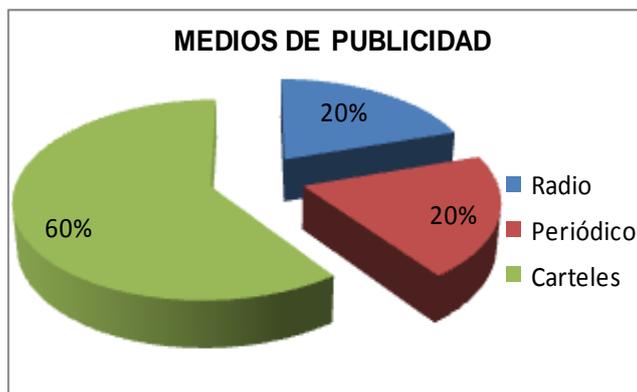
TABLA #15

Alternativa	Cantidad	Porcentajes
Radio	1	20%
Periódico	1	20%
Carteles	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Entrevistas.

Diseño: El Autor.

GRAFICO #15



Fuente: Entrevistas.

Diseño: El Autor.

INTERPRETACION

La competencia de la empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla realiza su publicidad de la siguiente manera; 60% en carteles, el 20% en Radio y el otro 20% en Periódico.

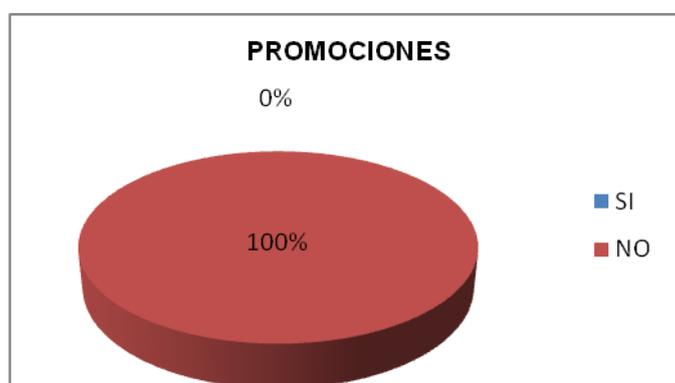
4.- ¿Realizan promociones en su local?

TABLA #16

Alternativa	Frecuencia	Porcentajes
SI	0	0.00%
NO	5	100.00%
Total	5	100.00%

Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

GRAFICO#16



Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

INTERPRETACION

Se confirma la desventajas de estos locales comerciales en no tener una publicidad para su producto lo cual esta debilidad será aprovechada por la empresa a implementar.

5.- ¿Cuál de los siguientes aspectos es importante para su local?

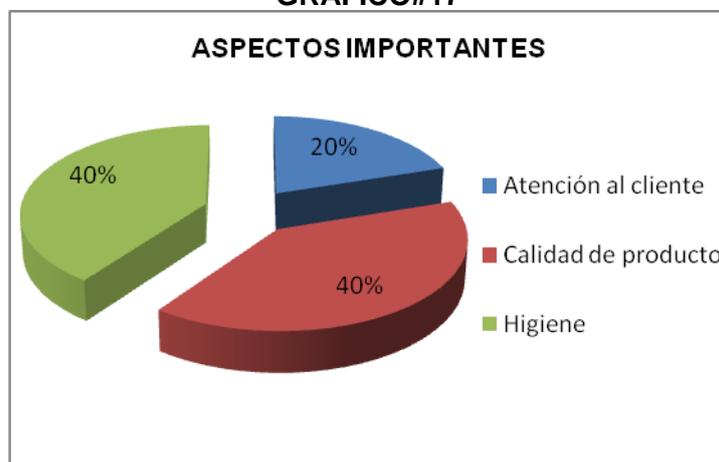
TABLA #17

Alternativa	Cantidad	Porcentajes
Atención al cliente	1	20%
Calidad de producto	2	40%
Higiene	2	40%
Total	5	100%

Fuente: Entrevistas.

Diseño: El Autor.

GRAFICO#17



Fuente: Entrevistas.

Diseño: El Autor.

INTERPRETACION

De acuerdo al estudio realizado, sobre los aspectos de relevancia dentro de su local para la venta del producto de los locales de la competencia, se tiene los siguientes puntos; calidad del producto en un 40%, higiene en un 40% y el 20% en atención al cliente. Para efectos de la planificación de la nueva empresa de carne de gallina criolla es necesario considerar todos los aspectos que contribuyan diferenciar el negocio de los demás, los factores que da relevancia la competencia son importantes y hay que fortalecerlos en bien de los clientes y la empresa a implementar.

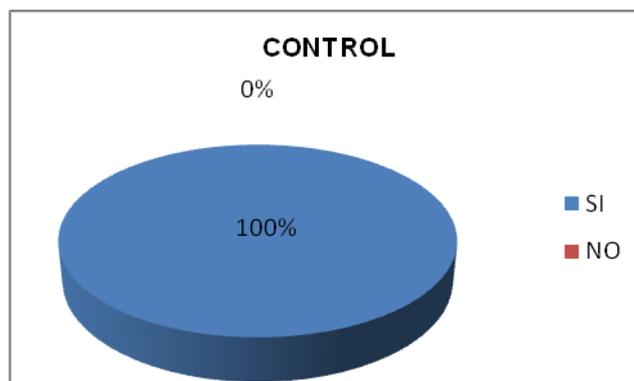
6.- ¿Lleva algún tipo de control de su local, como Contabilidad, Inventarios y Servicio al cliente?

TABLA #18

Alternativa	Cantidad	Porcentajes
SI	5	100%
NO	0	0.00%
Total	5	100%

Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

GRAFICO #18



Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

INTERPRETACION

En el estudio realizado a la competencia se tiene una deficiente sistema de control respecto a sus locales comerciales en donde no se lleva ningún tipo de seguimiento lo cual será tomado como ventaja competitiva para la empresa a implementar.

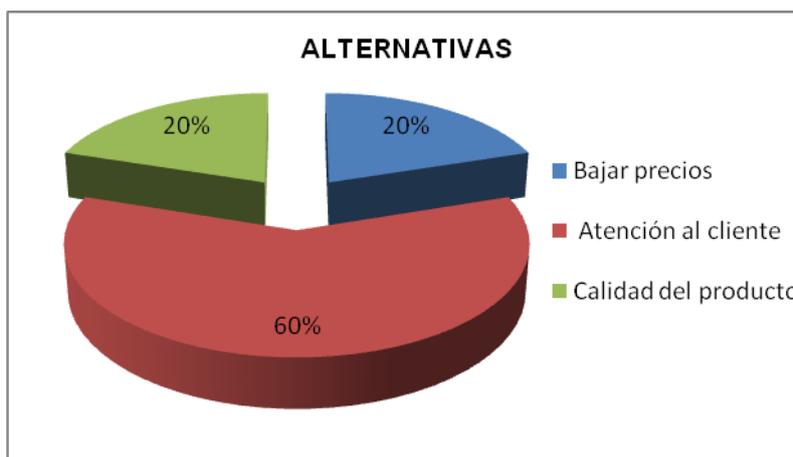
7.- ¿Qué alternativas tomaría frente a la creación de una empresa para la producción de carne de gallina criolla y su comercialización?

TABLA #19

Creación Empresa Nueva		
Alternativa	Cantidad	Porcentajes
Bajar precios	1	20%
Mejorar atención al cliente	3	60%
Mejor calidad del producto	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

GRAFICO #19



Fuente: Entrevistas.
Diseño: El Autor.

INTERPRETACION

En el presente estudio, para la competencia reaccionara frente a la creación de una nueva empresa de diferentes maneras; el 60% mejorara la atención al cliente, el 20% bajara los precios y el otro 20% mejorara la calidad del producto. Frente a estos criterios la nueva empresa deberá tomar decisiones frente a estos planteamientos de la competencia.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDAS

El proyecto está enfocado a la producción y comercialización de la carne de gallina criolla; es por ello que se realizará el cálculo de la demanda potencial, real y efectiva del producto en base al estudio de Mercado, además se debe tener claro el consumo promedio y la demanda insatisfecha del producto.

Se tomara en consideración una disminución en la demanda efectiva del 25,16% que es el nivel de pobreza en el Ecuador según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

DEMANDANTES POTENCIALES POR FAMILIAS

Para determinar los demandantes potenciales del consumo de la carne de gallina criolla en la ciudad de Loja fue necesario realizar el siguiente procedimiento:

1. Proyección de la población de la Ciudad de Loja:

Población (2012) de la ciudad Loja: $188.910 / 4 = 47.228$ Familias

Porcentaje de crecimiento de la ciudad de Loja: 2.27%

TABLA #20

Proyección			
Período	años	población total	Población familias
0	2012	188.910	47.228
1	2013	193.198	48.300
2	2014	197.584	49.396
3	2015	202.069	50.517
4	2016	206.656	51.664

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor

Para determinar los demandantes potenciales del consumo de la carne de gallina, fue necesario tomar el resultado del porcentaje extraído de las encuestas aplicadas a la población de Loja Tabla N° 1 para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$D p = \text{Población} \times \text{Porcentaje}$$

$$Dp = 47.228 \times 97.11\% = 45.863 \text{ año } 2012$$

Mediante este procedimiento se elaboró las tablas que a continuación se pone a consideración los demandantes potenciales proyectados hasta el año 2017.

TABLA #21

Demandantes Potenciales de la Carne de Gallina Criolla				
Período	Años	Población familias	Porcentaje	Demandantes potenciales
0	2012	47.228	97.11%	45.863
1	2013	48.300	97.11%	46.904
2	2014	49.396	97.11%	47.968
3	2015	50.517	97.11%	49.057
4	2016	51.664	97.11%	50.171

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

DEMANDANTES REALES POR FAMILIAS

Para determinar los demandantes reales del consumo de la carne de gallina criolla, fue necesario tomar como base los datos de los demandantes potenciales de la tabla N° 25 así como también el resultado del porcentaje de la gallina criolla extraído de las encuestas aplicadas a la población de Loja tabla N°2 para aplicar la siguiente fórmula:

$$Dr = Dp \times \text{Porcentaje}$$

$$Dr = 45.863 \times 38.00\% = 17.428 \text{ año 2012}$$

Con este procedimiento se pudo elaborar las tablas de los demandantes reales:

TABLA #22

Demanda Real de la Carne de Gallina Criolla				
Período	Años	Demanda Potencial	Porcentaje	Demandantes Reales
0	2012	45.863	38.00%	17.428
1	2013	46.904	38.00%	17.823
2	2014	47.968	38.00%	18.228
3	2015	49.057	38.00%	18.642
4	2016	50.171	38.00%	19.065

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

DEMANDANTES EFECTIVOS POR FAMILIAS.

Para determinar los demandantes efectivos del consumo de carne de gallina criolla, fue necesario tomar los datos de la tabla N° 22 de los demandantes reales así como también del porcentaje extraído de las encuestas aplicadas en la ciudad de Loja tabla N° 7, para aplicar la siguiente fórmula:

$$De = Dr \times \text{Porcentaje-Índice Pobreza}$$

$$De = 17.428 \times 38\% - 25,16\% = 4.956$$

Con este procedimiento se pudo elaborar las tablas de los demandantes efectivos

TABLA #23

Demandantes Efectivos de la Carne de Gallina						
Periodo	Años	Demandantes	%	Demandantes	Índice	Demandantes
		Reales		Efectivos	Pobreza 25,16%	Efectivos Reales
0	2012	17.428	38.00%	6.622	1.666	4.956
1	2013	17.823	38.00%	6.773	1.704	5.069
2	2014	18.228	38.00%	6.927	1.743	5.184
3	2015	18.642	38.00%	7.084	1.782	5.302
4	2016	19.065	38.00%	7.245	1.823	5.422

Fuente: Población de Loja.

Diseño: El Autor.

CONSUMO PROMEDIO

Para determinar el consumo promedio de la carne de gallina criolla se realizó el siguiente procedimiento:

1.- Se tomó datos de las tablas N° 3 de las encuestas aplicadas en la ciudad de Loja, posteriormente se realizó una multiplicación entre la frecuencia y las alternativas, lo que permitió obtener los resultados de la columna Fx y estos resultados se los multiplicó por el tiempo anual, para obtener la sumatoria total que se presenta a continuación.

TABLA #24

Consumo	Alternativas (X)	F	F.X	Tiempo	Total
	1 lb.	45	45	52 semanas	2340lbs.
Semanal	2Lbs.	5	10	52 semanas	520lbs.
	3lbs.	0	0	52 semanas	0lbs.
	4lbs.	0	0	52 semanas	0lbs.
Sub total		50 familias			2860lbs.
	1lbs.	46	46	26 quincenas	1196lbs.
Quincenal	2lbs.	11	22	26 quincenas	572lbs.
	3lbs.	5	15	26 quincenas	390lbs.
	4lbs.	0	0	26 quincenas	0lbs.
Sub total		62 familias			2158lbs.
	1lbs.	13	13	12 meses	156lbs.
Mensual	2lbs.	12	24	12 meses	288lbs.
	3lbs.	3	9	12 meses	108lbs.
	4lbs.	0	0	12 meses	0lbs.
Total		28 familias			552lbs.
TOTAL		140 familias			5570lbs.

Fuente: Población de Loja.
Diseño: El Autor.

2.- Aplicación de la fórmula (media aritmética) para la determinación del consumo anual en libras de carne de gallina criolla.

$$\bar{X} = \frac{\sum f.x}{\sum f} \quad \bar{X} = \frac{5570}{140} = \mathbf{40 \text{ Libras Anuales}}$$

DEMANDA EFECTIVA DE LA CARNE DE GALLINA EN LIBRAS

Se procedió a realizar una multiplicación entre la demanda efectiva extraída de la tabla N°23 por el consumo anual por cada año proyectado, lo que permitió conocer la demanda efectiva en libras que a continuación se detallan en la siguiente tabla.

TABLA #25

Periodos	Años	Demandantes Efectivos	Consumo Promedio	Demanda E. Libras
0	2012	4.956	40	197.183
1	2013	5.069	40	201.659
2	2014	5.184	40	206.245
3	2015	5.302	40	210.927
4	2016	5.422	40	215.715

Diseño: El Autor.
Fuente: Población de Loja.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el análisis del mercado lo que interesa saber es cuál es la disponibilidad existente del producto para poder determinar si lo que se propone lanzar al mercado cumple con las exigencias del público demandante.

Entonces la oferta está constituida por cinco locales que se encuentran activos: Tienda Reina del Cisne, Bodega Punto de Encuentro, Locales Mercado de la Ciudad, Ferias Libres de la Ciudad, Autoservicio Romar, que venden independientemente el producto a ofrecer, pero a pedido; por lo cual al querer dar un servicio de óptima calidad y de productos diferenciados se tiene la certeza de que el negocio a implementarse tendrá una aceptación global en este mercado.

Estos cinco negocios, se encuentran ofreciendo productos similares al que se pretende implementar con el presente proyecto de inversión; sin embargo, hay que considerar que la alternativa de negocio, se fundamenta en la producción

de carne de gallina criolla y su comercialización, de tal manera que los clientes tengan una alternativa de consumo en la ciudad de Loja.

TABLA # 26

Oferta de la Carne de Gallina Criolla		
Locales que Venden	Oferta Mensual Promedio por Local	Oferta Anual por Local
Libras de Carne de Gallina Criolla		
Tienda Reina del Cisne	528	6.336
Bodega Punto Encuentro	451	5.412
Locales mercados de la ciudad	1500	18.000
Ferias Libres de la Ciudad	800	9.600
Autoservicio Romar	573	6.876
Total	3.852	46.224

Fuente: Tabla#17.
Diseño: El Autor.

La oferta en la ciudad de Loja e carne de gallina criolla es de 3.852 libras al mes y el año existe una oferta de 46.224 libras de producto.

TABLA #27

Proyección de la Oferta			
Periodo	Libras de Carne	Tasa de Crecimiento	Proyección Libras de Carne
0	46.224	2.27	46.224
1			47.273
2			48.346
3			49.444
4			50.566

Fuente: Tabla#30.
Diseño: El Autor.

La proyección anual de la oferta en libras de carne de gallina criolla es la siguiente; 2012, 46.224 libras y el año 2016 se tendrá una oferta anual de 50.566 libras de carne de gallina criolla.

DEMANDA INSATISFECHA

Una vez terminado el estudio de la demanda y la oferta, hay que determinar la cantidad que se requiere cubrir en el mercado, conocida como demanda insatisfecha.

Para obtener la demanda insatisfecha en todos los años de vida útil del proyecto se toma en cuenta la siguiente fórmula:

$$DI = DemandaEfectiva - Oferta$$

TABLA #28

Años	Demanda Libras	Oferta Libras	D.I. Libras de Carne
0	270.818	46.224	224.594
1	276.965	47.273	229.692
2	283.263	48.346	234.917
3	289.693	49.444	240.249
4	296.269	50.566	245.703

Fuente: Tabla#29,31.

Diseño: El Autor.

La demanda insatisfecha de carne de gallina criolla en la ciudad de Loja es la siguiente; año 2012, 224.594 libras y el año 2016 se tendrá una demanda insatisfecha de 245.703 libras.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO.

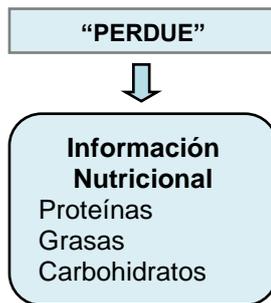
Se pretende ofrecer un producto de alta calidad, producido higiénicamente, es decir un producto 100% natural; su envase será funda plástica por libra de carne de gallina.

En la práctica este producto será:

➤ **CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

GALLINA CRIOLLA

- Peso 1 libra.
- Envase funda plástica
- Fácil de abrir



➤ **MARCA**



➤ **SLOGAN.**

“EL SABOR Y LA CALIDAD DE LO NATURAL, SOLO PARA TI”

➤ ETIQUETA.

LA GALLINA CRIOLLA “PERDUE”



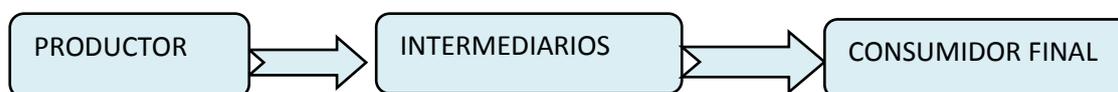
PRECIO

La fijación de precio del producto será establecida tomando en cuenta los precios de la competencia y los recursos que serán necesarios para la producción de este producto.

PLAZA

El mercado de esta empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla será principalmente en la ciudad de Loja.

El canal de comercialización más idóneo para este producto será el siguiente:



Se ha considerado este tipo de canal de comercialización por lo que el producto será distribuido a las tiendas, bodegas y supermercados de la ciudad de Loja.

PUBLICIDAD

La publicidad se la realizará en la Radio Sociedad 99.3, una vez al día, es decir treinta veces al mes, con una duración de cuatro minutos; dando un total de \$75.00 mensual, y \$900.00 anual.

ESTUDIO TÉCNICO

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada de la Empresa se basará en la capacidad de su maquinaria con la eficiencia de su personal en el proceso productivo de la carne de gallina criolla en base a esto se tiene como maquinaria base el Banco de sangrado que es la que marcará el rumbo de la producción que tiene una capacidad de degollar 20 gallinas en una sola ejecución, desde aquí interviene la capacidad de los obreros para continuar el proceso productivo; con dos obreros las 20 gallinas degolladas estarán listas para ser almacenadas en 45 minutos, este parámetro multiplicado por las 24 horas del día y por los 365 días al año y especificando que por cada gallina se obtendrá 3,5 libras de producto acabado se tiene la siguiente capacidad instalada.

TABLA # 29

45 Minutos	1.440 Minutos	Cant. Lbs. por Gallina	Total Lbs. Dia	Total Anual
20 gallinas	640 gallinas	3,5	2240	817.600

CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada estará basada sobre los parámetros mencionadas en la capacidad instalada; El banco de sangrado degollará 15 gallinas en cada ejecución y el proceso productivo se lo terminará en 45 minutos con 2 obreros hasta que el producto quede almacenado en el congelador, trabajando 8 horas al día, 40 horas a la semana y 264 días al año en base a esto, se muestra la siguiente tabla:

TABLA #30

45 Minutos	480 Minutos	Lbs. por Gallina	Libras Día	Total Año (264 días)
15 gallinas	160 gallinas	3,5Libras	560 Libras	147840 Libras

TABLA #31

Año	Demanda	Capacidad	%	Capacidad	%	Participación
	Insatisfecha	Instalada		Utilizada		en el Mercado
1	224.594	817.600	100	147.840	18%	66
2	229.692	817.600	100	188.720	23%	82
3	234.917	817.600	100	196.896	24%	84
4	240.249	817.600	100	205.072	25%	85
5	245.703	817.600	100	213.248	26%	87

Fuente: Datos de las tabla N° 32,
Elaboración El autor.

CAPACIDAD FINANCIERA.- Entre las entidades financieras existentes en la localidad; la mayoría de ellas proporcionan créditos a empresas ya constituidas como son:

- Banco de Machala
- Banco de Pichincha

- Banco de Guayaquil
- Banco de Loja
- Corporación Financiera Nacional (C.F.N).

Por lo tanto la entidad financiera que otorga microcréditos empresariales es Banco de Fomento; con un monto desde \$2000 hasta \$50000, pasado este monto se debe presentar un proyecto de inversión, a un plazo de hasta 7 años, con una tasa de interés del 10%.

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

El personal que se requiere para implementar y realizar las actividades de la empresa debe ser calificado; tanto para lo administrativo (Gerente- supervisor, Secretaria - contadora), para una buena organización y para la producción (obreros y chofer), para poder evitar algún defecto en el producto.

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Macro localización

La empresa de producción y comercialización de la carne de gallina criolla estará ubicada en la vía de integración barrial Ángel Felicísimo Rojas y avenida Eugenio Espejo (parque industrial).

GRAFICO#20



Fuente: Municipalidad de Loja
Elaboración: El autor

Micro localización

➤ **Distancia de las fuentes de materia prima**

Materia Prima. La producción de gallos, gallinas y pollos criollos en la Cantón Loja es de 857.169 aves cada 6 meses según datos del INEC-MAG-SICA

Censo 2010; distribuido en las siguientes parroquias rurales: Chuquiribamba, Chantado, el Cisne, Gualiel, Jimbilla, Malacatos, Quinara, Santiago, San Pedro de Vilcabamba, San Lucas, Vilcabamba, Yangana, etc. se encuentran cerca de la Ciudad de Loja lugar donde estará ubicada la empresa.

Transporte: Si existen los medios de transporte necesarios para que la empresa pueda tener un acceso al mercado, tanto para el ofrecimiento y ventas del producto; como para la adquisición de la materia prima y para los empleados y/o clientes puedan trasladarse.

Recursos: Toda empresa requiere de recursos: humano, material, económico y técnico, puesto que constituyen el punto clave para el normal desarrollo.

➤ **Disponibilidad de mano de obra**

Mano de Obra

TABLA # 32

Nombre Puesto	Nro. Obreros	Horas /día	Nro. Semanas	Dias/semana	Total Año
Obreros	2	8	52 horas	5	4.160 horas

Fuente: Código de trabajo
Elaboración: El autor.

Cercanía, mercados de consumo: La empresa estará en la ciudad de Loja.

Costo y disponibilidad del local: En la ciudad de Loja el costo del terreno varía entre 8000 y 10000 dólares dependiendo de su tamaño, la planta procesadora que se construirá estará ubicada en la vía de integración barrial Ángel Felicísimo Rojas y avenida Eugenio Espejo (parque industrial); constará de 3 cuartos distribuidos, para bodega (almacenamiento de materia prima y producto terminado), para la producción y un cuarto que será dividido para

Gerencia y Secretaría. La empresa distribuirá el producto a las tiendas minoristas y estas realizarán la venta a los clientes.

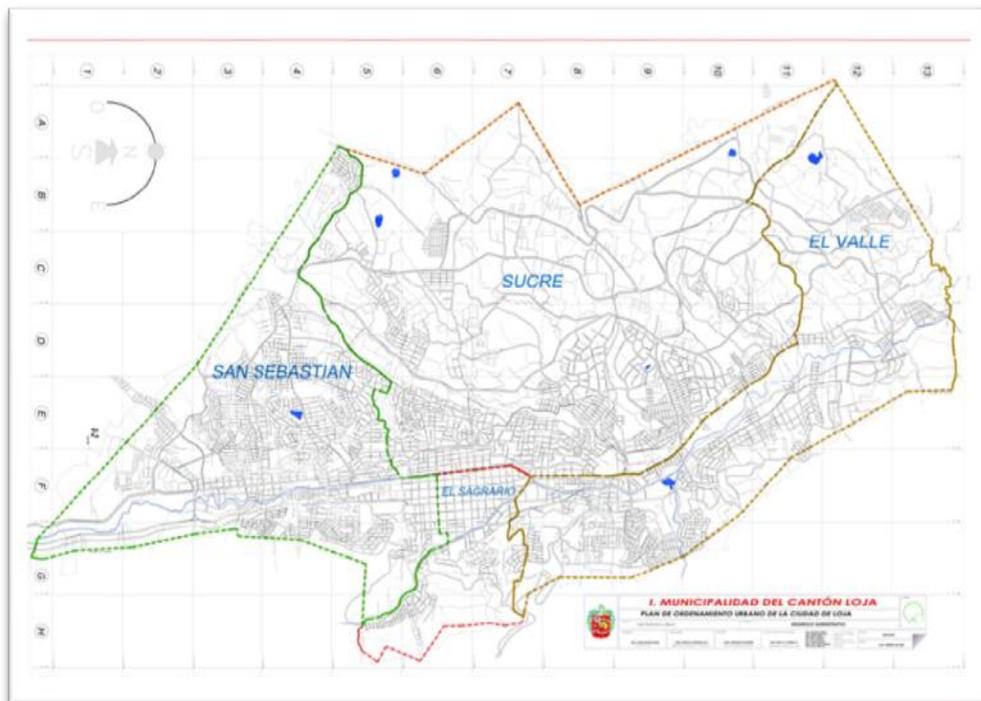
➤ **Disponibilidad de servicios básicos**

Servicios Básicos: Para el desarrollo y funcionamiento de una empresa es necesario la disponibilidad de los servicios básicos como: luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono, el lugar indicado cuenta con los servicios básicos necesarios para desarrollarse eficientemente.

Factores Legales: Para poder implementar el negocio es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Permiso de funcionamiento sanitario
- Ruc

GRAFICO#21



INGENIERÍA DEL PROYECTO

COMPONENTE TECNOLÓGICO

La tecnología que se utilizará para la elaboración del producto se detalla a continuación:

MAQUINARIA PARA LA PRODUCCION DE CARNE DE GALLINA CRIOLLA

- **Noria de colgado.-** es una máquina de matanza donde las aves son enganchadas de las patas en una noria de colgado y debe tomarse los recaudos necesarios en el manipuleo a los efectos de no generar traumatismos

GRAFICO#22



- **Banco Desangrado.-** Se colocan las aves boca abajo en el banco Desangrado. Se corta la vena yugular con un cuchillo, cortado el cuello atrás de las mandíbulas.

GRAFICO#23



- **Maquina de escaldado de aves.-** Estatiene un voltaje de 380 v, 50 hertzios, electricidad trifásica, power 20 kilovatios (calefacción eléctrica), dimensión de 3.8m (L) x2.3m (w) x0.8m (H).

GRAFICO#24



- **Máquina que despluma aves.-** Esta tiene un voltaje de 380v, 50 hertzios, electricidad trifásica, power de 13.2 kilovatios, dimensión de 3.8m (L) x2.35m (w) x2.6m (H), hecho del acero inoxidable.

GRAFICO#25



- **Tanque de enfriado.-** Se encuentra dentro de las maquinas /pre-cooling de matanza de aves de corral. tiene como finalidad la pre-refrigeración del ave.

GRAFICO#26



- **Frigorífico.-** Después son colocados en congeladores para mantenerse fresco.

GRAFICO#27



- **Etiquetadora:** Maquina en el cual se coloca la etiqueta en la Funda plástica, rango de peso desde 30, densidad de bobina 100mm a 350 mm, electricidad (220v trifásico 60 hz)

GRAFICO#28



- **Balanza.-** Tiene unacapacidad de 5000 gramos x 1 gramo,Conversiónen onzas y gramos además funciona a pilas 2aa.Precio: \$85.00

GRAFICO#29



MATERIALES PARA LA PRODUCCION DE CARNE DE GALLINA CRIOLLA

- **Fundas plásticas.-** Serán utilizadas para poner la carne de gallina criolla en cantidad de una libra por funda respectivamente.

GRAFICO #30



- **Guantes.-** Servirán para evitar cualquier tipo de bacterias en la manipulación del producto.

GRAFICO #31



- **Mascarilla.-** De igual forma ayudará para una mejor higiene en el manejo del producto.

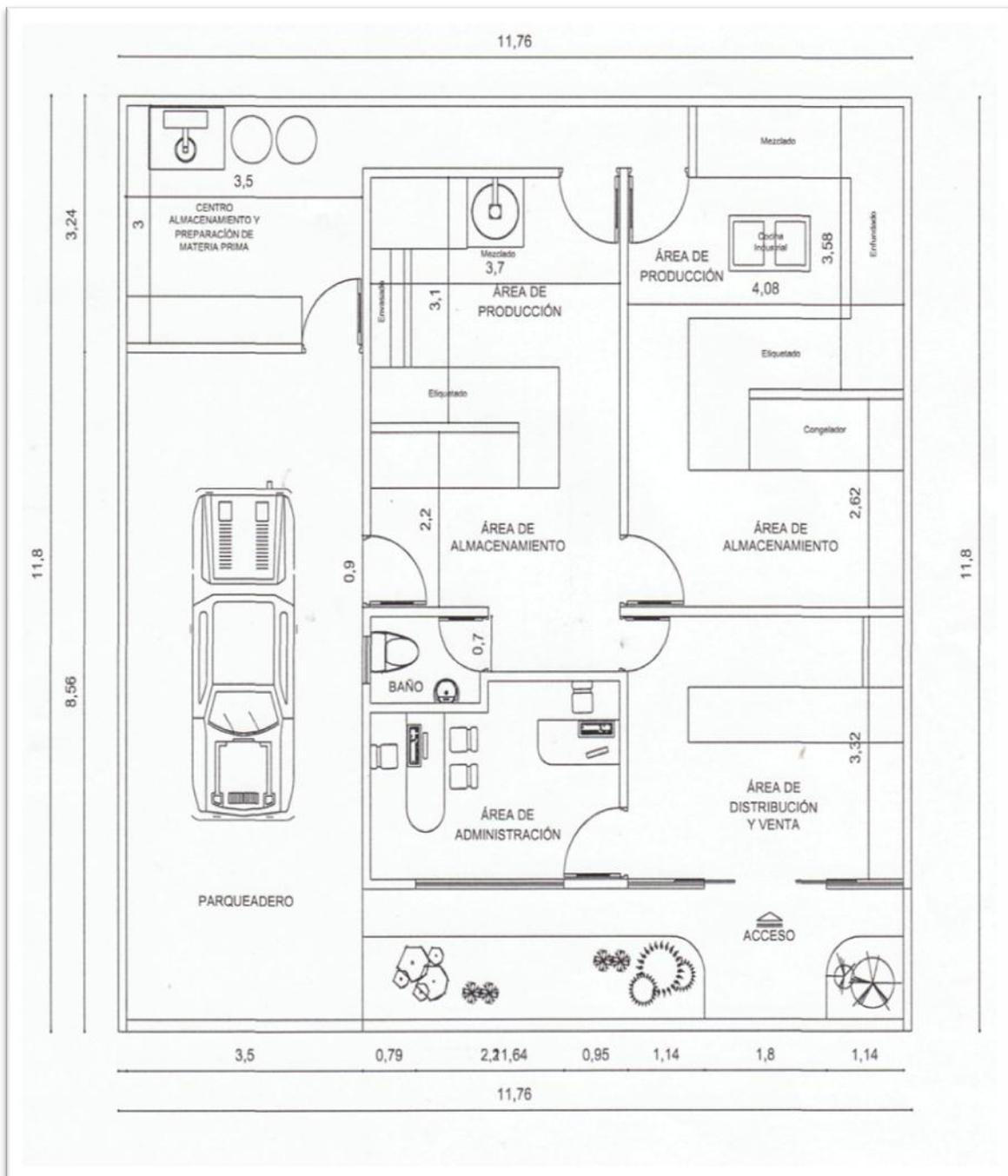
GRAFICO #32



INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La infraestructura tendrá una dimensión de 11.6m x 11.76m, un cuarto para la materia prima y producto terminado, otro para la Gerencia y Secretaria y uno para la producción.

g.2.7.1) DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



PRESENTACIÓN DE LA CARNE DE GALLINA

GRAFICO#33



El envase que se utilizará para la carne de gallina criolla será en funda plástica de 1 libra y contendrá la siguiente información: peso, slogan, nombre de la empresa, información nutricional.

PROCESO DE OBTENCIÓN DE LA CARNE DE GALLINA CRIOLLA

El proceso productivo enfatiza las diferentes fases, las mismas que deben ser cumplidas a cabalidad para obtener un producto de óptima calidad que permita satisfacer con eficiencia y eficacia las necesidades de los consumidores.

Los pasos a seguir son los siguientes:

1. Recepción y almacenamiento de materia prima.

Se inicia con la recepción de las materias primas (gallinas criollas) que estarán enjauladas hasta su procesamiento.

2. Colgado.

Se procede a extraerlas de las jaulas para ser enganchadas por las patas en una noria de colgado para pasar por un dispositivo eléctrico de insensibilización que tiene el voltaje ajustado de acuerdo a la velocidad de faena.

3. Desangrado.

La gallina posteriormente es degollada o desangrada mediante el corte de los grandes vasos sanguíneos del cuello.

La sangre debe recogerse en un dispositivo receptor independiente de otros efluentes líquidos, para su utilización en la elaboración de harina de sangre.

4. Escaldado.

Luego se introduce las aves siempre colgadas en la noria, en un equipo de escaldado donde las plumas son aflojadas. El flujo del agua debe ir en dirección contraria al movimiento de las aves en la noria para que el ave ya escaldada sea empujada hacia donde penetra agua caliente limpia al tanque.

5. Pelado.

Las gallinas ingresan en un equipo de pelado en el que se extraen todas las plumas, se considerara la correcta extracción de vapores que se produce en este proceso.

6. Lavado.

Las aves colgadas ingresan a un equipo de duchado donde reciben una lluvia de presión con un flujo direccional que abarca toda la carcasa.

7. Eviscerado.

Aquí son eliminadas las patas y las cabezas de las aves. Luego es transferida en una noria donde el equipo automático le realiza los cortes necesarios para la extracción de las vísceras.

8. Enfriamiento.

Equipo consiste en un tanque de enfriado o en una cámara por el cual se hace circular aire forzado a muy baja temperatura.

9. Pesado.

Consiste en dividir a la gallina entera en partes de iguales que serán de una libra cada una.

10. Puesto en fundas.

Posteriormente la carne de gallina es puesta en fundas de una libra.

11. Etiquetado.

La siguiente ruta es hacia la máquina etiquetadora. Una vez etiquetado el producto, pasa por la codificación automatizada, en donde se le otorga una identificación al lote respectivo con su fecha de vencimiento.

12. Refrigeración.

La gallina enfriada tendrá entre - 2 grados y 2 grados centígrados hasta que el producto llegue a una temperatura interna de 4 grados centígrados

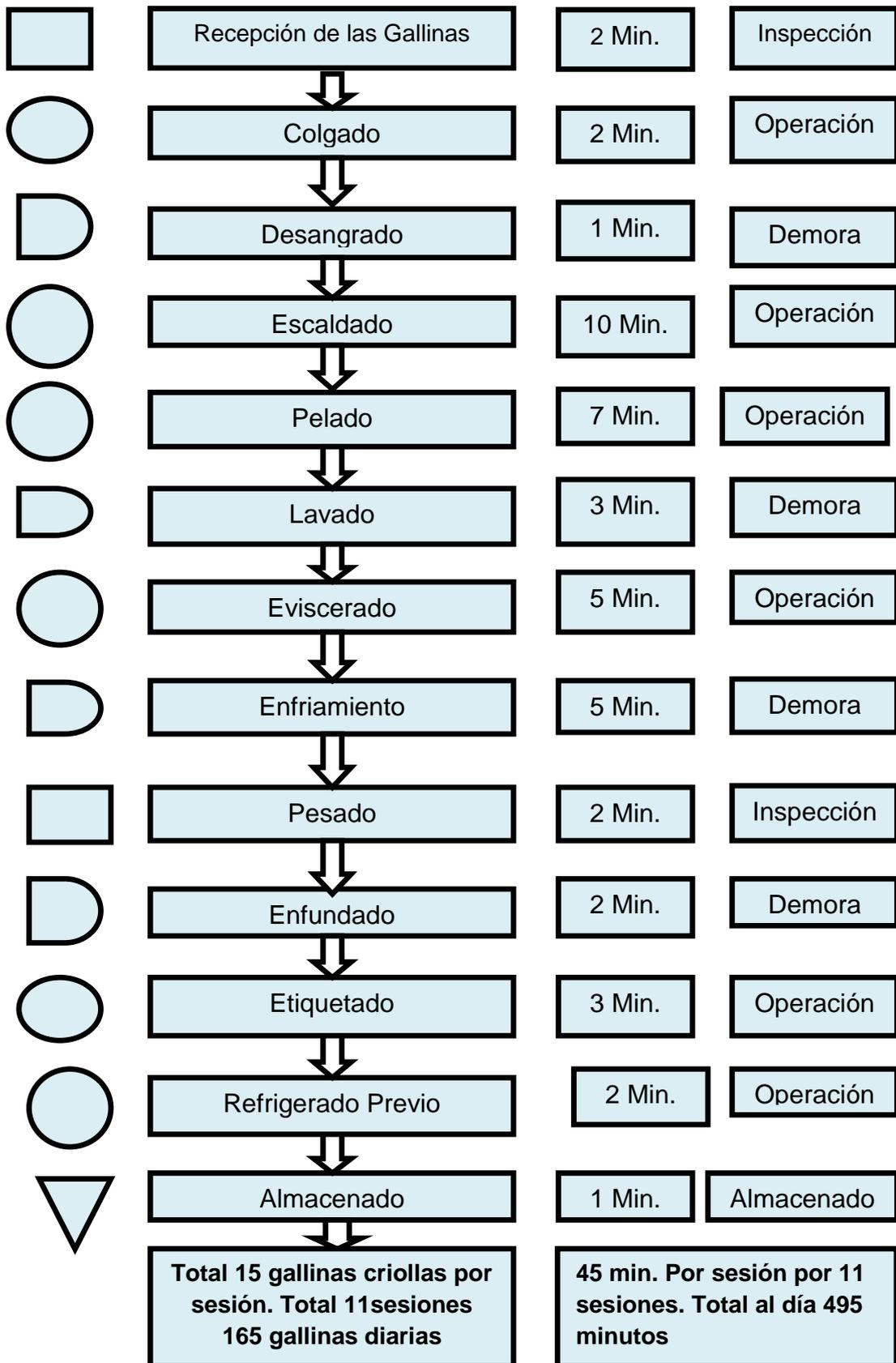
13. Almacenamiento.

Es llevado al lugar donde permanecerá hasta que llegue el momento final de su despacho. La temperatura de los frigoríficos será de 4 grados para productos enfriados y 18 grados para productos congelados.

DIAGRAMA DE SECUENCIA DE TRABAJO PARA LA PRODUCCION DE CARNE DE GALLINA CRIOLLA.

En el diagrama hay que tener en cuenta que se realizara por sesiones de trabajo según la capacidad del Banco de Desangrado, en cada sesión se degollará 15 gallinas y tendrá una demora de 45 minutos hasta llegar a almacenar el producto terminado. Esta operación se repetirá 11 veces al día, necesitando 495 minutos para procesar 165 gallinas al día.

DIAGRAMA DE SECUENCIA DE TRABAJO DE LA CARNE DE GALLINA



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La empresa estará constituida legalmente como Compañía de Responsabilidad Limitada para la producción y comercialización de la carne de gallina criolla, ubicada en la Ciudad de Loja.

ORGANIZACIÓN LEGAL

RAZÓN SOCIAL:

La razón social de la empresa será: **EMPRESA “PERDUE” Cía. Ltda.**

CAPITAL SOCIAL:

De acuerdo a lo establecido por la Ley de compañías, el capital estará conformado por las aportaciones de los socios, cuyo monto será de \$29.465,00 dólares americanos.

OBJETO DE LA EMPRESA:

La finalidad será la producción y comercialización de carne de gallina criolla.

DOMICILIO:

El domicilio legal de la empresa “**PERDUE**” será en la Ciudad de Loja, en la vía de integración barrial Ángel Felicísimo Rojas y avenida Eugenio Espejo (parque industrial).

PLAZO DE DURACIÓN: La Empresa tendrá un plazo de duración de 5 años (de vida útil) a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil.

BASE LEGAL

La Base Legal sirve para la constitución de una empresa ya que debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley:

ESTRUCTURA ORGÁNICA EMPRESARIAL

La empresa contará con un organigrama estructural, funcional y de posición.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

NIVELES JERARQUICOS:

➤ Nivel Directivo

Lo constituye la Junta General de Accionistas la cual es encargada de normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.

➤ Nivel Ejecutivo

Este nivel lo ocupará el gerente que a su vez será su representante legal y este también es el encargado de planear, orientar, dirigir y controlar la vida administrativa y es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas dentro de la empresa a su mando.

➤ Nivel Asesor.

La empresa contará con un asesor legal que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir temporal.

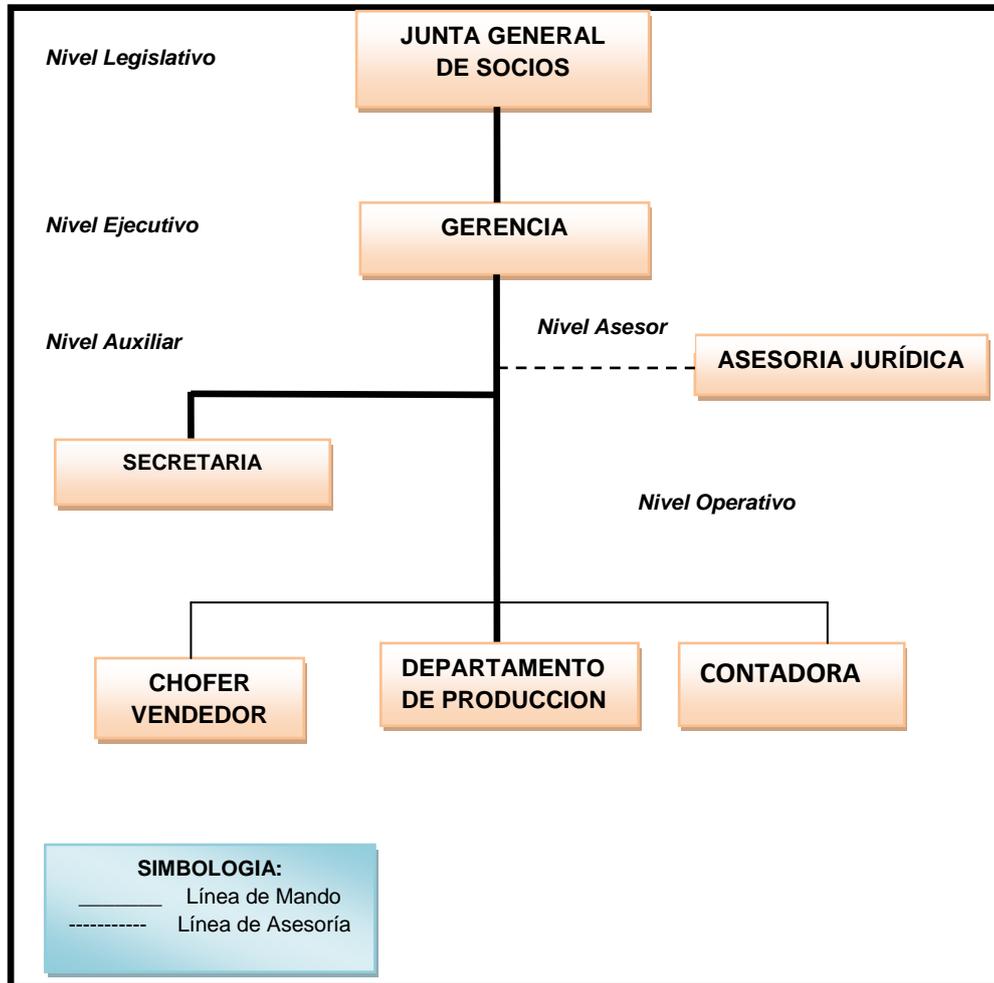
➤ Nivel Operativo

Lo constituye en este proyecto producción, conformado por tres obreros.

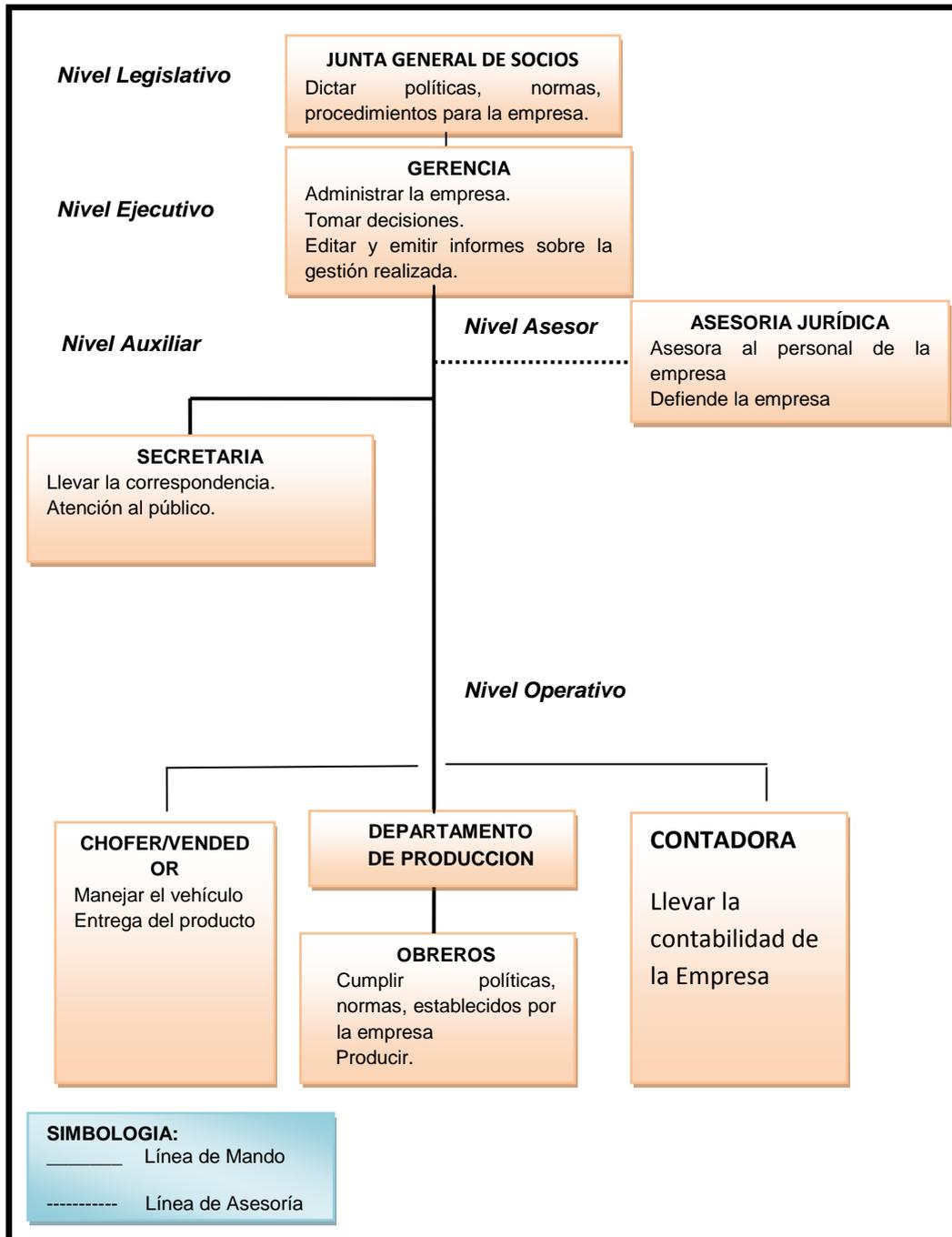
➤ Nivel Auxiliar

Lo constituye la secretaria y el chofer que realizan labores encomendadas tanto ejecutivas, asesoras y operacionales. Todos estos niveles estarán reflejados en los organigramas que se detallan a continuación:

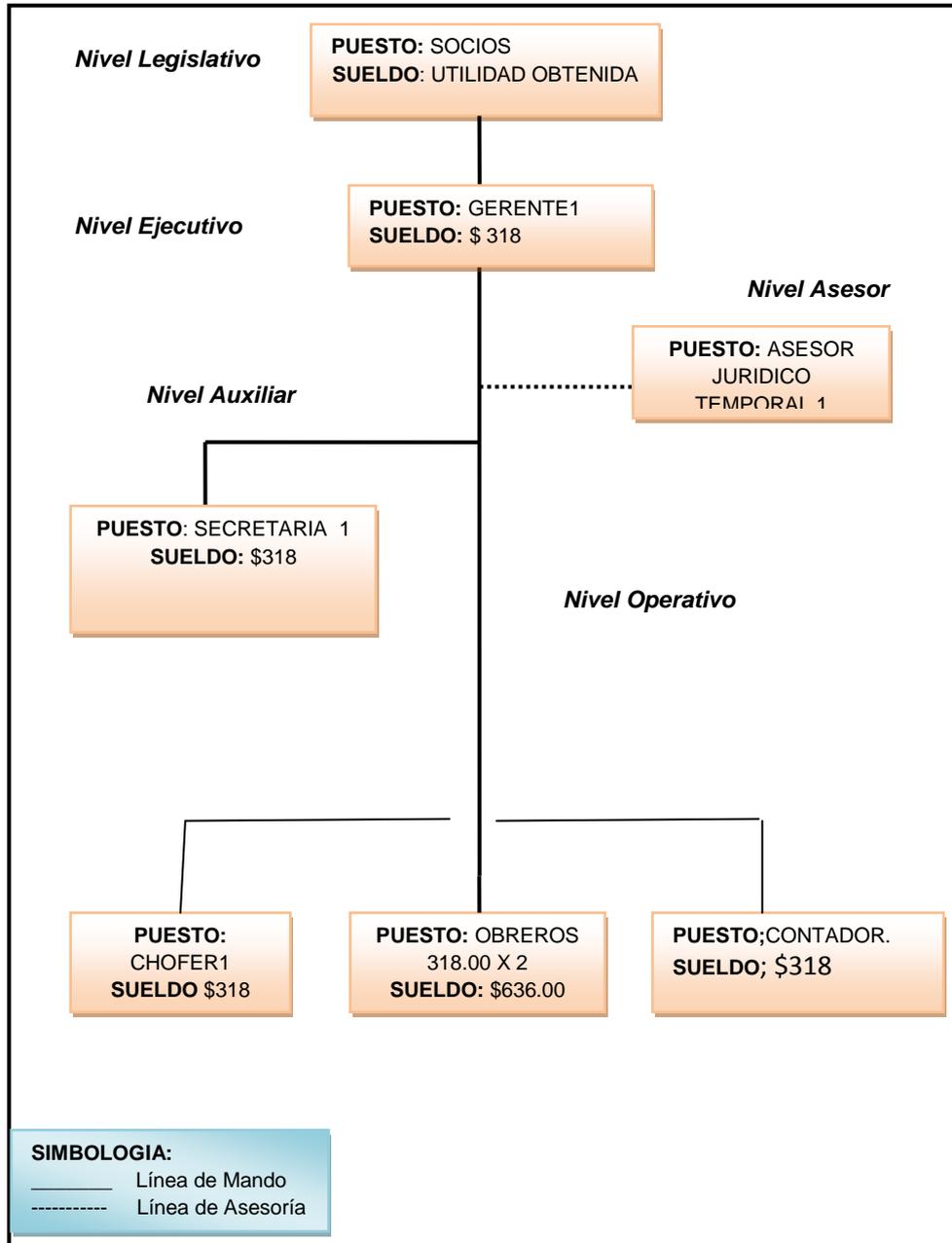
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL EMPRESA PERDUE CIA.LTDA.



ORGANIGRAMA FUNCIONAL EMPRESA PERDUE CIA.LTDA



ORGANIGRAMA POSICIONAL EMPRESA PERDUE CIA.LTDA



MANUAL DE FUNCIONES



TITULO DEL PUESTO: GERENTE

A) IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Gerente

Número de Plazas: 1

Código:002

Ubicación: Gerencia

Tipo de Contratación: Contrato fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Junta General de Accionistas

Subordinados:

- Obreros
- Chofer
- Secretaria
- Contador
- Asesor Legal

Naturaleza del puesto

Planifica, organiza, ejecuta, dirige y controla las actividades que se realicen en la empresa.

Actividades del puesto:

- Planifica las actividades a realizar dentro de un plazo determinado en la empresa
- Ejerce la representación legal de la empresa.
- Organiza y designa los puestos y actividades a cada uno de los subordinados de la empresa.

Responsabilidad

- Personal
- Materiales
- Recursos Financieros
- Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- Conocimientos
 - Tener conocimiento en Administración de Empresas
 - Tener conocimiento en Administración de la Producción
- **Experiencia**
 - Mínimo 2 años en otras empresas a fines
- **Aptitudes**
 - Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - Que sean capaces de tomar decisiones en cualquier situación en que se encuentre la empresa
- **Riesgos**
 - Estrés laboral Cansancio físico y mental



TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA

A)

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Secretaria

Número de Plazas: 1

Código:003

Ubicación: Secretaría

Tipo de Contratación: Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

Realiza labores de secretaria y asistencia directa al gerente

Actividades del puesto:

- Redacta solicitudes, actas, memorándums, oficios y circulares cuando sean necesarias y cuando el gerente las requiera
- Atiende al público que solicite información y proporciona entrevistas con el gerente de la microempresa
- Mantiene archivos de la correspondencia enviada y recibida para que existan comprobantes de todas las actividades que la empresa realiza
- Llevar la agenda del Gerente al día para un mejor desempeño del trabajo

Responsabilidad

- Materiales y documentos

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- **Conocimientos**
 - Tener conocimiento en Secretariado Bilingüe
- **Aptitudes**
 - Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - Que sea amable al momento de atender a personas inmersas y ajenas a la empresa
 - Que sea rápida al momento de realizar actas, oficios, etc.
 - Que se adapte al ambiente laboral de la empresa
- **Riesgos**
 - Estrés laboral
 - Dolores de cabeza
 - Cansancio físico y mental



TÍTULO DEL PUESTO: CONTADORA



IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Contadora

Número de Plazas: 1

Código:004

Ubicación: Contadora

Tipo de Contratación: Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

➤ **RELACIONES**

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

Realiza labores de contadora y asistencia directa al gerente

Actividades del puesto:

- Llevar y controlar la contabilidad de la compañía
- Elaborar los estados financieros
- Preparar informes mensuales acerca de los saldos de cada una de las cuentas de la empresa.
- Preparar y presentar la declaración de impuestos
- Realizar los roles de pagos para el personal de la empresa y la documentación respectiva al IESS.

Responsabilidad

- Materiales y documentos

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

➤ **Conocimientos**

- Título Universitario en Contabilidad.

➤ **Aptitudes**

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- Que sea amable al momento de atender a personas inmersas y ajenas a la empresa
- Que se adapte al ambiente laboral de la empresa

➤ **Riesgos**

- Estrés laboral
- Dolores de cabeza
- Cansancio mental



TÍTULO DEL PUESTO: CHOFER

A) IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Chofer

Número de Plazas: 1

Código:005

Ubicación: Planta de Producción

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación : LOCAL

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente, Jefe de Producción

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

Se encarga del traslado y entrega de los productos terminados a los diferentes distribuidores de la ciudad.

Actividades del puesto:

- Traslado de la mercadería hacia los diferentes destinos
- Control de la mercadería al momento de ubicar los productos en el vehículo
- Entrega a tiempo de los productos destinados a la venta
- Llevar la factura correspondiente de la entrega de los productos

Responsabilidad

- Mercadería
- Vehículo

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- Conocimientos
 - Tener conocimiento en Mecánica
 - Tener conocimiento en el manejo de vehículos
 - Tener licencia profesional de conducir
- **Aptitudes**
 - Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - Que tengan Don de Gente
 - Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
 - Ser de carácter activo y colaborador
- **Riesgos**
 - Estrés laboral
 - Dolores de cabeza



TÍTULO DEL PUESTO: OBREROS

A)

IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Obreros

Número de Plazas: 2

Código:006

Ubicación: Planta de Producción

Tipo de Contratación: Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente, Jefe de Producción

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

Interviene y colabora en el proceso de producción que realiza la empresa

Actividades del puesto:

- Seleccionar la materia prima necesaria para la producción
- Controla la maquinaria de envasado y sellado de los productos
- Se encarga de la obtención y almacenamiento del producto final.

Responsabilidad

- Materias primas
- Productos en Proceso
- Productos terminados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- **Conocimientos**
 - Tener conocimiento en la utilización de la maquinaria
- **Aptitudes**
 - Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - Que sea rápido al momento de la selección de la materia prima
 - Que se adapte al ambiente laboral de la empresa
- **Riesgos**
 - Estrés laboral
 - Cansancio físico
 - Problemas de la columna

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

Las inversiones son los valores monetarios que se necesita para implementar la empresa en Activo Fijo, Activo Diferido y Capital de trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos constituyen elementos importantes para la instalación y desarrollo de la empresa "Perdue" Cía. Ltda. La inversión que se realizará fue estimada en base a presupuestos de maquinaria y equipos servirán para realizar la producción, los mismos que se los cotizaron en el mercado nacional a través de un estudio de precio y calidad.

Descripción de Activos Fijos

Para brindar el servicio, se necesitará los siguientes activos fijos: maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de computación, vehículo e instalaciones necesarias para la implementación de la empresa.

TABLA #33

Presupuesto de Maquinaria y Equipo			
cantidad/unidades	descripción	precio	valor
		unitario	total
1	Noria de Colgado	1000,00	1000,00
1	Banco Desangrado	2000,00	2000,00
1	Congelador	650,00	650,00
1	Etiquetadora	250,00	250,00
1	Escaldadora	800,00	800,00
1	Desplumadora	800,00	800,00
1	Tanque de Enfriado	900,00	900,00
1	Balanza	100,00	100,00
1	Selladora	150,00	150,00
2	Frigorífico	1000,00	2000,00
Total			8650,00

Fuente: Almacén "Ochoa Hermanos"
Diseño: El Autor.

El costo de maquinaria y equipo es de \$8650,00 dólares. Los cuáles serán utilizados en la producción de carne de gallina criolla.

TABLA #34

Herramientas y Utensilios.			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
2	Jaulas de Acero	150,00	300,00
4	Cuchillos Inoxidables	4,50	18,00
3	Baldes metálicos	15,00	45,00
total		169,50	363,00

Fuente: Almacén "Ochoa Hermanos"
Diseño: El Autor.

El costo por las herramientas y utensilios de producción es de 363,00 valores dedicados a la compra de Jaulas de acero, cuchillos inoxidables y Valdez metálicos utilizados en la elaboración de este producto.

TABLA #35

Muebles y Enseres			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
2	Escritorio estilo Ejecutivo	150,00	300,00
2	Sillón Giratorias	35,00	70,00
4	Sillas	18,00	72,00
1	Archivador	160,00	160,00
Total			602,00

Fuente: "Deco- Muebles y Madera"
Diseño: El Autor.

Mobiliarios que, sirven para la adecuación de la oficina del Gerente y la Contadora de la empresa. Su monto es de \$602,00 dólares.

TABLA #36

Equipos de Oficina			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Calculadora	25,00	25,00
2	Teléfono	50,00	100,00
Total			125,00

Fuente: "Gráficas Santiago"
Diseño: El Autor.

Se refiere a los equipos que son necesarios para el trabajo en oficina, su monto es \$ 125,00 dólares.

TABLA #37

Equipo de Computación Oficina			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
2	Computadora de escritorio	600,00	1200,00
Total			1200,00

Fuente: "Máster PC"
Diseño: El Autor.

Estos equipos de cómputo serán utilizados por el Gerente, y la Secretaria Contadora con el fin guardar base de datos u otra información relevante e importante para la empresa. Su monto es de \$ 1.200,00 dólares.

TABLA #38

Vehículo			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Camión Toyota Dina año 1992	12500,00	12500,00
Total			12500,00

Fuente: "Patio de carros Edy Car"
Diseño: El Autor.

Nota; El camión será de segundo uso, por ende su valor económico.

Es el activo que la empresa utilizará para transportar la materia prima de los lugares de abasto hasta la ciudad de Loja donde se ubica la empresa. Su monto será de \$12.500,00.

TABLA #39

Terreno			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
300 m2	Metros cuadrados de terreno	20,00	6000,00
Total			6000,00

Fuente: Municipio de Loja.
Diseño: El Autor.

Es el valor por la adquisición del terreno para la implementación y construcción de la Empresa su costo es \$6.000,00 y cuenta con 300m2 a un costo unitario de m2 de \$20,00.

TABLA #40

Construcción			
Cantidad	Descripción	Precio	Valor
		Unitario	Total
100 m2	Construcción	150,00	15000,00
Total			15000,00

Fuente: Inmobiliaria S.C.
Diseño: El Autor.

Es el valor por la construcción a realizar que tendrá un costo total de \$15000,00, con una cantidad de 100m2 de construcción con costo unitario de \$150,00 el m2.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

A continuación se presenta el resumen de los activos fijos de la empresa "Perdue" Cía. Ltda:

TABLA #41

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	6000,00
Maquinaria y equipos	8650,00
Utensilios Producción	363,00
Muebles y Enseres	602,00
Equipo de Oficina	125,00
Equipo de Computo	1200,00
Vehículo	12500,00
Construcción	15000,00
Imprevistos (3%)	1333,20
Total	45773,20

Fuente: Tabla: 40, 41, 42, 43,44 y 45.
Diseño: El Autor.

INVERSIÓN EN ACTIVO DIFERIDO

Son inversiones que permiten poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta la constitución de la empresa y los permisos correspondientes que la ley lo estima.

A continuación se detallan los activos diferidos:

Gastos de Constitución: Son los gastos legales que la empresa debe realizar para establecerse en el mercado. Para ello emplearemos un monto de \$715,00 dólares.

Elaboración del Proyecto: Son los gastos a los que se incurre para la elaboración del mismo. Cuyo gasto es de \$ 1.000,00 dólares.

Marcas y Patentes: Son los elementos que distinguen un producto de otro y/o un servicio. El rubro es de \$ 250,00 dólares.

RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO

TABLA #42

presupuesto de activos diferidos			
Cantidad	Descripción	Precio	Valor
		Unitario	Total
1	Estudio Preliminar	1000,00	1000,00
1	Constitución de la empresa	400,00	400,00
1	Permiso de Funcionamiento	600,00	600,00
1	Impacto Ambiental	500,00	500,00
1	Imprevistos (3%)	75,00	75,00
Total			2575,00

Fuente: Asesoría Legal.

Diseño: El Autor.

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

A continuación se detalla el valor de la amortización de activo diferido tomando los 5 años de vida útil de la empresa.

TABLA #43

Amortización de Activo Diferido	
años	valor
1	515
2	515
3	515
4	515
5	515
Total	2575

Fuente: Tabla Nro. 47.
Diseño: El Autor.

CAPITAL DE TRABAJO.

Son aquellos activos que se pueden convertir en dinero efectivo.

Costo de Producción.

Son todos los costos que intervienen directamente en la producción de la carne de gallina criolla y su comercialización en la ciudad de Loja, que a continuación se detallan.

TABLA #44

Presupuesto Materia Prima Directa				
Cantidad gallinas	descripción	precio unitario	valor total	Valor mensual
42240	Gallinas Criollas en Pie.	6,00	253440,00	
Total			253440,00	21120

Fuente: Granjas de la Provincia de Loja.
Diseño: El Autor.

El producto principal para la empresa es la gallina criolla que se comprara en el año un total de 42.240 ejemplares con una inversión anual de \$253.440,00 y una inversión mensual de \$21.120.

TABLA #45

Cargo	Sueldo	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS(12,15%)	Fondos Reserva	Total Trabajador	Número de trabajadores	Total Mensual	Total Anual
Obreros	318	26,50	26,50	13,25	36	26,50	447	2	894	10724
TOTAL							447		894	10724

Fuente: Rol de Pagos.
Diseño: El Autor.

Son tres las personas encargadas de elaborar el producto de la empresa, El costo de la mano de obra directa para el primer mes es de \$894,00 dólares.

GASTOS DE FABRICACION

Son gastos que son complemento para la producción de carne de gallina criolla y su comercialización en la ciudad de Loja.

TABLA #46

Materia Prima Indirecta				
Cantidad	Descripción	P/unitario	P/total	V/mensual
211.200	fundas con impresión x cientos	0,03	6336,00	
Total			6336,00	528

Fuente: Empresa Astimec Quito.
Diseño: El Autor.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA #47

Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS(12,15%)	Fondos Reserva	Total Trabajador	Número de trabajadores	Total Mensual	Total Anual Total
Gerente	318	26,50	26,50	13,25	36	26,50	447	1	447	5362
Secretaria/contador	318	26,50	26,50	13,25	36	26,50	447	1	447	5362
Chofer	318	26,5	26,5	13,25	36,09	26,5	447	1	447	5362
TOTAL							894		1341	16086

Fuente: Rol de Pagos.
Diseño: El Autor.

TABLA #48

Servicios Básicos de la Planta Productiva				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Mensual	Precio Anual
750	Agua	0,14	105,00	1260
3000	Energía Eléctrica	0,1	300	3600
Total			405,00	4860

Fuente: Municipio de Loja, EERSA.
Diseño: El Autor.

Constituyen valores por el uso de energía eléctrica, agua potable y teléfono para uso de la planta productora, el valor mensual será de \$405,00 y un gasto anual de \$4860,00.

TABLA #49

Suministro de Aseo y Limpieza de la Planta Productora				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Anual	Valor Mensual
3	Escobas	4,00	12,00	1,00
3	Recogedores	2,00	6,00	0,5
3	Cestos para Basura	5,00	15,00	1,25
3	Trapeadores	2,50	7,50	0,62
3	Desinfectantes de 2 Litros	4,00	12,00	1,00
2	Papel higiénico(resma)	10,00	20,00	1,6
4	Franelas	1,00	4,00	0,33
10	Detergente	3,80	38,00	3,16
8	Jabón de tocador	1,00	8,00	0,66
5	Toallas	2,00	10,00	0,83
Total Anual			132,50	11,00

Fuente: "Almacén Hogar Limpio"
Diseño: El Autor.

Suministros que serán utilizados en limpieza de la planta productiva, su monto mensual asciende a \$11,00, cabe recalcar que se realizarán dos compras al año de los suministros de aseo y limpieza y un costo anual de \$132,50.

TABLA #50

Servicios Básicos Administrativos				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Mensual	Precio Anual
25	Agua	0,14	3,50	42
50	Energía Eléctrica	0,1	5	60
2	Teléfono	25	50	600
TOTAL			58,50	702

Fuente: Municipio de Loja, EERSA, Claro.
Diseño: El Autor.

Constituyen valores por el uso de energía eléctrica, agua potable y teléfono para uso de la empresa, el valor mensual será de \$58,50 y un gasto anual de \$702,00.

TABLA #51

Suministros de Aseo y Limpieza Administrativos				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Anual	Valor Mensual
2	Escobas	4,00	8,00	0,66
2	Recogedores	2,00	4,00	0,33
2	Cestos para Basura	5,00	10,00	0,83
2	Trapeadores	2,50	5,00	0,41
2	Desinfectantes de 2 Litros	4,00	8,00	0,66
1	Papel higiénico(resma)	10,00	10,00	0,83
2	Franelas	1,00	2,00	0,16
4	Detergente	3,80	15,20	1,26
2	Jabón de tocador	1,00	2,00	0,16
2	Toallas	2,00	4,00	0,33
Total Anual			68,20	6

Fuente: "Almacén Hogar Limpio".
Diseño: El Autor.

Suministros que serán utilizados en limpieza de la empresa, su monto mensual asciende a \$6,00, cabe recalcar que se realizarán dos compras al año de los suministros de aseo y limpieza y un costo anual de \$68,20.

TABLA #52

Suministros de Oficina				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Anual	Valor Mensual
4	Resma de Papel	3,50	14,00	1,16
10	Cartuchos Negro	12,00	120,00	10,00
10	Block de Facturas	6,00	60,00	5,00
10	Block de Notas de Venta	2,00	20,00	1,66
24	Esferos	0,25	6,00	0,5
3	Correctores	1,00	3,00	0,25
3	Grapadoras	5,00	15,00	1,25
2	Perforadora	6,00	12,00	1,00
3	Carpetas Archivadoras	2,50	7,50	0,62
12	Rollos de papel para sumadora	1,00	12,00	1,00
Total Anual			269,50	22

Fuente: "Graficas Santiago".
Diseño: El Autor.

Son materiales necesarios para laborar dentro de la oficina de la empresa, este monto asciende a \$22,00 mensuales y \$269,50 anuales.

TABLA #53

Publicidad				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
30	Cuñas publicitarias	2,50	75,00	900,00
Total			75,00	900,00

Fuente: Radio Sociedad.
Diseño: El Autor.

La publicidad será importante para la introducción de nuestro servicio al mercado Loja, se realizará en la Radio Sociedad, treinta veces por mes dándonos un costo de \$75,00 al mes y \$900,00 anual.

TABLA #54

Gastos Generales del Producto				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total	Valor Mensual
8	Guantes / pares	7,00	56,00	4,66
8	Gorros	5,00	40,00	3,33
8	Overoles	18,00	144,00	12,00
8	Botas de látex / pares	12,00	96,00	8,00
Total			336,00	28,00

Fuente: "Almacén El Jure".
Diseño: El Autor.

Comprenden los overoles, guantes, gorros y botas de látex para los trabajadores. Su monto mensual asciende a \$28,00 dólares y \$336,00.

TABLA #55

Combustibles				
Cantidad Galones	Descripción	Precio	Valor	Valor
		Unitario	Mensual	Anual
60	Galones de diesel	1,05	63,00	756,00
1	Lavado y cambio de aceite	25,00	25,00	300,00
Total			88,00	1056,00

Fuente: Gasolinera La Llave.
Diseño: El Autor.

Son valores monetarios por gasto del camión de la empresa, como diesel, cambio de aceite al año resultando un valor de \$1056,00 y mensual de \$88,00.

RESUMEN CAPITAL CIRCULANTE

A continuación se detallan los presupuestos que componen el capital circulante de la empresa:

TABLA #56

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
MPD	21120,00	253440,00
MPI	528,00	6336,00
MOD	893,69	10724,23
Gastos Administrativos	1340,53	16086,35
Gastos Generales	28,00	336,00
Servicios Básicos Planta productiva	405,00	4860,00
Servicios Básicos Administrativos	58,50	702,00
Útiles Oficina	22,46	269,50
Útiles Aseo Limpieza Planta Productiva	11,04	132,50
Útiles Aseo Limpieza Administrativos	5,68	68,20
Publicidad	75,00	900,00
Combustibles y Lubricantes	88,00	1056,00
Imprevistos (3%)	737,28	8847,32
Total	25313,18	303758,10

Fuente: Tabla:49,50,51,52,53,54,55,56,57,y 58.
Diseño: El Autor.

RESUMEN DE LA INVERSION TOTAL

En la inversión total se presenta el monto general con el que la empresa dispone para llevar a cabo el proyecto, a continuación se presenta el resumen de la inversión total:

TABLA #57

Cuadro de Inversiones	
Especificación	Valor Total
Activo Fijo	45773
Activo Diferido	2575
Activo Circulante	25313
Total	73661

Fuente: Tabla: 46,47 y 59.
Diseño: El Autor.

FINANCIAMIENTO.

1. CAPITAL PROPIO.

La junta general de Accionistas aportará con el 40% del capital a invertir en la empresa 29.465,00 dólares americanos

2. CAPITAL EXTERNO

Es el que se solicita a una institución bancaria, que en este caso se la hizo en el Banco Nacional de Fomento por un préstamo de \$44.197,00 lo cual representa el 60% de capital de la empresa, a una tasa de interés del 10% y un plazo de 5 años.

RESUMEN DE FINANCIAMIENTO

TABLA #58

Descripción	Cantidad	%
Crédito	44197	0,6
Capital Propio	29465	0,4
TOTAL	73.661	100%

Fuente: Investigación Interna.
Diseño: El Autor.

Monto Préstamo	44197
Tasa Interés Semestral	10%
Plazo de semestres	10
Monto a pagar durante todo el plazo	68505

TABLA #59

Semestres	Deuda	Amortización	Interés	Dividendo
0	44197			
1	39777	4420	4420	8839
2	35357	4420	3978	8397
3	30938	4420	3536	7955
4	26518	4420	3094	7513
5	22098	4420	2652	7071
6	17679	4420	2210	6630
7	13259	4420	1768	6188
8	8839	4420	1326	5746
9	4420	4420	884	5304
10	0,00	4420	442	4862
Total		44197		68505

Fuente: Corporación Financiera Nacional.
Diseño: El Autor.

FUENTES Y USOS DE FONDOS

A continuación se detallan las fuentes y usos con los que la empresa cuenta.

Las fuentes son los medios por el cual consigue su inversión, que a su vez son el capital propio más el capital externo.

TABLA #60

FUENTES	
Aporte Socios	29465
Crédito	44197
TOTAL	73661
USOS	
Activos Fijos	45773
Activo Diferido	2575
Capital de Trabajo	25313
TOTAL	73661
BALANCE	0

Fuente: Tabla Nro. 61.
Diseño: El Autor.

DETERMINACIÓN DE COSTOS

PRESUPUESTO PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA UTIL DE LA EMPRESA

En el siguiente cuadro se explican los desembolsos de la empresa, es uno de los aspectos más importantes que permitirán determinar la rentabilidad del proyecto. Esta proyección se la realizo con un incremento en la tasa de inflación del 4,85%, de acuerdo a los datos del INEC.

Se detallan también las depreciaciones que son el resultado de la multiplicación del costo con el porcentaje de depreciación, esto a su vez restado por el costo y dividido para la vida útil.

TABLA #61

Incremento 4.85%					
COSTO DE SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE SERVICIO					
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	253440	265732	278620	292133	306301
Mano de Obra Directa	10724	11244	11790	12362	12961
Total Costo primo	264164	276976	290410	304494	319262
GASTOS FABRICACION					
Materia Prima Indirecta	6336	6643	6965	7303	7658
Servicios Básicos Planta	4860	5096	5343	5343	5874
Utencilios de aseo y limpieza Planta	133	139	146	153	160
Depreciacion Maquinaria	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00	\$ 1.730,00
DepreciacionUtenciliosProduccion	72,60	72,60	72,60	72,60	72,60
Deprec. De Vehículo	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500
Deprec. Enseres de planta	120,40	120,40	120,40	120,40	120,40
Deprec. Construccion	750	750	750	750	750
Amortización Activo Diferido	515	515	515	515	515
combustibles y lubricantes	1056	1107	1161	1217	1276
Imprevistos (3%)	542	560	579	591	620
Total Gastos Fabricacion	18615	19233	19882	20295	21275
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	282779	296210	310292	324790	340538
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Sueldos Administrativos	16086	16867	17685	18542	19442
Gastos Generales	336	352	369	387	406
Utiles oficina	270	283	296	311	326
Deprec. De Equipo de oficina	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25	\$ 25
Deprec. De Equipo de Computación	400	400	400	409	409
Servicios Básicos Administrativos	702	736	772	809	848
Utencilios de aseo y limpieza Administrativos	68	72	75	79	82
Publicidad	900	944	989	1037	1088
Imprevistos (3%)	564	590	618	648	679
Total de gastos de Administración y ventas	19351	20268	21230	22247	23305
GASTOS FINANCIEROS					
Interes por prestamo	8397	6630	4862	3094	1326
Total Gastos Financieros	8397	6630	4862	3094	1326
TOTAL COSTO OPERACION	27748	26897	26091	25341	24630
TOTAL COSTOS	310527	323107	336383	350131	365168

Fuente: Tablas: 46, 47, 48,59 y anexos 2, 3, 4, 5,6 y 7.

Diseño: El Autor.

ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

TABLA #62

Años	Costo Producción	Unidades Producidas	C/U/P
1	310527	147840	2,10
2	323107	188720	1,71
3	336383	196896	1,71
4	350131	205072	1,71
5	365168	213248	1,71

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costo Total de la Producción}}{\# \text{ de Unidades a Producir}}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{310.527,00}{147840}$$

$$\text{Costo Unitario de Producción} = 2.10$$

TABLA #63

Años	Costo Unitario	16,5%	P.V.P.	Unidades/Prod.	Ingresos
1	2,10	0,34657	2,45	147840	361764
2	1,71	0,282496	1,99	188720	376420
3	1,71	0,281891	1,99	196896	391886
4	1,71	0,281714	1,99	205072	407902
5	1,71	0,282548	1,99	213248	425421

Fuente: Tabla Nro.65.
Diseño: El Autor.

RESUMEN PROFORMADO DE COSTOS.

PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS, VARIABLES Y TOTALES

Costos Fijos

Se mantienen durante la entrega del servicio y no varían con la cantidad de servicios que se entreguen. Estos tienden a permanecer constante en relación

con los cambios de entrega del servicio; por ejemplo, sueldos, arriendos, depreciaciones, entre otras.

Costos Variables

Varían en forma directa con los cambios en la cantidad de servicios de entrega de productos de mercado a domicilio en la ciudad de Loja. Estos varían en función directa al incremento de los servicios, a mayor servicio mayor gasto, a menor servicio, menor gasto, ejemplo: teléfono, agua, luz eléctrica.

Costos Totales

Son la sumatoria de los costos fijos con los costos variables, esto nos dará el total de los gastos y costos de la inversión.

TABLA #64

AÑOS DESCRIPCION DE COSTOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTOS DE DE PRODUCCION										
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa		253440		265732		278620		292133		306301
Mano Obra Directa	10724		11244		11790		12362		12961	
Total Costo primo	10724	253440	11244	265732	11790	278620	12362	292133	12961	306301
GASTOS FABRICACION										
Materia Prima Indirecta		6336		6643		6965		7303		7658
Servicios Básicos Planta		4860		5096		5343		5343		5874
Utensilios Aseo Limpieza Planta		133		139		146		153		160
Depre. Maquinaria	1.730		1.730		1.730		1.730		1.730	
Depreciación Utensilios Producción	72,60		72,60		72,60		72,60		72,60	
Depre. Vehículo	2.500		2.500		2.500		2.500		2.500	
Depre. Enseres de planta	120		120		120		120		120	
Depre. Construcción	750		750		750		750		750	
Amortización Activo Diferido	515		515		515		515		515	
combustibles y lubricantes		1056		1107		1161		1217		1276
Imprevistos (3%)		542		560		579		591		620
Total Gastos Fabricación	5688	12.927	5688	13545	5688	14194	5688	14607	5688	15587
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	16412	266367	16932	279277	17478	292814	18050	306740	18649	321889
COSTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS										
Sueldos Administrativos	16086		16867		17685		18542		19442	
Gastos Generales		336		352		369		387		406
Sum. oficina	270		283		296		311		326	
Depre. De Equipo de oficina	25		25		25		25		25	
Depre. De Equipo de Computación	400		400		400		409		409	
Servicios Básicos Administrativos	702		736		772		809		848	
Uten. Aseo Limpieza Administrativos		68,20		72		75		79		82
Publicidad	900		944		989		1037		1088	
Imprevistos (3%)	564		590		618		648		679	
Total gastos Administra. y ventas	18946	404	19844	424	20785	444	21781	466	22816	489
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	8397		6630		4862		3094		1326	
Total Gastos Financieros	8397		6630		4862		3094		1326	
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	27344	404	26474	424	25647	444	24875	466	24142	489
TOTAL DE COSTOS	43756	266771	43406	279701	43125	293258	42925	307206	42791	322377
	310527			323107		336383		350131		365168

Fuente: Tabla Nro. 65 y Anexos 2, 3, 4, 5,6 y 7.

Diseño: El Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos ganancias. Para realizar este cálculo, es necesario clasificar los costos en fijos y variables, los mismos que detallamos en los cuadros de "COSTOS FIJOS Y VARIABLES" para los 5 años de vida útil del proyecto.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio, utilizando el método matemático en función a la capacidad instalada, en función a las ventas y al servicio, manejando además la forma gráfica para su representación.

AÑO 1

P.E. EN FUNCION A LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE_{CI} = \left(\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{43756}{361764 - 266771} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{43756}{94993} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = (0.4606) * 100$$

$$PE_{CI} = 46\%$$

P.E. EN FUNCION A LAS VENTAS

$$PE_V = \left(\frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}} \right)$$

$$PE_V = \left(\frac{43756}{1 - \frac{266771}{361764}} \right) PE_V = \left(\frac{43756}{1 - 0,7374} \right)$$

$$PE_V = \left(\frac{43756}{0,2626} \right) PE_V = 166626$$

P.E. EN FUNCION A LA PRODUCCION EN LIBRAS

$$C.V.U = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Numero Servicios}}$$

$$C.V.U = \frac{266771}{147840} C.V.U = 1,804\%$$

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{P.V.U - C.V.U}$$

$$P.E. = \frac{43756}{2,10 - 1,804}$$

$$P.E. = \frac{43756}{0,296}$$

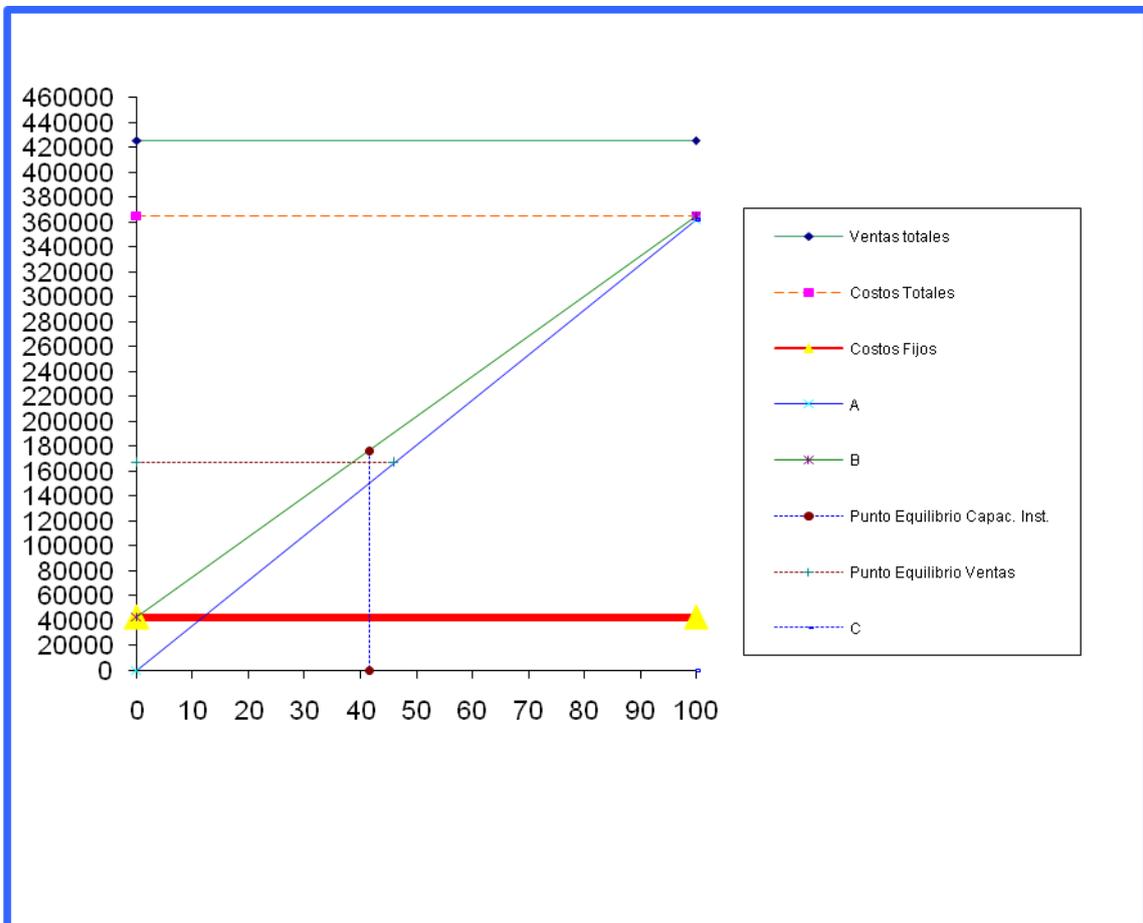
$$P.E. = 147824$$

GRÁFICO Nro. 34

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LAS VENTAS, CAPACIDAD INSTALADA Y PRODUCCION.

PRIMER AÑO

CFT=	43756
CVT=	266771
CT=	\$ 310.527
VT=	\$ 361.764
PE v=	166637,20
PE ci=	46,06



De acuerdo a la gráfica, se indica que el punto de equilibrio con relación a las ventas para el primer año es de \$166617 dólares y con relación a la capacidad

instalada tenemos un 46,06%% datos que han sido calculados para el primer año.

AÑO 5

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE_{CI} = \left(\frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{42791}{425421 - 322377} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{42791}{103044} \right) * 100$$

$$PE_{CI} = (0,4249) * 100$$

$$PE_{CI} = 42\%$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LAS VENTAS

$$PE_V = \left(\frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{VentasTotales}}} \right)$$

$$PE_V = \left(\frac{42791}{1 - \frac{322377}{425421}} \right) PE_V = \left(\frac{42791}{1 - 0,7577} \right)$$

$$PE_V = \left(\frac{42791}{0,2423} \right)$$

$$PE_V = 176603$$

P.E. EN FUNCION A LOS PRODUCCION EN LIBRAS

$$C.V.U = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Numeros Libras}}$$

$$C.V.U = \frac{322377}{213248} \quad C.V.U = 1,511\%$$

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{P.V.S - C.V.S}$$

$$P.E. = \frac{42791}{1,71 - 1,511}$$

$$P.E. = \frac{42791}{0,199}$$

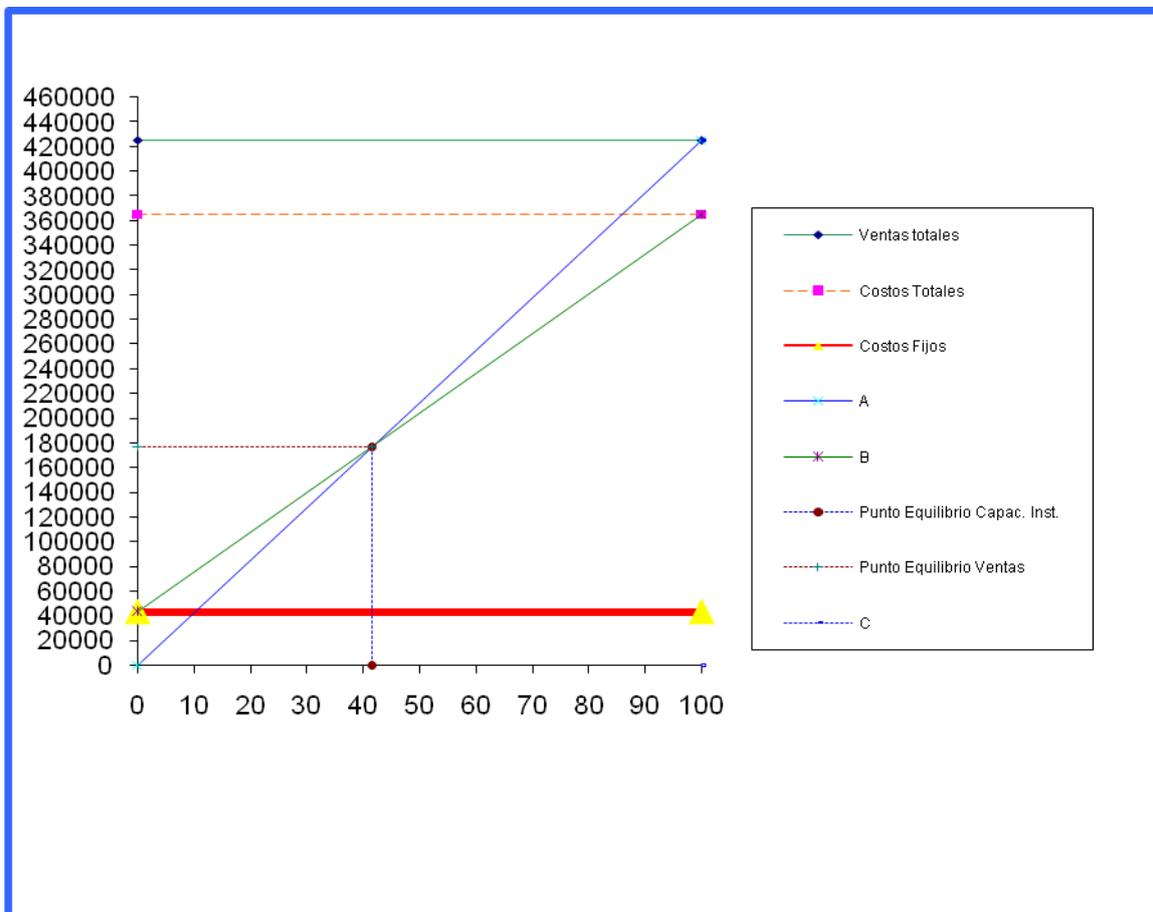
$$P.E. = 215030$$

GRÁFICO Nro. 35

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION A LAS VENTAS, CAPACIDAD INSTALADA Y PRODUCCION.

CFT=	42791
CVT=	322377
CT=	\$ 365.168
VT=	\$ 425.421
PE v=	176664,67
PE ci=	41,53

QUINTO AÑO



De acuerdo a la gráfica, se indica que el punto de equilibrio con relación a las ventas para el quinto año es de \$ 176665 dólares y con relación a la capacidad instalada tenemos un 41,53% datos que han sido calculados para el año 2016.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y gastos durante un ejercicio económico, clasificándolos en utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

Demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un periodo económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

TABLA #65

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	361764	376420	391886	407902	425421
(-) COSTOS TOTALES	310527	323107	336383	350131	365168
(=) Utilidad Bruta	51237	53313	55503	57772	60253
(-) 15% Trabajadores	7686	5331	8325	8666	9038
(=) Utilidad Antes Imp.	43551	47981	47178	49106	51215
(-) Impuesto Renta 25%	10888	11995	11794	12276	12804
(=) UTILIDAD LIQUIDA	32664	35986	35383	36829	38411

Fuente: Tabla Nro. 66 y 67.
Diseño: El Autor.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es el análisis que permite decidir si el proyecto es o no factible, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basados en valores actuales de ingresos y gastos para proyectarlos. Los criterios más utilizados son: Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC).

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, cubriendo así todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos económicos para cubrir dichas necesidades, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez futura.

TABLA #66

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	361764	376420	391886	407902	425421
Valor Residual					7848
TOTAL INGRESOS	361764	376420	391886	407902	433269
EGRESOS					
Costo de Produccion	277091	296210	310292	324790	340538
Costos Administrativos y Ventas	18926	20268	21230	22247	23305
Gastos Financieros					
Capital	8839	8839	8839	8839	8839
15% Utilidad a Trabajadores	7686	5331	8325	8666	9038
25% Impuesto a la Renta	10888	11995	11794	12276	12804
Reinversión				\$ 1.200	
TOTAL EGRESOS	323429	342643	360481	378018	394523
Flujo de caja (Ingre.-Egresos)	38335	33776	31406	29884	38746
(+) Depreciación Activo Fijo	5688	5688	5688	5688	5688
(+) Amortización Activo Difer.	425	425	425	425	425
Balance	44448	39889	37519	35997	44859

Fuente: Presupuestos.
Diseño: El Autor.

VALOR ACTUAL NETO

El método del valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

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

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es útil.

Para la actualización de los valores correspondientes al flujo de costos e ingresos; se hace uso de las equivalencias financieras, mediante la siguiente fórmula:

$$f.a = 1/(1+i)^n$$

En donde:

f. a = factor de actualización

i= tasa de descuento

n= número de años referido al año base de actualización

TABLA #67

Factor Actualización Comparado		
Descripción	Cantidad	%
Crédito	44197	0,6
Capital Propio	29465	0,4
TOTAL	73661	100

Capital Propio %	x	Tasa Menor %	Promedio
40%	x	5%	2%

Nota; El porcentaje de la tasa menor es el interés que paga el Banco por los depósitos de los cuenta ahorristas, es del 5% del Banco Nacional de Fomento.

Crédito%	x	Tasa Mayor %	Promedio
60%	x	10%	6%

Nota; El porcentaje de la tasa mayor es el interés que cobra la corporación financiera nacional por brindar un préstamo a los clientes, en el estudio es el 10% del C.F.N.

Factor Actualización= Tasa Activa + Tasa Pasiva.

F.A.=2%+6%=8%.

Formula;

FA =	1
	(1+i) ⁿ

F.A= Factor Actualización.

I= tasa de descuento (9,20)

N= número de periodos (1, 2, 3, 4 ,5)

FA =	1
	(1+8) ¹
FA=	0,925926

TABLA #68

VAN			
AÑO	Flujos netos	factor de	flujos netos
		0,080	Actualizados
0	73661		
1	38335	0,925926	35495
2	33776	0,857339	28958
3	31406	0,793832	24931
4	29884	0,735030	21965
5	38746	0,680583	26370
TOTAL			137718
			73661
			64057

VAN =	\sum Flujo Netos Actualizados - Inversión	
VAN =		137718,48 73661
VAN=		64057

Con el valor obtenido se demuestra que el proyecto es aceptado, es decir el valor de la empresa aumentara.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Indica el tiempo que se necesita para recuperar la inversión realizada. En el presente estudio que se presenta una inversión de 60.865,00 se recuperará en 2 años, 6 meses y 10 días.

TABLA #69

AÑOS	Inversión Inicial	Flujo Neto
0	73661	38335
1		33776
2		31406
3		29884
4		38746
Total		172146

Fuente: V.A.N.
Diseño: El Autor.

PRC =	Año supera inv.+	inversión - \sum primeros flujos
		flujos netos del año que supera la inversión

PRC =	2	Años
	4	Meses
	10	Días

El tiempo en que se va a recuperar la inversión será de 2 años, 4 meses y 10 días.

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor del dinero en el tiempo y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la tasa “Tasa Interna de Retorno” TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de

caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

Para el presente proyecto la TIR es de 38%, este valor es satisfactorio para su realización

TABLA #70

TIR					
AÑO	Flujo Neto	Actualización			
		Factor de	VAN Menor	Factor de	VAN Mayor
		Actualización		Actualización	
		37,82%		37,83%	
37,82%	37,83%				
0	73661				
1	38335	0,725584	27815	0,725531	27813
2	33776	0,526472	17782	0,526396	17780
3	31406	0,382000	11997	0,381917	11994
4	29884	0,277173	8283	0,277093	8281
5	38746	0,201112	7792	0,201039	7789
			73669		73657
			73661		73661
			8		-4

$$NTIR = Tm + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

Tm=	37,82%
TM=	37,83%
DT=	0,1%

TIR =	38%
-------	-----

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

TABLA #71

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR DE	INGRESOS	EGRESOS
	ORIGINALES	ORIGINALES	ACTUALIZA	ACTUALIZA	ACTUALIZA
1	361764	310527	0,925926	334967	287525
2	376420	323107	0,857339	322719	277012
3	391886	336383	0,793832	311092	267032
4	407902	350131	0,735030	299820	257357
5	433269	365168	0,680583	294875	248527
				1563473	1337453

Fuente: Flujo de Caja.
Diseño: El Autor

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

$$RBC = \frac{1563473}{1337453}$$

$$RBC = 1,17$$

Lo que significa que la relación beneficio costo (1,17) es mayor a 1; esto quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá \$0,17 de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Análisis de Sensibilidad con aumento de Costos

TABLA #72

Años	Costos Orig.			Flujo Neto	Actualización			
		CostosTot.	Ingresos		Factor de Actualización	Van Menor	Factor de Actualización	Van Mayor
		Originales	Totales					
		8,06%			27,51%		27,52%	
0	73661							
1	310527	335555	361764	26208	0,784252	20554,06	0,784191	20552,4
2	323107	349149	376420	27270	0,615052	16772,6	0,614955	16770
3	336383	363495	391886	28391	0,482356	13694,42	0,482242	13691,2
4	350131	378351	407902	29551	0,378288	11178,81	0,378170	11175,3
5	365168	394601	433269	38668	0,296674	11471,82	0,296557	11467,3
						73671,7		73656,2
						73661,38		73661,38
						10		-5

$$NTIR \dot{=} Tm \acute{G} DT \left| \frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} \cdot VAN_{TM}} \right|$$

$$TIR = 28\%$$

1.) Diferencia de TIR

Dif.Tir.=Tir.proy-Nueva Tir

Dif.Tir.= 10%

2.) Porcentaje Variación

%Var.=(Dif.Tir/TirProy)*100

%Var.= 27%

3.) Sensibilidad

Sensib.=%Var./Nueva Tir

Sensib.=0.99

El análisis de sensibilidad con el aumento del 8,06% en los costos es igual a 0,99 que es menor a 1 lo que quiere decir que el proyecto no es sensible a tal aumento.

Análisis de Sensibilidad con Disminución de Ingresos
TABLA #73

Años	Costos Orig.			Flujo Neto	actualización			
		Ingresos	Ingresos Tot.		Factor de Actualización	Van Menor	Factor de Actualización	Van Mayor
		Originales	Originales					
			6,88%		27,60%		27,70%	
					0,28		27,70%	
0	73661							
1	310527	361764	336875	26348	0,783699	20649	0,783085	20632
2	323107	376420	350522	27415	0,614184	16838	0,613223	16811
3	336383	391886	364924	28541	0,481336	13738	0,480206	13706
4	350131	407902	379839	29708	0,377222	11206	0,376042	11171
5	365168	433269	403460	38292	0,295629	11320	0,294473	11276
						73751		73597
						73661		73661
						90		-64

$$NTIR = Tm + DT \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

TIR = 28%

1.) Diferencia de TIR
Dif.Tir.=Tirproy-Nueva Tir

Dif.Tir.= 10%

2.) Porcentaje Variación

%Var.=(Dif.Tir/TirProy)*100

%Var.= 27%

3.) Sensibilidad

Sensib.=%Var./Nueva Tir

Sensib.=0.99

El análisis de sensibilidad con la disminución del 6,88% en los costos es igual a 0,99 que es menor a 1, lo que quiere decir que el proyecto no es sensible a tal disminución.

h) CONCLUSIONES.

- Existen los recursos, materiales, tecnología y el recurso humano necesario, para iniciar con la producción de la carne de gallina criolla tomando en cuenta la capacidad utilizada del proyecto.

- Se necesitará una inversión de \$73.661 para implementar la empresa y un capital de trabajo mensual de \$25, 313 para comenzar las operaciones de la empresa.

- Se tendrá unos ingresos anuales de \$361.764 por el valor del producto para el primer año y unos costos totales para el primer año de \$310.527,00 que se necesitará para cubrir las operaciones de la empresa.

- En la evaluación financiera se ha determinado los siguientes resultados: El VAN con un valor positivo de \$ 64.057 dólares, la TIR es 38%, la relación beneficio costo es de 1.17 dólares, indicador que sustenta la relación del proyecto, ya que por cada dólar invertido se recibe una utilidad de 0.17 centavos de dólar, el tiempo que se requiere para recuperación de la inversión original sería en 2 años, 4 meses y 10 días., en el análisis de sensibilidad, los valores son menores que 1, por lo tanto no afectan al proyecto en el incremento de los costos y la disminución de los ingresos, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

- Toda empresa u organización dedicada a la producción tiene un mercado disponible para poder ofrecer y vender sus productos, teniendo presente que nuestra sociedad tiende siempre al incremento poblacional y por ende existe más demanda referente a cubrir o satisfacer los deseos y necesidades en la sociedad.

i) RECOMENDACIONES.

- Todo empresario, accionista o persona emprendedora que desee implementar una empresa, debería realizar un estudio de factibilidad para prevenir futuros fracasos al emprender.

- Para crear una empresa primeramente se requiere del estudio de mercado, por lo que de ésta manera se puede determinar la demanda, aceptación de los consumidores y se conocerá cuáles serán los clientes efectivos.

- Se debe realizar un estudio técnico para determinar el tamaño y localización de la planta, el estudio organizacional nos ayuda a determinar la estructura administrativa de la empresa.

- Se debe realizar todas las inversiones, depreciaciones de activos fijos, amortizaciones de activos diferidos, cálculo de los salarios del personal de la empresa y la carga social proyectada de acuerdo a la vida útil de la empresa, financiamiento, evaluación financiera para determinar si es rentable el proyecto y si existirán pérdidas o ganancias.

j) BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS

- Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Staunton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill, Pág. 49.
- Gómez Cristina, Mercadotecnia, México, 2010
- Dolores Tirado Bennasa, La Demanda, La Oferta Y El Mercado. Aplicaciones. 2008
- Michael R. Czinkota; Masaaki Kotabe, *Administración de la mercadotecnia* (2ª edición). Cengage Learning Editores
- Juan José Miranda, Gestión de Proyectos. Capítulo 6 “La organización”
- ROCA, FLORENCIA (2011). Finanzas para Emprendedores. Amazon Kindle Publishing.
- GAVA, L.; E. ROPERO; G. SERNA y A. UBIERNA (2008), Dirección Financiera: Decisiones de Inversión, Editorial Delta.

PAGINAS DE INTERNET

- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com>
- <http://hugoalbertoruiz.blogspot.com>
- <http://www.buenastareas.com>
- <http://www.mitecnologico.com>
- <http://emprendedor.unitec.edu>
- <http://www.pymesfuturo.com>

k) ANEXOS

TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Comprende toda la información necesaria y real que se obtuvo, mediante la aplicación de las encuestas en la ciudad de Loja, la misma que sirvió para realizar el diagnóstico del presente proyecto.

1.- ¿En su alimentación consume carne de pollo?

SI ()	NO ()
--------	--------

2.- ¿Qué tipos de carnes de pollo compra usted?

ENCUBADA ()

CRIOLLA ()

FINQUERA ()

3. ¿Cada qué tiempo y en qué cantidad consume carne de gallina criolla?

SEMANAL ()	QUINCENAL ()	MENSUAL ()
-------------	---------------	-------------

4. ¿Dónde compra la carne de gallina criolla?

TIENDA ()

BODEGAS ()

FERIA LIBRE ()

SUPERMERCADOS ()

5.- ¿Cual es el precio que paga por libra de carne de gallina criolla?

\$ 2.50 ()	\$ 2.55 ()	\$ 2.60 ()
-------------	-------------	-------------

6.-Por qué medios de publicidad prefiere que se dé a conocer la empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla en la ciudad de Loja.

PRENSA ()

RADIO ()

TELEVISIÓN ()

HOJAS VOLANTES ()

VALLAS PUBLICITARIAS ()

TRIPTICOS ()

7.- ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de carne de gallina criolla en la ciudad de Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto?

SI ()	NO ()
--------	--------

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por la libra de carne de gallina criolla?

\$ 2.50()	\$ 2.60 ()
------------	-------------

9. ¿Cuál es la radio local de su preferencia?

LOJA ()

MEGA SATELITAL ()

SOCIEDAD ()

RUMBA ()

10.- ¿A qué hora sintonizaría usted la radio?

06:00-10:00AM ()	12:00-16:00PM ()	19:00-21:00PM ()
-------------------	-------------------	-------------------

11.- ¿Qué tipo de envase preferiría que le entreguen el producto?

FUNDA PLASTICA ()	BANDEJA PLASTICA ()
--------------------	----------------------

12.- Señale los motivos de compra de la carne de gallina criolla que le gustaría encontrar en esta empresa.

PROMOCIONES ()

CALIDAD DEL PRODUCTO ()

CALIDAD DEL SERVICIO ()

BUEN AMBIENTE ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENTREVISTA A LA COMPETENCIA

A continuación se presenta la información obtenida en la ciudad de Loja, donde se vende carne de gallina criolla: Tienda “Reina del Cisne”, Bodega “Punto de Encuentro”, Locales en los mercados: La Tebaida, San Sebastián, Centro Comercial y Mayorista, Autoservicio “Romar”, Ferias Libres de la ciudad de Loja (sábados y Domingos).

1.- ¿Qué cantidad y a que precio su local expende la carne de gallina criolla?

TIENDA REINA DEL CISNE	()
BODEGA PUNTO ENCUENTRO	()
LOCALES MERCADOS DE LA CIUDAD	()
FERIAS LIBRES DE LA CIUDAD	()
AUTOSERVICIO ROMAR	()

2.- ¿Por qué cree que las familias lojanas, consumen la carne de gallina criolla?

CALIDAD	()
SABOR	()
NUTRICIÓN	()

3.- ¿Qué medio de publicidad utiliza su local para promocionar su producto?

RADIO	()
PERIÓDICO	()
CARTELES	()

4.- ¿Realizan promociones en su local?

SI ()	NO ()
--------	--------

5.- ¿Cuál de los siguientes aspectos es importante para su local?

ATENCIÓN AL CLIENTE	()
CALIDAD DE PRODUCTO	()
HIGIENE	()

6.- ¿Lleva algún tipo de control de su local como: contabilidad, inventarios y servicio al cliente?

SI ()	NO ()
--------	--------

7.- ¿Qué alternativas tomaría frente a la creación de una empresa para la producción de carne de gallina criolla y su comercialización?

BAJAR PRECIOS	()
MEJORAR ATENCIÓN AL CLIENTE	()
MEJOR CALIDAD DEL PRODUCTO	()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

INDICE

CARATULA	I
CERTIFICACION	II
AUTORIA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
a) TITULO	1
b) RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c) INTRODUCCION	6
d) REVISION DE LITERATURA.....	8
e) MATERIALES Y MÉTODOS.....	34
f) RESULTADOS.....	39
g) DISCUSIÓN	58
h) CONCLUSIONES	127
i) RECOMENDACIONES	129
j) BIBLIOGRAFIA	130
k) ANEXOS	131
INDICE	136