



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

TÍTULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO
RELLENO) EN LA CIUDAD DE LOJA”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA
COMERCIAL**

AUTOR A:

María Rosario Ganazhapa Ganazhapa

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Juan Encalada Orozco Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Juan Encalada Orozco Mg. Sc

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA Y DIRECTOR DE TESIS.**

CERTIFICA:

Haber revisado y dirigido el trabajo de investigación de tesis titulado
“**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA
(POLLO RELLENO), EN LA CIUDAD DE LOJA**”, previo a optar el grado de
Ingeniera Comercial, presentado por la aspirante **María Rosario Ganazhapa
Ganazhapa**, el mismo que cumple con los requerimientos establecidos por
normas de la Universidad Nacional de Loja, en sus aspectos de fondo y forma
por lo que autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Loja, Octubre de 2015



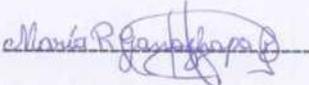
Ing. Juan Encalada Orozco Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, María Rosario Ganazhapa Ganazhapa ; 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.

Firma: 

Nombres: María Rosario Ganazhapa Ganazhapa

Cédula: 1104334352

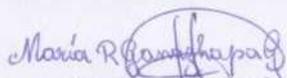
Fecha: Loja, Octubre del 2015

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

Yo María Rosario Ganazhapa Ganazhapa, declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO RELLENO) EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar al título de **INGENIERA COMERCIAL**; autorizo al Sistema Bibliotecario d la Universidad Nacional de Loja para con fines académicos, muestra 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 éste trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de ésta autorización, en la Ciudad de Loja”, a los 28 días del mes de Octubre del 2015 firma la autora.

Firma: 
Autora: María Rosario Ganazhapa Ganazhapa
Cédula: 1104334352
Dirección: San Cayetano Bajo
Correo electrónico: rganazhapa@gmail.com
Celular: 0990459555

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Juan Encalada Orozco Mg. Sc.

Tribunal de Grado

PRESIDENTE: Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán

VOCAL: Ing. Marco Patricio Gómez Cabrera

VOCAL: Ing. Orlando Agustín Curimilma Huanca

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y salud para alcanzar mis metas propuestas.

A mis padres María Ganazhapa (+) y José Ganazhapa, quienes con su cariño, paciencia, amor y sacrificio me apoyaron siempre en mi formación académica, porque no hay mejor herencia que dar el estudio a sus hijos.

También dedico este trabajo a **FREDY** mi marido que me apoyó incondicional y económicamente toda la carrera universitaria, caso contrario no hubiera sido posible llegar todo lo que he alcanzado, por eso DIOS siempre le derrama bendiciones en todo. A mi hija Andreita por ayudarme a cuidar de sus hermanitos Sebastián y Anthony, mientras yo desarrollaba el trabajo investigativo. Finalmente a mis hermanos, familiares y amigos por brindarme su apoyo moral para que continúe con mis estudios.

MARÍA ROSARIO

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi sincero agradecimiento a la **Universidad Nacional de Loja**, por haberme abierto las puertas para continuar con mis estudios superiores, que gracias a todos los que han sido mis docentes en la **Carrera de Administración de Empresas** he adquirido nuevos conocimientos para ponerlos en práctica durante mi vida profesional.

De manera particular al Ing. Juan Encalada Orozco, quien con sus conocimientos dirigió el Proyecto de Tesis y me supo guiar pacientemente durante todo el desarrollo de la misma para concluir con éxito.

LA AUTORA

a. TÍTULO

**Í PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA
(POLLO RELLENO) EN LA CIUDAD DE LOJAÎ**

b. RESUMEN

El presente trabajo de tesis titulado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO RELLENO) EN LA CIUDAD DE LOJA", nace de la clasificación y combinación de ideas como autora y de la necesidad de tener un producto de diferente sabor y presentación en el mercado para el consumo de las diferentes familias.

En referencia a lo antes mencionado, en el estudio se utilizó diferentes materiales y métodos de investigación; mediante el método Inductivo permitió conocer cuál es la demanda efectiva previa a la aplicación de las encuestas a las familias Lojanas, a través del método Deductivo se conoció cual es la oferta existente en el mercado. Así mismo se utilizó la técnica de la encuesta que permitió obtener información sobre los gustos y preferencias de las familias; de la misma manera fué necesario recurrir a la técnica de la entrevista, para conocer la comercialización del producto.

Para conocer el tamaño de la muestra se utilizó los datos del último censo, año 2010 con una tasa de crecimiento anual del 2,27% que corresponde al sector urbano y con el segmento de mercado por familias, que luego de aplicar la fórmula correspondiente se obtuvo un tamaño de muestra 397 encuestas.

Con la información obtenida de las encuestas y entrevista se procedió a determinar los diferentes estudios para este proyecto:

El Estudio de Mercado mediante la aplicación de la encuesta a las familias lojanas y la entrevista a los oferentes, se conoció que la Demanda Potencial está dada en un 100%, es decir, que todas las familias de la ciudad adquieren y consumen pollo y, la Demanda Real del 13,85% de las familias lojanas si consumen Galantina (pollo relleno). En cuanto a la Demanda Efectiva se obtuvo que el 98,18% están dispuestas a adquirir el pollo relleno porque consideran que es un producto poco conocido en el mercado local. Además de conocer la Oferta, la Demanda del pollo relleno y la Demanda Insatisfecha se elaboró el plan de comercialización.

El Estudio Técnico es la fase en la que se determina el Tamaño de la Planta conformada por la capacidad instalada y la utilizada; con respecto a la Localización de la empresa, ésta estará ubicada en la ciudad de Loja, exactamente en San Cayetano Bajo; así mismo se ha construido la Ingeniería del Proyecto, en la cual se determina el proceso productivo, el Flujograma de procesos y de recorrido, la descripción de los requerimientos y la Distribución de la Planta.

Este proyecto contiene el Estudio Organizacional y Empresarial en el cual se establece la base legal de la empresa.

En el Estudio Económico . Financiero consta la inversión inicial del proyecto, misma que está compuesta por los presupuestos de los Activos Fijos, Diferidos y Circulante y, las fuentes de financiamiento (propio y ajeno); llegando así a determinar que para invertir en el proyecto se requiere de \$ 26. 242,27. dinero

que será solventado por un préstamo a la Cooperativa JEP de \$15.000,0 que representa el 57,16% del préstamo total; así mismo se ha determinado los Costos Totales con una tasa de inflación anual del 4,81% y, para los sueldos y salarios se proyectó con el 8%; el costo unitario de producción; el precio de venta al público que para el primer año es de \$15,95 por cada pollo relleno, teniendo así que los ingresos anuales por ventas es de \$229.680,00; también se ha determinado los costos fijos y variables, que mediante los cálculos el punto de equilibrio en función de las ventas para el primer año es de \$162.924,24 y, en función de la capacidad instalada es del 70,94%; en el estado de pérdidas y ganancias se tiene una Utilidad Neta de \$9.747,30 para el primer año y, el flujo de caja de \$9.808,86.

Y dentro de la Evaluación Financiera están los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) que es de \$40.141,02; la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 46,88%; el Período de Recuperación de Capital (PRC) que se dará dentro de 3 años y 11 días; la Relación Beneficio Costo (RB/C) es mayor a uno, lo que significa que por cada dólar invertido se recupera 0,12 ctvs. y el Análisis de Sensibilidad (AS) con la disminución del 5,45% en los ingresos y el Análisis de Sensibilidad con el incremento del 6% en los costos. Todos estos elementos permitieron determinar la factibilidad de ejecución del proyecto.

Por último se determina las siguientes conclusiones que se desplegaron en base al desarrollo de dichos estudios:

En el estudio de mercado se determinó que el 98,18% de las familias lojanas están dispuestas a adquirir el pollo relleno porque es un producto poco conocido en el mercado local.

En el estudio técnico se determinó el Tamaño y localización de la Planta e Ingeniería del Proyecto.

El tipo de compañía funcionará bajo la modalidad de Empresa Unipersonal de Responsabilidad limitada %EURL+, para ello se ha estructurado los niveles jerárquicos, los organigramas y el manual de funciones.

Finalmente con los indicadores financieros de determina que el proyecto factible.

ABSTRACT

The present thesis work titled "project feasibility for the implementation of a business producing and COMMERCIALIZING of GALANTINE (chicken filling) in the city of LOJA", nace classification and combination of ideas as the author and the need to have a different flavor and presentation product on the market for the consumption of the different families.

In reference to the above, the study used different materials and methods of research; using the inductive method allowed to know what the effective demand prior to the implementation of surveys Lojanas families, through the deductive method met which is existing in the market offer. Also used the technique of the survey which allowed information about the tastes and preferences of families; in the same way was necessary to resort to the interview technique, to learn about the commercialization of the product.

The latest census data, year 2010 with an annual growth rate of 2.27% which corresponds to the urban sector and the market segment by families, after applying the appropriate formula obtained a sample size 397 surveys was used to know the size of the sample.

With the information obtained from the surveys and interview was to determine the different studies for this project:

The market study through the application of the survey interview bidders and lojanas households, became known that the potential demand is given 100%,

i.e., all the families of the city to acquire and consume chicken, and the actual demand of 13.85% of families lojanas if they consume galantine (stuffed chicken). In as far as effective demand was that 98,18% are willing to acquire the chicken filling because they consider that it is a product little known in the local market. Besides knowing the offer, demand for the stuffed chicken and the unsatisfied demand developed the marketing plan.

The technical study is the phase in which determines the size of the plant installed capacity and the used; with respect to the location of the company, this will be located in the city of Loja, exactly in San Cayetano Bajo; the engineering of the project, which determines the production process, the flowchart of processes and of course, the description of requirements and the distribution of the plant was also built.

This project contains the organizational and business study, which establishes the legal basis of the company.

In the study of economic - financial comprises the initial investment of the project, in which consists of the budgets of the fixed assets, deferred and current, and the sources of financing (own and others); coming thus to determine required \$26 to invest in the project. 242,27. money which will be resolved by a loan to the JEP cooperative of \$15.000,0 representing 57,16% of the total loan; also found the total costs with a rate of 4.81%, and for wages and salaries annual inflation was projected with 8%; the unit cost of production; the selling price to the public that for the first year is \$15.95 per each chicken filling,

given so yearly sales revenue is \$229.680,00; also found the fixed costs and variables, which calculations using a balance based on sales for the first year is \$162.924,24, and depending on the installed capacity is 70,94%; in the State...

And within the financial evaluation are financial indicators such as the net present value (VAN) which is \$40.141,02; the internal rate of return (IRR) 46,88%; the Capital recovery period (PRC) to be given within 3 years and 11 days. the benefit cost ratio (RB/C) is higher one, which means that for every dollar invested recovers 0.12 cents. and the analysis of sensitivity (AS) with the decrease of 5.45% in revenues and sensitivity analysis with the increase of 6% in costs. All these elements allowed to determine the feasibility of the project.

Finally determines the following conclusions were made on the basis of the development of these studies:

The market study found that 98,18% of the lojanas families are willing to purchase the stuffed chicken because it is little known in the local market.

The technical study determined the size and location of the plant and project engineering.

The type of company will operate under the proprietorship of limited liability "EURL" mode, for it has been structured hierarchical levels, the flow charts and the manual functions.

Finally with the financial indicators of determines that the project feasible.

c. INTRODUCCIÓN

En cada país todas las empresas tienen como finalidad obtener beneficios económicos y generar fuentes de trabajo para mejorar las condiciones y calidad de vida del ser humano, ya que el factor económico es indispensable para el desarrollo de toda localidad. Es así que el presente proyecto de tesis de grado se enmarca en un pollo relleno porque es un producto diferente al que existe en el mercado local. Siendo así que se enfoca en dar una alternativa de emprendimiento y así poder crear empresas de producción a través de un estudio de inversión para no tener ningún riesgo.

El presente trabajo investigativo parte desde la estructura del tema que se enmarca en un **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (pollo relleno) EN LA CIUDAD DE LOJAÍ**, empresa ubicada en San Cayetano Bajo en las calles Moscú y Jarkov, con una vida útil de cinco años.

El presente trabajo parte desde del Estudio de Mercado, que a través de la aplicación de encuestas a los demandantes y entrevista a los oferentes se establece la oferta y la demanda. Para ello se diseña un Plan de Comercialización.

En el Estudio Técnico se define el tamaño, en el cual se determina la Capacidad Instalada y Utilizada de producción; así también la localización de la empresa, luego de haber tomado en cuenta y analizado todos los factores

internos y externos que se encuentran inmersos con la empresa; la Ingeniería en el cual consta el proceso productivo con sus respectivos flujogramas (proceso y recorrido) y la descripción de los requerimientos de maquinaria y equipos indispensables para la elaboración de la Galantina, por ende se necesita de un espacio físico adecuado para el desarrollo de las actividades.

Seguidamente está el Estudio Organizacional y Empresarial, en donde se establece un tipo de compañía que funcionará bajo la modalidad de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada con una vida útil de 5 años; además se ha estructurado los niveles jerárquicos detallados en los organigramas propuestos para el proyecto y, se elaboró un manual de funciones en el que se indican claramente cada una de las tareas a cumplir para cada cargo.

Como última fase del proyecto se encuentra el Estudio Económico-Financiero donde se deduce los presupuestos de los activos fijos, diferido y circulante para la empresa, así como también la forma de financiamiento a través de inversiones propias y ajenas que ayuden a solventar la inversión inicial del proyecto. Para determinar la evaluación del proyecto y, se lo hace a través de La Evaluación Financiera, la misma que contiene los indicadores como el Valor Actual Neto (**VAN**), la Tasa Interna de Retorno (**TIR**), el Período de Recuperación de Capital (**PRC**), la Relación Beneficio Costo (**RBC**), además se realizó el Análisis de sensibilidad (**AS**) con la disminución en los ingresos y el Análisis de sensibilidad (**AS**) con el incremento en los costos.

Adicional a lo antes mencionado se detalla la Bibliografía, haciendo referencia de la teoría consultada. Además de los Anexos se encuentra como parte final del trabajo investigativo el Índice, el cual facilitará al consultor la ubicación de cada contenido que conforma el proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

LA AVICULTURA

La avicultura es la práctica de cuidar y criar aves como animales domésticos con diferentes fines, y la cultura que existe alrededor de esta actividad de crianza. La avicultura se centra generalmente no solo en la crianza de aves, sino también en preservar su hábitat y en las campañas de concientización público. Dentro de la avicultura se incluye tanto la avicultura de producción para conseguir carne, plumas o huevos; y la avicultura recreativa con la cría de especies por cuestión de afición.¹

La avicultura en la actualidad es considerada una industria que está en constante crecimiento, transformando así, proteína vegetal en proteína animal en la forma más efectiva para el consumo humano. En el país se ha dado amplio desarrollo a la avicultura surgiendo algunas empresas avícolas, naciendo India en la década de los 80 que posteriormente cambiaría su nombre a Pronaca.

La demanda de carne de pollo ha incrementado en los últimos años gracias a que las familias ecuatorianas se han inclinado hacia el consumo de la misma,

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

por ser una carne blanca, nutritiva y relativamente barata en comparación de otras carnes.²

Análisis de las tendencias del mercado

Ecuador es un país privilegiado ambientalmente y las condiciones climáticas son las apropiadas para la crianza de pollo y las empresas ecuatorianas tienen gran oportunidad de expandirse hacia otros países, tal es el caso de la principal empresa ecuatoriana comercializadora de aves (PRONACA).

Tipos de mercados de pollos

Los tipos de mercados de pollos son los que dan oportunidad de consumo por los diferentes clientes que tiene cada región, tal es el caso en las ciudades grandes los mercados de aves están clasificados en mercados de venta de pollos en pie, faenados, despresados, ahumados y listos para el consumo como son los pollos horneados, ahumados³ y rellenos, además de puede establecer que en la ciudad de Loja se tiene mercados de pollos faenados, además de la venta de pollo en pie en el mercado mayorista Gran Colombia, los mercados de pollos horneados que los ofrecen las empresas de pollos Sandi, Gusy, Pavi Pollo entre otros, los mercados de pollos ahumados y rellenos dependen de otras empresas que requieren cubrir estos mercados ya que algunas empresas faenadoras solo se dedican a la comercialización de pollo en pie o faenado y la distribución del pollo faenado en presas o enteros.

² (Dr. Juan Castillo, Asesoría en la industria Avícola, CASAG

³ CELI M, Francisco Ramón. Tesis titulada REINGENIERÍA DE LOS PROCESOS DE LA EMPRESA %EVA POLLOS+DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA.2014

Características del Producto o Servicio

El producto que se comercializa actualmente en el mercado local tiene diferentes presentaciones:

- Pollo entero enfundado con su respectivo peso.
- Pollo vacío enfundado con su respectivo peso.
- Pollo despresado sin menudencia, enfundado con su respectivo peso.
- Pollo despresado con menudencia, enfundado con su respectivo peso.
- Pollo entero en gavetas y se lo entrega y se enfunda según la preferencia del cliente.

El pollo como comida

La carne de pollo es de las más comidas en todo el mundo y esto se debe a su bajo costo. El pollo también es muy utilizado en los restaurantes de comida rápida.

Cabe destacar que adquiere un gran valor nutricional debido a que se digiere más fácilmente que las carnes rojas. Sin embargo es muy rico en purinas (como todos los productos cárnicos), por lo cual se debe evitar en caso de gota o ácido úrico elevado. También se suele consumir la carne de gallina. Sin embargo hay que acotar que esta carne es más dura y toma más tiempo para cocerse que la del pollo.⁴

⁴http://es.wikipedia.org/wiki/Gallus_gallus_domesticus#El_pollo_como_comida

Usos

Se suele emplear en una gran variedad de preparaciones que van desde el asado a la parrilla (barbacoa), al horno, frito, hasta la participación de su carne en la elaboración de sopas o caldos. Se puede ver su carne picada en ensaladas, sándwiches. Una de las variedades más frecuentes es el pollo asado que se puede ver en las diferentes ciudades del mundo.

Nutrición

La carne de pollo suele ser más liviana y de mejor digestibilidad respecto a las carnes rojas. Además, posee menor contenido de purinas; las cuales son responsables de la aparición de hiperuricemia. Es por esta razón que es recomendada por médicos y nutricionistas⁵.

Composición Nutricional

Grupo: Aves	Porción comestible: 0,7
Agua (ml)	70,3
Energía (Kcal)	167,00
Carbohidratos (gr)	0,00
Proteínas (gr)	20,00
Colesterol (mgr)	80,00
Sodio (mgr)	142,00
Potasio (mgr)	185,00
Calcio (mgr)	13,00
Fósforo (mgr)	180,00
Hierro (mgr)	1,1
Retinol (mg)	0,00
Ácido ascórbico (C) (mgr)	1,00
Riboflavina (B2) (mgr)	0,15
Tiamina (B1) (mgr)	0,1
Ácido fólico (microgr)	10

⁵http://es.wikipedia.org/wiki/Carne_de_pollo

Cianocobalamina (B12) (microgr)	0,00
Fibra vegetal (gr)	0,00
Ácidos Grasos Poliinsaturados (gr)	2,2
Ácidos Grasos Saturados (gr)	3,65
Ácido Linoleico (gr)	2,05
Ácido Linolénico (gr)	1,00
Lípidos (gr)	9,7
Ácidos Grasos Monoinsaturados (gr)	4,95 ⁶

GALANTINA



La **galantina** es un plato francés compuesto por carne deshuesada rellena comúnmente de ave

o pescado, que se cuece a fuego lento y se sirve fría, cubierta con aspic. Las galantinas se rellenan a menudo con farsa y se presan para darles forma cilíndrica. Debido a que deshuesar aves se considera difícil y laborioso, este plato se considera bastante elaborado, por lo que a menudo se decora profusamente, de donde procede su nombre.

Las galantinas más clásicas son de ave como pollo o pato, porque es más fácil su deshuesado, a las que si se desea mantenerle una forma similar a la original se les deja las alas y las patas, para representar su forma.⁷ Es necesario ahumar el pollo relleno.

⁶ <http://nutriguia.com/alimentos/pollo.html>

⁷ http://www.venezuelatuya.com/cocina/galantina_gallina.htm

El ahumado



El ahumado es una de las técnicas de conservación de los alimentos más antigua porque lo que hace es quitar el agua a los alimentos por la acción del humo. Siendo así que se logra la deshidratación para la conservación y la adición de determinados condimentos dan un sabor especial.

Formulación básica:

- Agua 90%
- Sal Común con nitritos 10%
- Humo Líquido.

En el caso de la sal común con nitritos, es la que utilizan las empresas de embutidos y en algunos países se encuentran en el mercado comercial, sal preparada para curar carnes, con indicaciones para su utilización de no ser así, usted no debe manejar nitritos, si no es un técnico o especialista en la materia. El humo líquido se encuentra en el mercado comercial con indicaciones para su uso. A esta formulación básica usted puede agregarle ingredientes tales como los condimentos y las hierbas aromáticas para cada pieza de carne específica, así mismo reemplazar parte del agua por vinagre de frutas, o vinos de mesa. Esta formulación básica es agregada a 10 veces, es decir, 1 litro de esta

solución se debe agregar a 10 kilos de carne o 100 ml a 1 kilo de carne. Los condimentos se calculan con base al peso de la carne.⁸

Inconvenientes del ahumado

Una de las mayores desventajas del ahumado es que durante la producción de humo mediante la combustión de serrín de madera, se producen sustancias derivadas del hollín y del alquitrán, como las nitrosaminas, muy perjudiciales para la salud ya que son cancerígenas. Estas sustancias se producen como consecuencia del mal tratamiento del humo en equipos que no poseen filtros ni dispositivos de condensado del mismo para poder eliminarle estas sustancias tan nocivas.

Humo líquido

El uso de humo líquido resulta más simple e higiénico, al no tener que ocuparse de la manipulación de aserrín, limpieza del lugar donde se realiza el ahumado y problemas correspondientes además ha proporcionado una solución al problema de las emisiones relativas al ahumado tradicional. Elimina las emisiones de partículas y de olor desagradable de la mayoría de las operaciones de ahumado de carne, a fin de satisfacer las reglas industriales de contaminación de aire. Con condensados de humo líquido, el benzopireno y las nitrosaminas no se encuentran presentes a un nivel detectable. Esto ha llevado a muchos investigadores a recomendar el uso de saborizantes de humo líquido

⁸ <http://www.monografias.com/trabajos97/ahumado-carnes/ahumado-carnes.shtml>

de madera natural como forma de eliminar cualquier agente cancerígeno potencial en los alimentos con saborizante ahumado⁸

Nitratos y nitritos en los alimentos

Los nitratos y nitritos son muy usados en la conservación de carnes y pescados. Estas sales utilizadas en muchos países, son consideradas vitales para el control y prevención del *botulismo*¹⁰.

Además Los nitratos y nitritos desempeñan un importante papel en el desarrollo de características esenciales en los embutidos, ya que intervienen en la aparición del color rosado característico de estos, dan un sabor y aroma especial al producto¹¹.

Tipos de ahumados

Existen dos tipos de ahumados, en frío y en caliente.

En frío, el proceso dura aproximadamente de 24 a 48 horas (dependiendo del alimento) y no debe superar los 30°C.

En caliente la temperatura debe ser mayor a los 60° y no superar los 75°C. Se recomienda primero realizar el ahumado en frío y luego en caliente.

⁹ <http://www.monografias.com/trabajos97/ahumado-carnes/ahumado-carnes.shtml>

¹⁰ <http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/NitratosyNi.htm>

Productos que se procesan por este método: Se utiliza en embutidos, quesos, cervezas, pescados, tés, whiskies y condimentos¹².

Niveles de Producto

Se necesita concebir cuatro niveles del producto las cuales ayudarán a incrementar valor al cliente, los cuales son las siguientes:

- ❖ **Beneficio central:** El beneficio básico que el cliente consigue es que lleva a su hogar un producto de buen sabor, carnosos y saludable.
- ❖ **Producto genérico:** Carne de Pollo y de cerdo.
- ❖ **Producto esperado:** La principal propiedad es su sabor.
- ❖ **Producto Potencial:** Sería una idea genial que en la ciudad de Loja se implementara un local que elabore y comercialice Galantina (pollos rellenos).

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 tajada (aprox. 17g)	
Porción por empaque	13	
Cantidad por porción		
Calorías	15	
Calorías de grasa	0	
		% Valor diario*
Grasa Total	0.5g	1%
Grasa Saturada	1g	0%
Grasa Trans	0g	
Colesterol	<5mg	0%
Sodio	160mg	7%
Carbohidrato Total	0g	0%
Fibra dietaria	0g	0%
Azúcares	0g	
Proteínas	3g	6%
Vitamina A		0%

¹² <http://alimentos-cetis100.blogspot.com/2009/04/ahumado.html>

Vitamina C	0%
Calcio	0%
Hierro	0%
* Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas. ¹³	

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO

El proyecto es un conjunto ordenado de antecedentes, encuestas, estudios, suposiciones y conclusiones las cuales permiten evaluar conveniencias o no, de determinar factores y recursos para el establecimiento de una unidad de producción determinada.¹⁴

Clasificación de los proyectos:

Los proyectos se distinguen en dos grandes grupos:

1. Inversión.- son con fines de lucro.
2. Sociales.- prestan servicio.

Fases el proyecto

- a. Identificación de la idea

Se trata de definir y delimitar la idea del proyecto, identificando sus posibles soluciones y alternativas técnicas y económicas.

- b. Anteproyecto preliminar

¹³<http://www.koyomad.com/producto.php?id=83>

¹⁴ <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/proyectos-de-inversion-10070169>

Se trata de verificar que por lo menos una de las alternativas de solución (ideas) es rentable.

c. Estudio de factibilidad

Se trata de ordenar alternativas de solución técnica, económica y financiera de cada proyecto. Utilizando fuentes primarias de información.

d. Implementación

Contendrá los detalles que posibiliten llevar a cabo todas las tareas: adquisición de terrenos, construcción de edificios, fabricación, transporte . montaje de equipos y obtención de insumos necesarios para el proyecto con especificaciones precisas y costos ajustados de los elementos que se emplean, y de las tareas que deben realizarse dentro de las condiciones de financiamiento realmente obtenidas¹⁵.

PROYECTO DE INVERSIÓN

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias¹⁶.

¹⁵ <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/proyectos-de-inversion-10070169>

¹⁶ <http://es.scribd.com/doc/3852189/Proyecto-de-inversion>

Importancia

La importancia del diseño del proyecto estriba en que esto debe realizarse detallada y minuciosamente conjuntando una serie de elementos que permitan finalmente determinar si es viable o no en base a estos antecedentes. Es importante que el diseño este bien estructurado entendible para diferentes instancias, con ideas claras y sistematizadas que permitan reflejar en situaciones, condiciones y números reales del **proyecto**¹⁷.

Las etapas de un proyecto de inversión son las siguientes: Estudio de mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional y Evaluación Económica y Financiera.

ESTUDIO DE MERCADO

Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica¹⁸. En sí hablamos del producto, servicio, mercado del proyecto, mercado, demanda, oferta, demanda insatisfecha y plan de comercialización.

PRODUCTO

Es un bien o servicio que se ofrece al mercado y que puede satisfacer un deseo o una necesidad.

SERVICIO

Es el equivalente no material de un bien.

¹⁷ <http://www.agroproyectos.org/2013/12/que-es-un-proyecto.html>

¹⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

MERCADO DEL PROYECTO

El mercado del proyecto contiene aspectos indispensables para establecer la viabilidad del proyecto tales como el mercado proveedor, clientes y competencia.

Mercado del Proveedor: se encarga de asegurar a la empresa el abastecimiento de materia prima, insumos y materiales, considerando costos, calidad, cantidad, entrega y condiciones de venta.

Clientes: llamado mercado meta porque será el comprador-consumidor del producto o servicio que se ofrecerá.

Competencia: es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quien compran o adquieren estos bienes o servicios¹⁹.

MERCADO

El mercado es el punto de encuentro de ofertantes y demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, cantidad y precio²⁰.

Producto sustituto.- Í es aquel que puede satisfacer una necesidad o necesidades similares reemplazando al producto principal ya que pueden ser elaborados de diferente manera²¹.

¹⁹ <http://www.es.wikipedia.org.com>

²⁰ CORDOBA, Marcial: Formulación y Evaluación de Proyectos, 2006, pág.202.

DEMANDA

Es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y se la define como la cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo²².

Análisis de la demanda

El estudio de la demanda se dirige a calcular, con la mayor precisión posible, las cantidades reales y potenciales de consumo de determinado bien o servicio.

Clases de demanda

1. Demanda Potencial. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado en un tiempo determinado o no establecido.

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

3. 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, el nivel de ingresos u otros factores que impedirían que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo²³.

²¹. (BACA U, Gabriel. 2012. Sexta Edición. Pág. 15)

²²<http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

²³. (BACA U, Gabriel. 2010. Sexta Edición. Pág. 18)

OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado²⁴.

Tipos de oferta

1. Competitiva o de mercado libre.- en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.

2. Oligopólica.- se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.

3. Monopólica. Se encuentra dominada por un sólo productor que impone calidad, precio y cantidad.

DEMANDA INSATISFECHA

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Es importante considerar en el proyecto, las variables del marketing como el producto, precio, plaza y promoción. Estas cuatro variables son las siguientes y se las conoce como las cuatro P²⁵.

²⁴<http://www.buenastareas.com/ensayos/Concepto-De-Oferta/1248767.html>

Producto

Es el conjunto de atribuciones tangibles e intangibles destinado a satisfacer las necesidades o deseos de consumidores, destacando sus características principales.

Estrategias del producto

Características extrínsecas: presentación, nombre de la empresa, logotipo, envase, etiqueta, slogan.

Precio

Í Se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien²⁶.

Estrategias del precio

Descuento.- cantidad de dinero que se disminuye del valor total del precio de venta.

Plaza o distribución

%ugar donde se puede comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que

²⁵<http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk42.htm>

²⁶ CORDOBA, Marcial: Formulación y Evaluación de Proyectos, 2006, pág.202.

el producto llegue al lugar adecuado, en el momento indicado y en las condiciones acordadas.

Estrategias de plaza

Productores- minoristas-consumidores.- este es el canal más visible para el consumidor final²⁷.

Promoción y publicidad

tiene por objetivo comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre el producto y ofertas a través de un mensaje comercial como la utilización de campañas promocionales (descuentos, cupones, muestras gratuitas, premios), para que tome la decisión de comprar un producto o servicio que una empresa ofrece para el logro de los objetivos organizacionales²⁸.

Estrategias de promoción

Premios.- productos gratuitos o que se ofrecen a bajo costos como incentivo para la adquisición de algún producto.

Promociones en el punto de venta.- exhibiciones o demostraciones en el punto de venta o compra.

²⁷ CORDOBA, Marcial: Formulación y Evaluación de Proyectos, 2006, pág.202.

²⁸ <http://www.monografias.com/cgi-bin/search>

Descuentos.-Reducción del precio de un producto o servicio, válido por un tiempo.

Estrategias de publicidad: Las estrategias de publicidad son usadas por los fabricantes como medio para lograr que los consumidores hagan una acción específica, como comprar un producto²⁹.

Radio.- Medio por el cual se da a conocer un producto a través de palabras.

Televisión.- medio de comunicación que permite informar e indicar el producto mediante palabras e imágenes.

Periódico.- medio informativo que da a conocer de todos los ámbitos que acontecen en el medio, incluyendo los nuevos productos.

ESTUDIO TÉCNICO

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes de: dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto+(Baca Urbina, 2010).

TAMAÑO DE LA PLANTA

Nos permite cuantificar la capacidad de producción durante el período de funcionamiento, por lo que es importante definir el número de unidades a producirse dentro del tiempo establecido.

²⁹ http://www.ehowenespanol.com/estrategias-publicidad-promocion-lista_52392/

Análisis de los factores que pueden ayudar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto:

Identificación de la demanda: El estudio de mercado tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la demanda real, potencial y la proyectada, basándose en la investigación de mercado. La proporción de demanda real y potencial puede ser mayor a la proporción de producción que tendrá el proyecto; puede ser igual si la demanda real y potencial se ve satisfecha con la capacidad de producción, pero si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, ya que sería muy riesgoso.

Identificación de los Insumos: Representa la disponibilidad suficiente de materia prima en cantidad y calidad que se requiere para el desarrollo del proyecto. Lo importante es conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldados por cotizaciones.

Identificación de la Maquinaria.-es toda la maquinaria que se necesita para la inversión del proyecto, para ello es importante tomar en cuenta la determinación de la maquinaria y equipo, mismo que será respaldado por una cotización que muestra las dimensiones del bien, su capacidad, costo de mantenimiento, consumo de energía e infraestructura necesaria para su habilitación³⁰.

El tamaño de la planta está dado por la Capacidad Instalada y utilizada.

³⁰ Guía del módulo X. administración de empresas. Año 2011.

CAPACIDAD INSTALADA

Es el nivel máximo de producción o prestación de servicios que puede generar el equipo tecnológico o trabajadores, durante el período de vida de la empresa.

CAPACIDAD UTILIZADA

Es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando y está establecida por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un tiempo determinado.

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto (SAPAG, 2007).

El objetivo que sigue a la ubicación de un proyecto es lograr una situación de competencia basada en menores precios, mejor capacidad de transporte y rapidez en el servicio. Esta parte es elemental y de resultados a largo plazo, ya que una vez creada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.³¹

³¹<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1461/4/CAPITULO%203.pdf>

La localización está condicionada por las siguientes fuerzas:

- ✓ **Costo del transporte:** Factor indispensable que se debe tomar en cuenta para la adquisición de materia prima, ingreso del personal y salida del producto.
- ✓ **Servicios Básicos:** Son precisos en la puesta en marcha de una empresa: luz, agua, teléfono, alcantarillado.
- ✓ **Recursos:** Los recursos necesarios para la implementación de una organización son: humanos, tecnológicos, económicos y técnicos.
- ✓ **Mano de obra:** recurso necesario que se necesita para el manejo de los implementos a utilizarse en la empresa.

La localización está conformada por la Macro y Microlocalización

MACROLOCALIZACIÓN

En este estudio primarán consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos global es de producción y por lo tanto no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo.³²

MICROLOCALIZACIÓN

Consiste en definir la provincia, cantón, parroquia, zona urbana y rural, y para su ubicación se lo hará en el plano del sitio donde operará.

³²BACA U, Gabriel, *Formulación y Evaluación*, Ed. Norma, p.35, Bogotá, 2003.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es el estudio en donde se determinará las necesidades de equipos, maquinaria; la distribución de la planta y el estudio de requerimientos del personal que los operen.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo³³.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Es la descripción gráfica del proceso productivo utilizando simbología para representar las operaciones efectuadas, además se debe especificar el tiempo empleado, la distancia recorrida y el tipo de acción efectuada³⁴.

DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTOS

Características de la tecnología:

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos que serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio. Para poder garantizar un buen producto, se deben tener en cuenta los siguientes parámetros para la adquisición de equipos y suministros:

³³ CORDOBA, Marcial: Formulación y Evaluación de Proyectos, 2006, p.202.

³⁴. (Gabriel Baca Urbina. 2010. Sexta Edición. Pág. 19)

- Encontrar los mejores equipos y suministros en términos de la relación costo / beneficio.
- Lograr con los proveedores, condiciones económicas y financieras mutuamente beneficiosas.
- Diseñar adecuadamente el lugar donde se instalarán los equipos, así como las áreas de servicios complementarios para cada programa en particular³⁵.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Corresponde al espacio físico donde se reúnen personas, equipo, herramientas y materias primas para la elaboración de un producto determinado.³⁶

Para poder diseñar la distribución de la planta es necesario identificar y determinar cuáles son las áreas de operación del negocio, a fin de poder establecer los espacios adecuados para cada una de ellas.³⁷

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye

³⁵ RAFAEL ALCARAZR. Ob cit.

³⁶ NASSIR, SAPAG CHAIN, *Formulación y evaluación de proyectos*, pág. 25, Ed. Norma, 200

organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero³⁸.

a. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Conformada por la constitución legal de la empresa.

b. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Consiste en estructurar e integrar los recursos y los órganos encargados de su administración, relacionarlos y fijarles sus atribuciones.

NIVELES JERÁRQUICOS

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa.

NIVEL LEGISLATIVO-DIRECTIVO

Es el más alto del organigrama, dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido.

NIVEL EJECUTIVO

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consiste en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como

³⁸<http://estudiosorganizacionalylegal.webnode.es/products/estudio-organizacional/>

también planificar, dirigir, organizar y controlar las tareas administrativas de la empresa³⁹.

NIVEL ASESOR

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y en esas áreas que tenga que ver con la empresa.

NIVEL AUXILIAR

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa⁴⁰.

NIVEL OPERATIVO

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Está conformada por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción.

ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura orgánica en donde se define como funcionará la organización, además revelan división de funciones y las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa.

³⁹<http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Los organigramas estructurales son aquellos que tienen por objeto la presentación gráfica de la estructura administrativa (Unidades Administrativas) de una institución, así como de las relaciones que se dan entre sus órganos⁴¹.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL.

Consiste en representar gráficamente las funciones básicas de una unidad administrativa.⁴²

ORGANIGRAMA POSICIONAL.

Sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aún el nombre del empleado.

MANUAL DE FUNCIONES

Es un libro de instrucciones para el personal de una organización que describe vinculación, responsabilidad y actividades a desarrollar en un puesto o área específica para cada integrante de la organización.⁴³

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

- Relación de dependencia (Ubicación interna)

⁴¹ <http://es.slideshare.net/sagjess/unidad-6-estudio-administrativo-y-legal-22680464>

⁴² html.rincondelvago.com/manual-de-organizacion_1.html

⁴³ <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>

- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo (Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo)
- Tareas principales
- Tareas secundarias
- Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Este estudio pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Además se conocerá cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas⁴⁴.

INVERSIONES PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA

Estas inversiones se las puede agrupar en tres tipos: activos fijos, activos nominales y capital de trabajo⁴⁵.

Inversiones en Activos Fijos. Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto, son activos fijos entre otros los terrenos, las obras físicas, el equipamiento de la planta,

⁴⁴ <http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>

⁴⁵ es.wikipedia.org/wiki/Inversión

oficinas (maquinaria, muebles, herramientas, vehículos) y la infraestructura de servicios de apoyo (agua potable, desagües, red eléctrica, etc.).

Inversiones en Activos Nominales o Diferidos. Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar y, al igual que la depreciación afectarán al flujo de caja indirectamente por la vía de una disminución en la renta imponible, y por lo tanto de los impuestos pagaderos⁴⁶.

Inversiones en Activo Circulante o Capital de Trabajo. Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados⁴⁷.

FINANCIAMIENTO

Es la inversión requerida, es necesario prever las fuentes de financiamiento, es decir de dónde se obtendrá los recursos que permitirán adquirir o incurrir en todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

Se llama **presupuesto** (*Budget* en inglés) al cálculo y negociación anticipado de los ingresos y egresos de una actividad económica (personal, familiar, un

⁴⁶es.wikipedia.org/wiki/Inversión; Financiación

negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual.

Presupuesto de Costos

En toda actividad productiva al ofrecer fabricar un producto o prestar un servicio se generan costos, entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto o la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente.

Presupuesto de Ingresos

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas⁴⁸.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

- Por debajo de ese nivel de actividad la empresa tendrá pérdidas.
- Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendrá beneficios⁴⁹.

⁴⁸ <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>

⁴⁹ <http://www.aulafacil.com/Contabcoste/Lecc-9.htm>

Costos fijos

Í Son los que no varían para un determinado nivel de actividad, y comprenden todos los valores pagados por los bienes y servicios adquiridos y que su pago es obligado e independiente del volumen de producción. Se incluyen en este punto: el alquiler del local, la mano de obra, los seguros sociales, y de otros tipos, las amortizaciones, los impuestos municipales, patentes, etc.

Costos variables

Son los que varían en razón del volumen de producción, es decir, dependen totalmente de la producción que se realice. Se incluyen aquí: materias primas, embalaje, almacenamiento, transporte, impuestos varios, etc.⁵⁰

.El punto de equilibrio.- se puede calcular en forma gráfica, En función del volumen de ventas, En función de la capacidad instalada.

ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado⁵¹.

⁵⁰ Gary Flor García, guía para crear y desarrollar su propia empresa, pág. 107

⁵¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros

ESTADO DE RESULTADOS

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período⁵².

FLUJO DE CAJA

Es el estado financiero que se presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entradas y salidas de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente futura.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Evaluar requiere medir objetivamente ciertas magnitudes resultantes del estudio del proyecto y combinarlo en operaciones matemáticas, asistidas por computador, a fin de obtener los indicadores de evaluación que permitan ver la marcha y progreso del proyecto.

VALOR ACTUAL NETO

Valor actual neto (VAN): Indica la ganancia o la rentabilidad neta generada por el proyecto. Se puede describir como la diferencia entre lo que el inversor da a la inversión y lo que la inversión devuelve al inversor.

⁵²es.wikipedia.org/wiki/Estados financieros.

Cuando un proyecto tiene un V.A.N. mayor que cero, se dice que para el interés elegido resulta viable desde el punto de vista financiero.

Fórmula:

$$VAN = \sum \text{del flujo neto actualizado} - \text{inversión}$$

a. TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa interna de rentabilidad (TIR), tipo de interés que haría que el VAN

Fuera nulo. Para que la inversión sea rentable, este valor debe de ser mayor al tipo de interés del mercado⁵³.

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

Fórmula:

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

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión original, consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital⁵⁴.

⁵³http://www.uclm.es/area/ing_rural/proyectos/alvaromora/11p-anejoviii-estudioeconomico.pdf

⁵⁴www.facilcontabilidad.com/elementos-que-conforman-los-estados-financ

Fórmula:

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos actualizados}}{\text{Flujo neto del año que se recupera la inversión}}$$

b. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio / costo indica la cantidad de dólares que se está percibiendo o perdiendo por cada dólar de inversión, y por ende este valor tiene que ser mayor que uno para determinar que un proyecto es factible económicamente⁵⁵.

Pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto

Fórmula:

$$\text{BC} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}} - 1$$

c. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de

⁵⁵ <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/828/5/CAPITULO%205.pdf>

sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan⁵⁶.

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

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

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LOS INGRESOS DISMINUIDOS Y CON LOS EGRESOS INCREMENTADOS

Fórmulas:

$$NTIR = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \left(\frac{\text{VAN tasa menor}}{\text{VAN tasa menor} - \text{VAN tasa mayor}} \right)$$

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR} - \text{NTIR}$$

$$\% \text{ de variación} = \left(\frac{\text{diferencia de la TIR}}{\text{TIR}} \right) * 100$$

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{ de variación}}{\text{NTIR}} \right)$$

⁵⁶www.monografias.com//Administración y Finanzas.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización del presente estudio de factibilidad se utilizaron distintos materiales, métodos y técnicas de investigación que permitieron recabar información, objetiva y precisa. A continuación se lo describe:

MATERIALES

- Formato de encuestas para compradores
- Guía de entrevista para ofertantes
- Internet
- Suministros de oficina (portaminas, carpetas, copias y grapas)
- Equipos de oficina y cómputo (calculadora, flash memory y computadora)

MÉTODOS

Los métodos que se utilizó para el desarrollo de la investigación fueron los siguientes:

Inductivo: Parte de aspectos particulares para llegar a los generales. Este método se lo utilizó para recopilar información relacionada a la producción de pollo relleno y llegar a conclusiones generales, además se conoció la demanda efectiva a través del estudio de mercado mediante las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja.

Deductivo: Parte de lo complejo para llegar a lo concreto; mediante éste método se conoció cual es la oferta actual existente en el mercado, información que servirá en el desarrollo del estudio de mercado. Siendo así que se

precederá a determinar conclusiones y recomendaciones en base a la información obtenida.

Método Descriptivo: Consiste en la observación actual de los hechos, fenómenos y casos. Este método se utilizó en la recolección de la información, elaboración, organización, análisis e interpretación de los datos.

TÉCNICAS

Para el estudio del pollo relleno es importante establecer algunas técnicas que permitan llegar a obtener información necesaria tales como:

La Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener información de las familias de la ciudad de Loja, cuyas opiniones interesan al investigador. Para ello, se utilizó un cuestionario que se aplicó a las amas de casa, mediante ésta información se procedió a determinar la demanda existente del pollo relleno en el mercado.

La Entrevista

Ésta técnica fue utilizada para obtener datos concretos de dos empresas de la ciudad de Loja que se dedican a la comercialización del pollo relleno, una de ellas es productora del producto antes mencionado; dicha información sirvió para conocer como se comercializa dicho producto.

Tamaño y cálculo de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó en cuenta el sector a cubrir, en éste caso es el sector urbano de la ciudad de Loja, específicamente las amas de casa; la razón de elegir éste segmento de mercado es porque somos nosotras quienes nos encargamos de la preparación de los alimentos y, cada día buscamos un producto diferente para compartir con la familia.

Es así, que los datos son tomados del último censo efectuado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC en el año 2010, que para la Ciudad de Loja es de 170,280 habitantes; posterior a ello se realiza la proyección al año 2014 utilizando el 2.27% de la tasa de crecimiento anual, lo que da como resultado un total de población de 186,276 habitantes.

Fórmula de la Proyección

En el cuadro # 1 se indica dicha proyección, tomando en cuenta la siguiente fórmula:

$$Pa = Po(1 + i)^n$$

Donde :

Pa = población actual

Po = población inicial 170,280

1 = constante

i = tasa de incremento poblacional (2,27 %)

n = número de años

Aplicando la fórmula

$$Pa = Po (1 + i)^n$$

$$Pa (2010 - 2014) = 170,280 (1 + 0,0227)^4$$

$$Pa (2010 - 2014) = 170,280 (1,0227)^4$$

$$Pa (2010 - 2014) = 170,280 (1.093938794)$$

$$Pa (2010 - 2014) = 186,276 \text{ habi tan tes}$$

$$186276 / 4 = 46,569 \text{ familias .}$$

CUADRO # 1

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DE LA CIUDAD DE LOJA					
Parroquias Urbanas	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
El Valle	30695	31392	32104	32833	33578
Sucre	69388	70963	72574	74221	75906
Sagrario	15162	15506	15858	16218	16586
San Sebastián	55035	56284	57562	58869	60205
TOTAL POBLACIÓN	170280	174145	178098	182141	186276

Fuente: Base de datos C.P.V. 2010. Tasa de crecimiento anual 2.27%
Elaboración: La Autora

Así mismo se toma el número promedio de integrantes por familia que son de cuatro personas, lo cual se procede a dividir la población total, es decir, las 186,276 personas para cuatro, quedando con 46,569 familias en total⁵⁷.

Para obtener el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula estadística al segmento de mercado:

⁵⁷Fuente: Censo de población y vivienda (CPV . 2010) INEC.

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población total (46,569 familias)

1 = constante

e = margen de error, se aplica el 5%

$$n = \frac{46.569}{1 + (0.05)^2 * 46.569}$$

$$n = \frac{46.569}{117,42}$$

n = 397 encuestas.

Para la aplicación de encuestas se hizo una distribución por parroquias urbanas, ésto se lo realizó tomando en cuenta el número de habitantes de cada parroquia y el total de encuestas. Tal como se indica a continuación:

CUADRO # 2

POBLACIÓN POR FAMILIAS Y DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE ENCUESTAS				
Parroquias Urbanas	Población habitantes 2014	Población Familias	N° de encuestas	% de encuestas
El Valle	33.578	8.395	72	18,03%
Sucre	75.906	18.977	162	40,75%
Sagrario	16.586	4.147	35	8,90%
San Sebastián	60.205	1.5051	128	32,32%
TOTAL POBLACIÓN	18.6276	46.569	397	100,00%

Fuente: Cuadro # 1

Elaboración: La Autora

Cálculo de la Oferta

Para conocer la oferta de la galantina (pollo relleno) se utilizó la técnica de la entrevista a los oferentes como son: los supermercados, autoservicios y a las plantas procesadoras de embutidos de la ciudad de Loja; con ésta información se pudo determinar la población de la oferta, como son: Supermaxi q se dedica a comercializar el pollo relleno y la fábrica de embutidos Cafrilosa dedicada a la producción y comercialización de la galantina.

Así mismo es necesario determinar la población de las empresas proveedoras del pollo faenado (pelado), puesto que son quienes comercializan la materia prima, misma que es utilizada para la elaboración de nuestro producto. Entre las empresas que se dedican exclusivamente al faenamamiento de pollo están las siguientes:

1. Pollo Serrano, ubicado en la Clodoveo Jaramillo en la calle Piura y Bello Horizonte, es propiedad de la Sra. Judith Vásquez Serrano.
2. Pollo Win, ubicado en el Barrio Belén Avenida Isidro Ayora, su propietario es el Sra. María Cuenca Morocho.
3. Pollo Frank, ubicado en la Av. 8 de Diciembre cerca a Sauces Norte, es propiedad de la Sra. Gabriela Guamán Cevallos.
4. Pollo Lojano, ubicado en el Barrio Las Pitas, calle Fénix y Avenida 8 de Diciembre, su propietaria la Sra. Rosa Malo Romero y,

5. Ceva pollo, ubicado en la Zona de tolerancia Barrio el Calvario, su propietario el Dr. Jorge Cevallos Macas. Información proporcionada por el Departamento de Jefatura de Higiene del Municipio de Loja.

PROCEDIMIENTO

El Estudio de Mercado se lo realizó mediante la aplicación de 397 encuestas a las familias lojanas y, la entrevista a los oferentes del pollo relleno. Una vez recopilada la información se procedió a tabular, analizar e interpretar la misma; para luego determinar la Demanda Potencia, Real y Efectiva. Así mismo se analizó la Oferta, lo que permitió establecer la demanda insatisfecha. Además se elaboró el plan de comercialización, el mismo que se lo hace a través de todos los medios de comunicación para dar a conocer el producto.

Posteriormente se desarrolló el Estudio Técnico en el que se analizó los factores como proveedores de materia prima, clientes, mano de obra, etc.

En el Estudio Administrativo se determinó la base legal de la empresa con el asesoramiento de un Dr. en Leyes, quien se encargó de tramitar la documentación pertinente; además se definió los niveles jerárquicos, los organigramas y se elaboró un manual de funciones en donde se conocen e indican las tareas que deben cumplir cada uno de los involucrados.

El Estudio Económico y Evaluación Financiera permitió determinar todos los activos fijos, diferidos y circulantes; evaluar ingresos y egresos a través de los Estados Financieros e Indicadores, llegando a determinar la rentabilidad de la

empresa; información indispensable para plantear las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

f. RESULTADOS

ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

TABULACIÓN

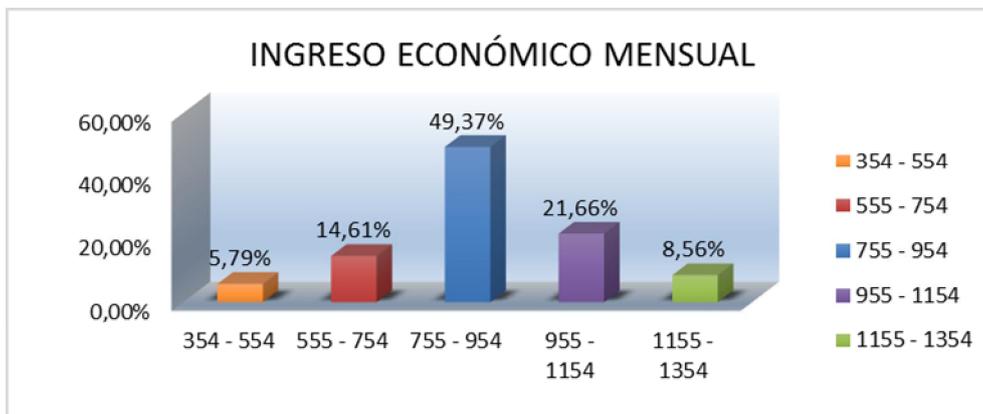
PREG. 1 ¿De las siguientes cantidades, indique a cual corresponde el monto de su ingreso económico mensual?

CUADRO # 3				
INGRESO ECONÓMICO MENSUAL				
Variable (\$)	F	X m	f. Xm	Porcentaje
354 . 554	23	631	14.513	5,79%
555 . 754	58	654,5	37.961	14,61%
755 . 954	196	854,5	167.482	49,37%
955 . 1154	86	1054,5	90.687	21,66%
1155 . 1354	34	1254	42.636	8,56%
TOTAL	397		353.279	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 1



Fuente: Cuadro # 3

Elaboración: La Autora

$$\bar{x} = \frac{\sum fXm}{n}$$

$$\bar{x} = \frac{353279}{397}$$

$$\bar{x} = \$ 889,87$$

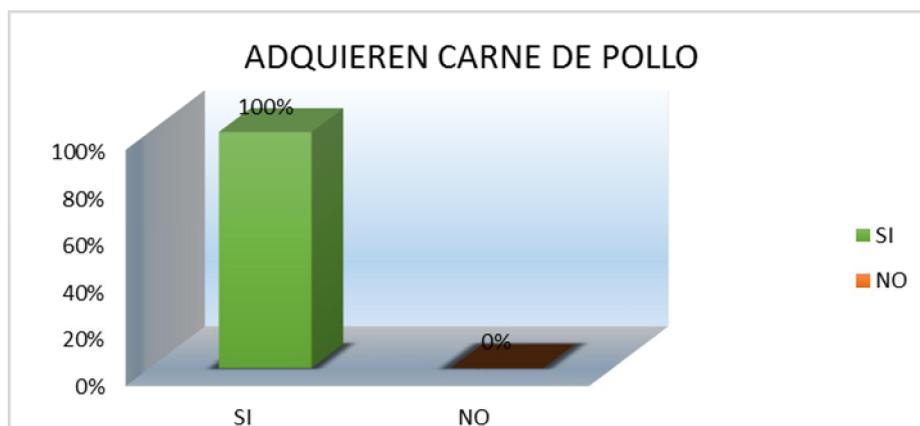
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a las familias podemos manifestar que el promedio de los ingresos económicos en el sector urbano de Loja corresponde a **\$ 889,87**.

PREG. 2 ¿En su familia adquiere carne de pollo?		
CUADRO # 4		
ADQUISICIÓN DE POLLO		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	397	100%
NO	0	0%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 2



Fuente: Cuadro # 4

Elaboración: La Autora

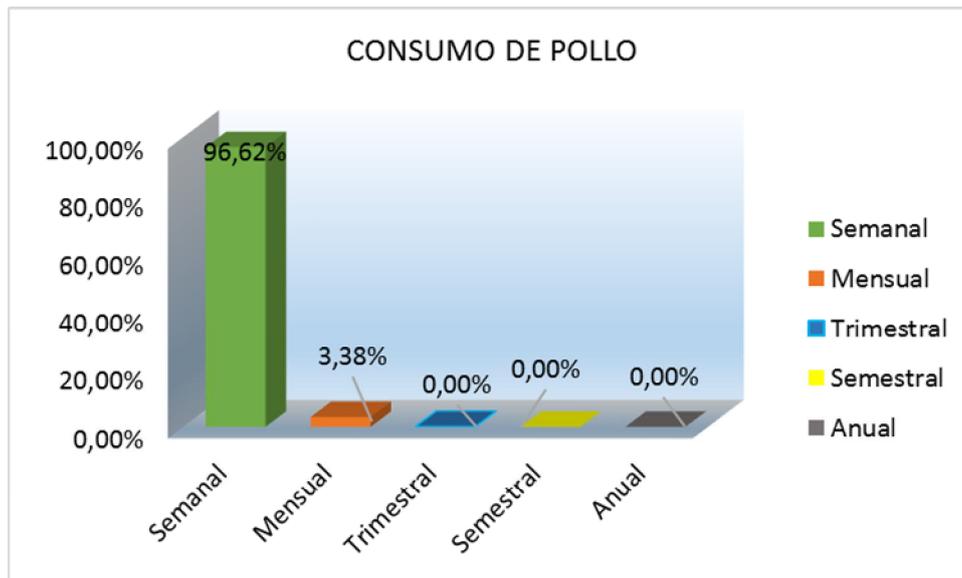
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información obtenida, el 100% de encuestados de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja que corresponden a las 397 familias adquieren carne de pollo, lo que permite evidenciar que existe una demanda considerable de personas que adquieren carne de pollo para su consumo.

PREG. 3 ¿Con qué frecuencia de tiempo y qué cantidad de pollo adquiere?							
CUADRO # 5							
FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ADQUISICIÓN DE POLLO							
Variable	Pollos			Subtotal	Total	Adquisición Total	%
	1	2	3				
Semanal	369			369	369	19188	96,62%
Mensual		28		28	56	672	3,38%
Trimestral				0	0	0	0%
Semestral				0	0	0	0%
Anual				0	0	0	0%
TOTAL				397		19860	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 3



Fuente: Cuadro # 5

Elaboración: La Autora

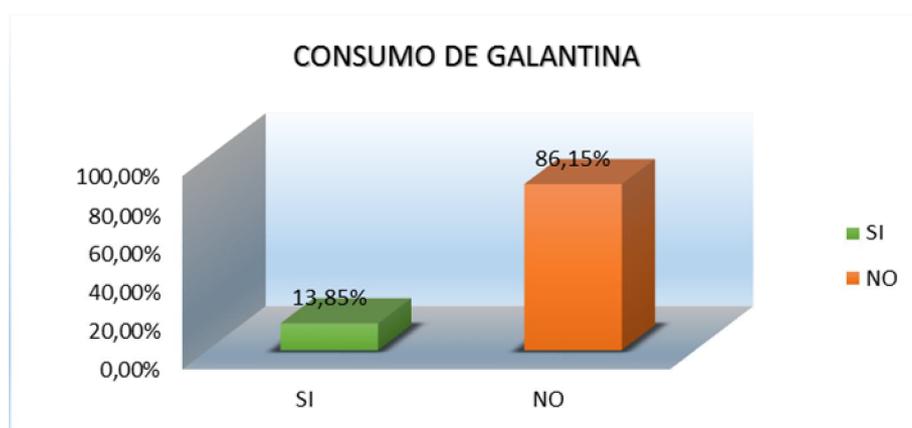
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con la información obtenida en relación a esta interrogante se puede manifestar que de las 397 familias encuestadas, 369 de ellas equivalentes al 96,62% consumen 1 pollo entero semanalmente.

PREG. 4 ¿En su familia adquiere Galantina (pollo relleno)?		
CUADRO # 6		
CONSUMO DE GALANTINA		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	55	13,85%
NO	342	86,15%
TOTAL	397	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 4



Fuente: Cuadro # 6

Elaboración: La Autora

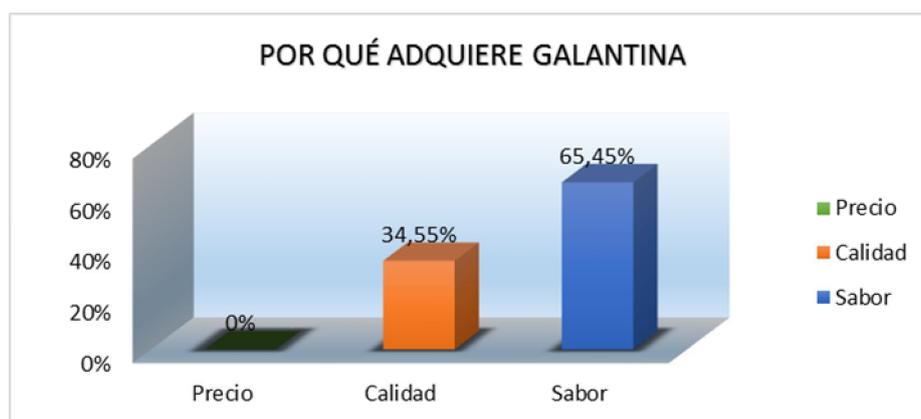
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En relación a esta pregunta, de un total de 397 familias encuestadas, 55 familias correspondientes al 13,85% **si** adquieren Galantina (pollo relleno) para su consumo, en tanto que 342 familias que corresponden al 86,15% manifiestan que **no** han consumido pollo relleno. La mayoría de las familias **no** adquieren Galantina para su consumo porque desconocen del producto.

PREG. 5 ¿Por qué razón adquiere este producto?		
CUADRO # 7		
RAZONES PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	0	0%
Calidad	19	34,55%
Sabor	36	65,45%
TOTAL	55	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 5



Fuente: Cuadro # 7

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de 55 familias que si consumen la Galantina (pollo relleno), 19 de ellas que corresponde al 34,55% manifestaron que adquieren este producto por su calidad mientras que 36 personas con un porcentaje del 65,45% indican que consumen este pollo por su exquisito sabor.

PREG. 6 ¿Con qué frecuencia de tiempo y qué cantidad de pollo relleno adquiere?

CUADRO # 8

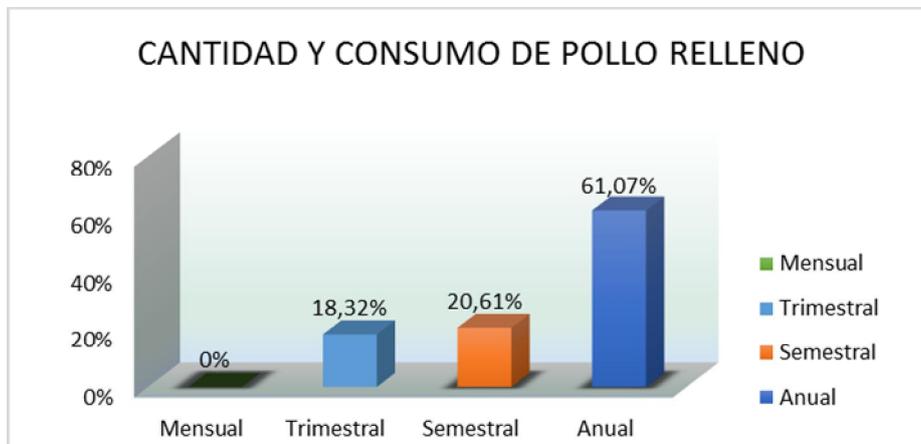
FRECUENCIA Y CANTIDAD DE ADQUISICIÓN DE GALANTINA (pollo relleno)

Variable	Frecuencia de adquisición			Subtotal	Total	Adquisición Total	%
	2 pollos	3 pollos	4 pollos				
Mensual	0			0	0	0	0%
Trimestral	6			6	12	48	18,32%
Semestral		9		9	27	54	20,61%
Anual			40	40	160	160	61,07%
TOTAL				55		262	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 6



Fuente: Cuadro # 8

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la información obtenida en esta interrogante podemos mencionar que el 18.32% de la familias adquieren 2 pollos relleno cada tres meses, seguidamente tenemos que el 20,61% de las familias compran el pollo relleno cada seis meses y, con un porcentaje del

61,07% adquieren el pollo relleno anualmente. Dicha información nos permite evidenciar que la mayor parte de las familias de la ciudad adquieren el pollo relleno anualmente en épocas especiales y más en temporada navideña.

CUADRO # 9

PROMEDIO CONSUMO PER-CÁPITA DE POLLO RELLENO			
Variable	Frecuencia	Período (meses)	Consumo anual
Mensual	0	12	0
Trimestral	12	4	48
Semestral.	27	2	54
Anual	160	1	160
TOTAL			262

Fuente: Cuadro # 8

Elaboración: La Autora

FORMULA:

$$Q = \frac{\sum}{n}$$

Dónde:

Q = Promedio de Consumo

\sum = Total

n = número de personas que adquieren Galantina

DESARROLLO DE LA FORMULA:

$$Q = \frac{262}{55}$$

$$Q = 5$$

Q= 5 pollos rellenos anuales promedio

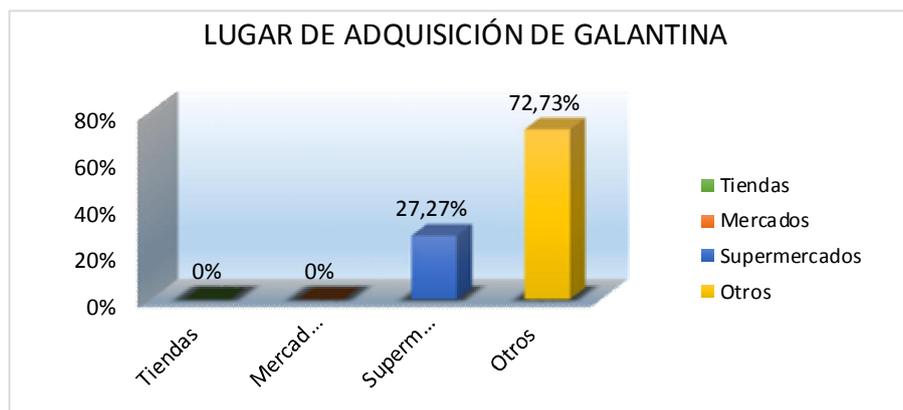
PREG. 7 ¿En qué lugares suele adquirir el pollo relleno (Galantina)?

CUADRO # 10		
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE GALANTINA		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	0	0%
Mercados	0	0%
Supermercados	15	27,27%
Otros	40	72,73%
TOTAL	55	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 7



Fuente: Cuadro # 10

Elaboración: La Autora

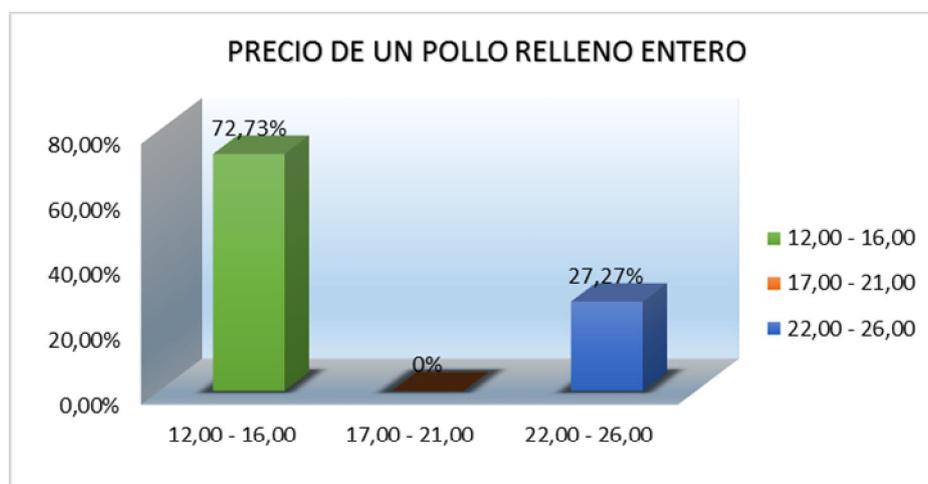
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En base a los resultados obtenidos se pudo conocer que el 15 personas con el 27,27% adquieren el pollo relleno en Supermaxi, mientras que en la variable **Otros** se encuentran 40 encuestados equivalentes al 72,73% respondieron que compran el producto en Cafrilosa.

PREG. 8 ¿Cuál es el precio que paga por un pollo relleno entero?		
CUADRO # 11		
PRECIO DE UN POLLO RELLENO ENTERO		
Variable (\$)	Frecuencia	Porcentaje
12,00 - 16,00	40	72,73%
17,00 - 21,00	0	0%
22,00 - 26,00	15	27,27%
TOTAL	55	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 8



Fuente: Cuadro # 11

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En esta interrogante de las 55 familias que si consumen Galantina, 40 de ellas que constituyen el 72,73% respondieron que por un pollo relleno entero pagan un precio de \$12,00 - \$16,00, a diferencia de las 15 personas restantes representadas por el 27,27% indicaron que por un pollo relleno entero pagan de \$22,00- \$26,00.

PREG. 9 Si se creara una empresa Lojana dedicada a la producción y comercialización de Galantina (pollo relleno), ¿Estaría dispuesto a adquirirlos?

CUADRO # 12

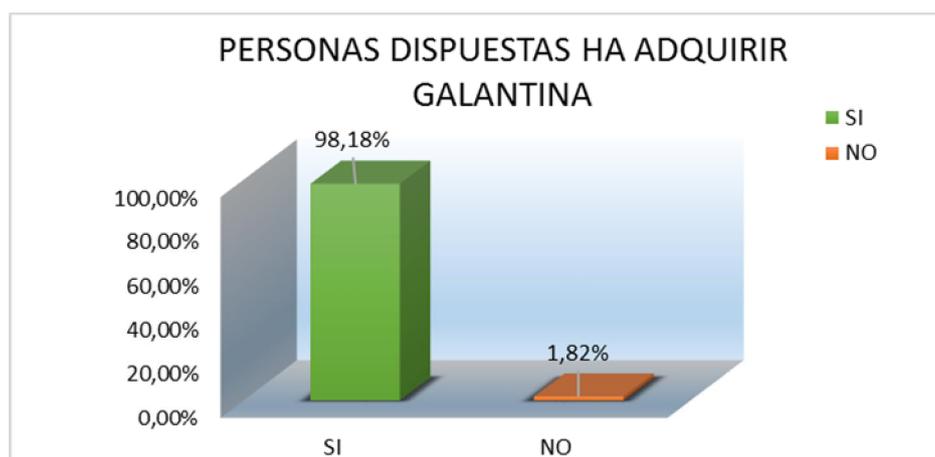
ACEPTACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	98,18%
NO	1	1,82%
TOTAL	55	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 9



Fuente: Cuadro # 12

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: de las 55 familias encuestadas que si consumen la Galantina, 54 personas con un porcentaje del 98,18% están dispuestos a adquirir el pollo relleno a la nueva empresa, mientras que 1 persona que corresponden al 1,82% respondió que no. De esto se puede asegurar que la mayoría de encuestados **sí** estarían dispuestos a adquirir el producto si se creara una empresa productora y comercializadora de Galantina.

PREG. 10 ¿Qué precio pagaría por un pollo relleno entero?

CUADRO # 13

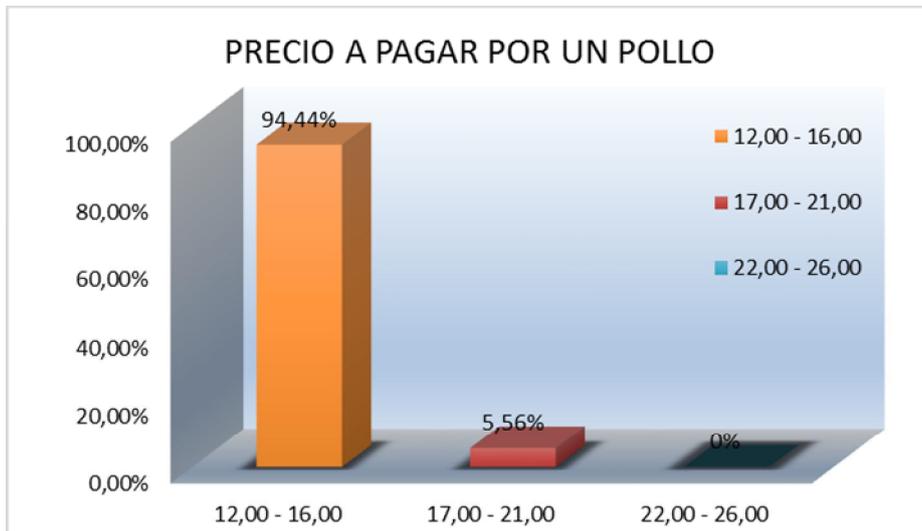
PRECIO A PAGAR POR UN POLLO

Variable (\$)	Frecuencia	Porcentaje
12,00 - 16,00	51	94,44%
17,00 - 21,00	3	5,56%
22,00 - 26,00	0	0%
TOTAL	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 10



Fuente: Cuadro # 13

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de encuestados, 51 personas equivalentes al 94,44% pagarían de \$12,00 a \$16,00 mientras que 3 personas con un 5,56% manifestaron que por un pollo relleno entero pagarían de \$17,00 a \$21,00. De esto nos podemos dar cuenta que la mayoría de personas encuestadas pagarían de \$12,00 a \$16,00 por un pollo relleno entero.

PREG. 11 ¿En qué lugar le gustaría encontrar la Galantina (pollo relleno) para su adquisición?

CUADRO # 14

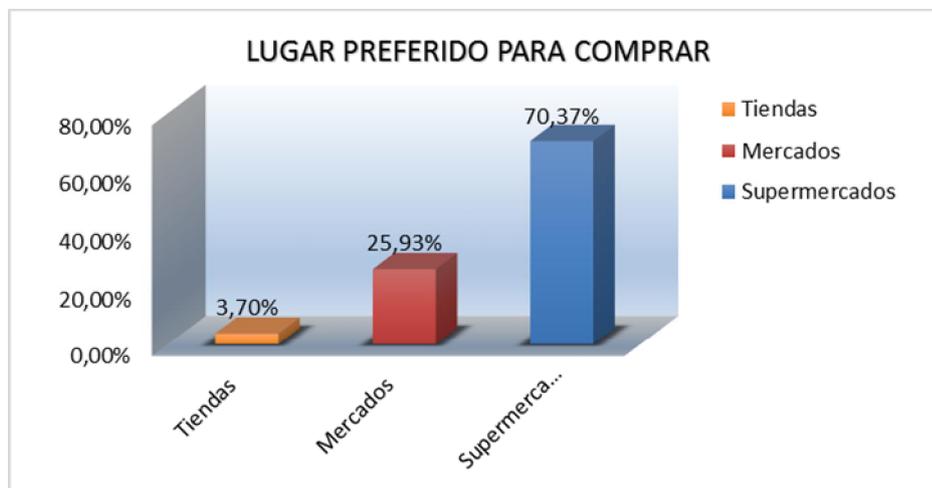
LUGAR PREFERIDO PARA COMPRAR

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	2	3,70%
Mercados	14	25,93%
Supermercados	38	70,37%
TOTAL	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 11



Fuente: Cuadro # 14

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En esta pregunta se puede manifestar que de las 54 personas que si consumirían la Galantina, 14 de ellos que equivale al 25,93% manifiestan que prefieren adquirir el pollo relleno en los mercados y 38 personas con un porcentaje del 70,37% contestaron que desearían encontrar en los supermercados.

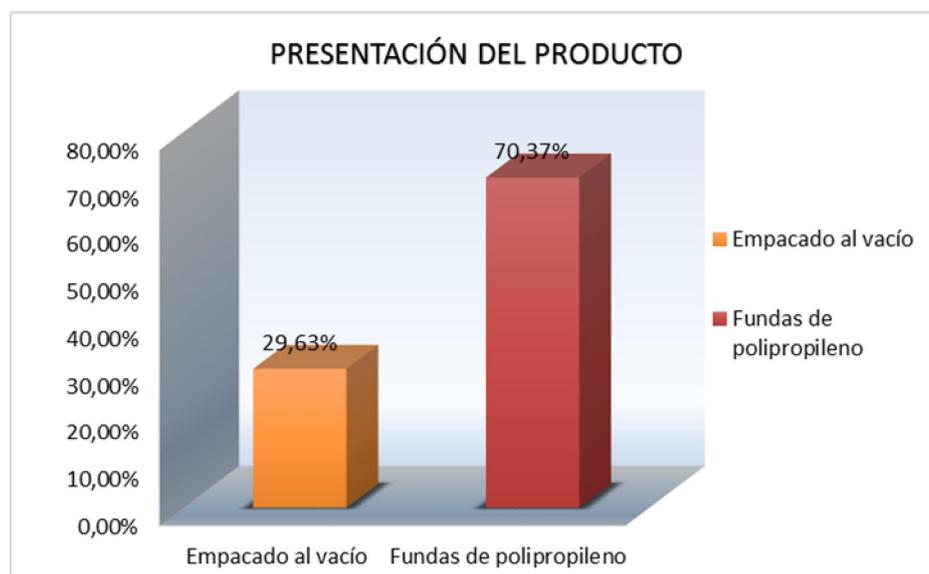
La mayoría de encuestados acudirían a los supermercados para la compra del pollo relleno.

PREG. 12 A usted, ¿Cómo le gustaría que sea el envase del producto?

CUADRO # 15		
ENVASE DEL PRODUCTO		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Empacado al vacío	16	29,63%
Fundas de polipropileno	38	70,37%
TOTAL	54	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 12



Fuente: Cuadro # 15
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Con respecto al envase del producto a ofrecerse, 38 personas con un porcentaje del 70,37% les gustaría que la presentación del pollo relleno sea en fundas de polipropileno ya que consideran el más apto para este producto y las 16 personas restantes con un 29,63% desean que el producto sea empacado al vacío. De esta manera se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados prefieren que el pollo relleno venga cubierto con fundas de polipropileno.

PREG. 13 ¿Por cuál medio de comunicación desearía conocer del producto?

CUADRO # 16		
MEDIOS PUBLICITARIOS		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	20	37,04%
Televisión	10	18,52%
Prensa escrita	5	9,26%
Otros	19	35,19%
TOTAL	54	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 13



Fuente: Cuadro # 16
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Según los resultados obtenidos, 20 personas equivalentes al 37,04% respondieron que el medio de comunicación para dar a conocer la Galantina sería la radio, 10 personas representadas por el 18,52% prefieren que el medio de comunicación sería la televisión, mientras que 5 encuestados con un porcentaje del 9,26% anhelarían conocer por medio de la prensa escrita, en tanto que 19 personas que corresponden al 35,19% contestaron la opción **Otros**, aquí se encuentran las hojas volantes e internet.

La población encuestada prefiere que el medio más óptimo para dar a conocer de producto sería la radio.

PREG. 14 ¿Qué emisora sintoniza con frecuencia y en qué horario escucha?

CUADRO # 17					
EMISORA Y HORARIO QUE SINTONIZA CON FRECUENCIA					
VARIABLES	f	HORARIO			%
		Mañana	Tarde	Noche	
Radio Loja	0	0	0	0	0%
W G Milenio	4	2	1	1	20,00%
Boquerón	3	0	1	2	15,00%
Semillas de Amor	10	10	0	0	50,00%
Ecotel Radio	3	0	2	1	15,00%
TOTAL	20	12	4	4	100%
		60,00%	20,00%	20,00%	
		100%			

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 14



Fuente: Cuadro # 17

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 15



Fuente: Cuadro # 17

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL GRÁFICO N° 14: En lo concerniente a esta interrogante se puede manifestar que 4 personas equivalentes al 20,00% sintonizan la radio WG Milenio, en tanto que con un porcentaje del 50,00% que corresponden a 10 personas manifiestan que sintonizan la emisora Semillas de Amor. Además en el **GRÁFICO N° 15**, la mayoría de las personas escuchan la radio en la mañana, aquí encontramos la emisora Semillas de Amor y WG Milenio, mientras que en el horario de la tarde y noche sintonizan Ecotel Radio y Boquerón, respectivamente.

De esto nos podemos dar cuenta que la ciudadanía sintonía la emisora %Semillas de Amor+.

PREG. 15 ¿Qué canal televisivo de la localidad sintoniza con frecuencia y en qué horario?

CUADRO # 18

CANAL DE TELEVISIÓN Y HORARIO QUE SINTONIZA

Variable	Frecuencia	HORARIO			Porcentaje
		Mañana	Tarde	Noche	
Ecotel Tv	3	1	0	2	30,00%
UV Televisión	7	2	1	4	70,00%
TOTAL	10	3	1	6	100%
		30,00%	10,00%	60,00%	
		100%			

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 16



Fuente: Cuadro # 18

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 17



Fuente: Cuadro # 18

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de encuestados, 10 de ellos indicaron que ven televisión, de las cuales 3 personas que representan el 30,00% indican el canal de televisión que ellos sintonizan es Ecotel Tv, mientras que 7 personas que equivalen al 70% respondieron que ven UV Televisión. La mayor parte de ciudadanos ven UV Televisión.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GRÁFICO # 16: En este gráfico se señala los horarios que los encuestados ven la televisión, es así que 3 personas que es el 30,00% manifiestan que ve televisión en la mañana, en un porcentaje del 10,00% que es de 1 persona indican que el horario de sintonía es en la tarde y, 6 personas que equivale al 60% respondieron que ello prefieren ver televisión en la noche. Por lo tanto las personas ven televisión en la noche.

PREG. 16 ¿Qué periódico de la localidad lee con frecuencia?		
CUADRO # 19		
PERIÓDICO QUE LEE CON FRECUENCIA		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	3	60,00%
Centinela	0	0,00%
Crónica de la tarde	2	40,00%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 18



Fuente: Cuadro # 19

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En esta interrogante tenemos que 3 personas con el 60,00% leen Diario La Hora y, 2 personas representadas por el 40,00% eligen leer Crónica de la tarde. De esto se puede evidenciar que el periódico que es más leído es Diario la Hora.

PREG. 17 ¿Qué clase de promoción en venta le gustaría recibir por parte de la empresa?		
CUADRO # 20		
PROMOCIÓN QUE LE GUSTARÍA RECIBIR		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos en épocas especiales	35	64,81%
Descuento por cantidad	19	35,19%
TOTAL	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 19



Fuente: Cuadro # 20

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: En lo que respecta a esta pregunta tenemos que 35 personas que es el 64,81% les gustaría recibir como promoción los descuentos en épocas especiales, en cambio 19 personas con un porcentaje del 35,19% desearían un descuento por cantidad. Con esto se puede constatar que los descuentos en épocas especiales tienen mayor relevancia.

INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

Con la finalidad de conocer la oferta del pollo relleno existente en la ciudad de Loja, se tuvo que entrevistar a 2 personas que tienen a la venta el producto, tales como Supermaxi y Cafrilosa.

Al realizar la entrevista se pudo evidenciar que en la ciudad de Loja existen 2 lugares donde se venden los pollos rellenos, los mismos que se lo hace por pollos enteros; en Supermaxi el precio de venta al público de cada pollo relleno es de \$23,00 debido a que se abastecen de Productos Don Diego, con la presentación de fundas de polipropileno, mientras que Cafrilosa es una empresa que fabrica y vende a \$14,30 cada pollo relleno entero con una presentación de fundas de polipropileno.

El total de pollos rellenos que se comercializan en promedio, está entre los 50 a 100 pollos trimestrales, además se conoció que el incremento de ventas por año en Cafrilosa es aproximadamente del 6,0%, en tanto que Supermaxi calcula que sus ventas han crecido en un 3,5% al año.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Con el estudio de Mercado se pudo conocer, la demanda y oferta de Galantina (pollo relleno) en la ciudad de Loja, y para poder recopilar la información fue necesario el uso de las técnicas de investigación; el presente estudio tiene como objetivo conocer claramente los gustos y preferencias de los demandantes y así poder satisfacer su necesidad.

ESTRUCTURA DE ANÁLISIS

Producto Principal

El producto a vender es Galantina (pollo relleno), el proceso de relleno y todos sus ingredientes a más de dar un exquisito sabor, sirve como conservante prolongando el tiempo de conservación.

Producto Secundario

Por ser una empresa productora tiene como producto secundario los huesos que son producto del deshuesado.

Productos Sustitutos

El pollo relleno cuenta con ciertos productos sustitutos tales como: pollo asado, pollo broster, pollo frito, etc.

Productos Complementarios

El producto a vender necesita de otro como es la carne de cerdo para poder ser consumido por tanto si requiere de un producto complementario.

PROMEDIO CONSUMO PER-CÁPITA

Primeramente se determina el consumo per-cápita de pollos enteros; para ello se toman datos del Cuadro # 5, en él se conoce que semanalmente 369 familias consumen 1 pollo entero, ésto por las 52 semanas del año se tiene un total de 19188 pollos consumidos al año; en tanto que 28 familias comprar 2 pollos cada mes, que al año se han consumido 672 pollos enteros. Al sumar los subtotales se obtiene una cantidad de 19860 pollos consumidos al año, q al dividir para las 397 encuestas, se obtiene un consumo promedio anual de 50 unidades por familia.

Ahora, para conocer el promedio consumo per. cápita de nuestro producto (pollo relleno) se realizó el siguiente procedimiento:

Tomar en consideración los datos que constan en el cuadro # 9 de la encuesta aplicada a las familias Lojanas, los cuales nos permitieron estimar el consumo total, valores indispensables para la determinación del consumo por unidades, descubriendo que por cada trimestre adquieren 12 (6 personas*2 unidades) pollos rellenos que multiplicamos por 4 trimestres que tiene el año obtenemos un subtotal de 48 unidades; seguidamente tenemos que en cada semestre adquieren 27(9 personas*3 unidades) pollos rellenos que multiplicado por 2

semestres que tiene el año, se obtiene un subtotal de 54 unidades; por último tenemos que anualmente se utilizan 160 (40 personas* 4 unidades) pollos que multiplicadas por 1 año nos da como subtotal 160 pollos rellenos; luego sumamos los subtotales resultantes obteniendo una cantidad de **262** unidades que representa el consumo anual de Galantina.

Luego se procede a dividir 262 unidades para el número de encuestas en las que responden que si consumen Galantina, es decir 55 familias (cuadro #6, Preg. 4), obteniendo como consumo promedio anual 5 unidades. Los datos obtenidos los presentamos en el cuadro # 9.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El estudio de la demanda ayuda a cuantificar las cantidades reales y potenciales del pollo relleno.

DEMANDA: Es la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a adquirir a los precios determinados del mercado.

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado en un tiempo determinado.

★ Determinación de Demandantes Potenciales

Para determinar la demanda potencial multiplicamos la población de estudio por el porcentaje de las personas que si consumen carne de pollo que es el 100%, a continuación se indica:

CUADRO # 21

DEMANDANTES POTENCIALES		
Población de estudio (número de familias)	Personas que si consumen pollo	Demandantes Potenciales
46569	100%	46569

Fuente: Cuadro # 2 y # 4

Elaboración: La Autora

FÓRMULA:

$$Dp = Pe * \%Ap$$

Dónde:

Dp= Demanda Potencial

Pe= Población de estudio (# de familias)

%Ap= Porcentaje de Aceptación pollo

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

$$Dp = Pe * \%Ap$$

$$Dp = 46,569 * 100\%$$

Dp= 46,569 pollos/ anuales /total de familias

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes y/o servicios que se consumen o utilizan de un producto que existe en el mercado.

★ Determinación de Demandantes Reales

Para determinar la Demanda Real se tomó en consideración la demanda potencial que es de 46,569 familias y se multiplica por el 13,85% que es el porcentaje de familias que si consumen Galantina (pollo relleno) según el cuadro # 6, obteniendo como resultado los demandantes reales como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO # 22

DEMANDANTES REALES		
Población	% que si consumen galantina	Demandantes Reales
46569	13,85%	6450

Fuente: Cuadro # 21 y # 6

Elaboración: La Autora

FÓRMULA:

$$Dr = Dp * \%Cg$$

Dónde:

Dr= Demanda Real

Dp= Demanda potencial

%Cg= Porcentaje de consumo de Galantina

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

$$Dr = Dp * \%Cg$$

$$Dr = 46,569 * 13,85\%$$

Dr= 6450 pollos rellenos/ año/total familias.

1.1.1. DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado.

★ Determinación de Demandantes Efectivos

Para determinar los demandantes efectivos, se multiplica la demanda real que es de 6450 familias, por el porcentaje de las personas que estarían dispuestas a adquirir el pollo relleno ofrecido por la empresa que es del 98,18%, que corresponde a la pregunta número 9 de la encuesta aplicada y, para determinar la demanda efectiva procedemos a multiplicar la cantidad de demandantes efectivos que es de 6333 por el promedio de consumo de Galantina, a continuación se detalla:

CUADRO # 23

DEMANDANTES EFECTIVOS				
Población	% si se implementara una nueva empresa	Demandantes Efectivos	Promedio de consumo	Demanda Efectiva
6450	98,18%	6333	5	31665

Fuente: Cuadro # 22 y # 12

Elaboración: La Autora

FÓRMULA:

$$De = Dr * \%AG$$

Dónde:

De= Demandantes Efectivos

Dr= Demanda Real

AG= Porcentaje de personas dispuestas a adquirir galantina

DESARROLLO DE LA FORMULA

$$De = Dr * \%AG$$

$$De = 6540 * 98,18\%$$

De= 6333 pollos rellenos/ año/total familias

Determinación de la Demanda Efectiva

$$DEfectiva = De * Q$$

De = demandantes efectivos

Q = promedio consumo Galantina

$$DEfectiva = 6333 * 5$$

DEfectiva = **31665** Pollos rellenos/año/total de familias

CUADRO # 24

PROYECCION DE LA DEMANDA TOTAL DE GALANTINA EN LA CIUDAD DE LOJA							
Número	Años	Proyección familias 2,27%	Demanda Potencial proyectada	Demanda Real Proyectada	Demandantes Efectivos	Consumo promedio	Demanda Efectiva proyectada
0	2014	46569	46569	6450	6333	5	31665
1	2015	47626	47626	6596	6477	5	32384
2	2016	48707	48707	6746	6624	5	33119
3	2017	49813	49813	6899	6774	5	33871
4	2018	50944	50944	7056	6928	5	34640
5	2019	52100	52100	7216	7085	5	35426

Fuente: Cuadro #1, # 21, # 22 y # 23; tasa de crecimiento anual del 2,27%

Elaboración: La Autora

OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado y a un precio determinado.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta es indispensable porque permite conocer el comportamiento de los competidores existentes y de esta forma desarrollar estrategias para satisfacer con eficiencia las necesidades que tendrá la futura empresa.

Para conocer la oferta de pollos rellenos fue necesario aplicar la técnica de la entrevista a dos comercializadoras de Galantina (pollo relleno) en la ciudad de Loja, la una es productora del pollo relleno y el otro es un supermercado, como se detalla a continuación:

CUADRO # 25

OFERTA DE POLLOS RELLENOS EN LA CIUDAD DE LOJA				
Nombre	Dirección	Pollos rellenos (trimestral)	Incremento anual en ventas	Pollos anual
Cafrilosa (productora)	Av. Turunuma entre Granada y Barcelona	68	6,00%	272
Supermaxi (comercializa)	Sucursal: Av. 18 de Noviembre S/N y Gobernación de Mainas	9	3,5%	36
TOTAL				308

Fuente: Entrevista

Elaboración: La Autora

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Con la información obtenida de la entrevista, se conoció que la oferta total de pollos rellenos enteros es de 308 unidades, de los cuales 272 representa a pollos rellenos deshuesados que vende Cafrilosa, teniendo incremento de ventas del 6,00% al año; y 36 corresponden a pollos rellenos sin deshuesar ofrecidos en Supermaxi con un promedio de ventas anual del 3,50%, con estos datos se procedió a calcular la proyección en ventas por año de los dos lugares que venden el producto.

$$PPV = + \frac{V1P1 + V2P2}{VT}$$

Dónde:

PPV= Promedio Ponderado en Ventas

V = Ventas

P = Porcentaje en Ventas

VT = Ventas Totales

$$PPV = + \frac{V1P1 + V2P2}{VT}$$

$$PPV = \frac{272(0,06) + 36(0,035)}{308}$$

$$PPV = \frac{16,32 + 1,26}{308}$$

$$PPV = \frac{17,58}{308}$$

$$PPV = 0,05701 = 5,71\%$$

BALANCE DEMANDA Æ OFERTA

Para determinar la demanda insatisfecha se hace la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta, en el cuestión de los pollos rellenos para el primer año la demanda es de **31.665** pollos anuales y la oferta de **308** pollos, la diferencia de estas nos da como resultado una demanda insatisfecha de **31.357** pollos al año. Así se lo detalla a continuación:

CUADRO # 26

BALANCE ENTRE DEMANDA Y OFERTA				
Número	Años	Demanda Efectiva Proyectada en pollos	Oferta Proyectada en pollos 5,71%	Demanda Insatisfecha Proyectada
0	2014	31665	308	31.357
1	2015	32384	326	32.058
2	2016	33119	344	32.775
3	2017	33871	364	33.507
4	2018	34640	385	34.255
5	2019	35426	407	35.019

Fuente: Cuadro # 24 Demanda Efectiva y cuadro # 25

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA EMPRESA PRUDUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (pollo relleno) EN LA CIUDAD DE LOJA.

COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.

Por lo general el cliente busca en los productos que forman la canasta familiar un buen producto a precios bajos y, por ello se presenta esta nueva opción, que reúne todas las condiciones higiénicas.

PRODUCTO



satisfacer sus necesidades.

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color, etc.) e intangibles (marca, imagen de la empresa, servicio, etc.) que el comprador acepta como algo que va a

Características Generales

El producto presenta lo siguiente:

- ✓ Presentación
- ✓ Envase y Etiqueta
- ✓ Calidad e higiene

Presentación del producto

El producto a comercializar será Galantina (pollo relleno), este producto se constituye delicioso para el consumo en ocasiones especiales o como prefiera el consumidor, este producto estará disponible en presentación de pollos enteros que irá colocados en fundas de polipropileno que estarán debidamente manipulado, empacado y selladas con las más estrictas normas de seguridad e higiene durante todo el proceso, dado que todos los ingredientes le darán al producto un sabor especial. Además, se hará uso de una máquina selladora, para conservar el pollo relleno y, sobre la funda de polipropileno llevará impresa la etiqueta correspondiente de comercialización.

GRÁFICO # 20

PRESENTACIÓN DE GALANTINA



Envase y Etiqueta

El tipo de embalaje que se utiliza será fundas de polipropileno el cual es permeable y clave en la calidad y durabilidad de la carne de ave, el embalaje es capaz de retardar la deterioración microbiológica, mantener la coloración deseable, prolonga la pérdida de humedad y la oxidación de grasas, mantiene el olor y el peso, permitiendo un mayor alcance en la distribución del pollo.

En la parte exterior irá impresa la **Etiqueta** que identifica y caracteriza al producto en la que se hará constar toda la información necesaria para el consumidor, como se indica a continuación:

Marca

La marca de la empresa será **¡SUPER POLLO MAX** ¡el nombre evoca el sabor, la mezcla de carnes y la calidad, en referencia a los demás derivados del pollo existentes en el mercado local.

El logotipo

GRAFICO # 21



Elaboración: La Autora

✚ Slogan

La empresa productora y comercializadora de Galantina (pollo relleno) se identifica con el siguiente slogan **Í SI QUIERES DAR GUSTO A TU PALADAR SUPER POLLO MAX DEBES SABOREARÍ.**

✚ Razón social de la empresa

EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE Í SUPER POLLO MAX EURLÍ.

✚ **Peso neto:** 8 libras el pollo entero

✚ **Registro sanitario:** En trámite.

✚ **Fecha de elaboración:** -----

✚ **Fecha de caducidad:** consumo máximo 20 días

✚ **Dirección:** en este caso la empresa estará laborando en San Cayetano Bajo, calle Moscú y Jarkov.

Precio de venta el público: \$ 15,97.

GRAFICO # 22

ETIQUETA



Elaboración: La Autora

PRECIO

Los compradores confían mucho en el sabor como indicador de la calidad de un producto. El precio que asignará la empresa será tomando en cuenta los precios de la competencia, los costos de comercialización, utilidad para la empresa, etc. La competencia tiene precios de venta de acuerdo a la entrevista a los oferentes de \$14,30 en Cafrilosa y \$23,00 en Supermaxi.

Estrategias de precio

Descuento.- al inicio de la operación de la empresa productora y comercializadora de pollos rellenos, los precios serán más bajos que el precio del mercado, el precio de mercado es \$ 15,95 por pollo relleno y para asegurar que el cliente pueda acceder al producto y comprobar su calidad, la estrategia de penetración al mercado será comercializar inicialmente el producto a un precio de introducción con un descuento que será de 0,50 ctvs., esta estrategia se la mantendrá por 6 meses y posteriormente se comercializará con el precio del mercado señalado.

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 adecuado.

Estrategia de Plaza

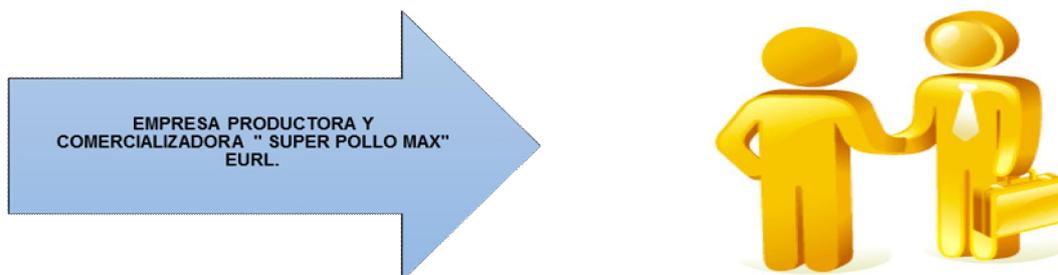
Productor- consumidor.- incluye el manejo del canal de distribución a través del cual los productos se transfieren del local al comprador.

Productores- minoristas-consumidores.- Se basará en una estructura de distribución diseñada, operada y controlada por la empresa, y que sea la adecuada para llegar a un número óptimo de clientes al costo más bajo.

Las estrategias de plaza en muchos casos, el producto se llevan del lugar de producción al punto de compra por parte del cliente final.

Canal de Comercialización.- se cubrirá el sector urbano de Loja y para ello utilizará el canal de comercialización en la cual se muestra a continuación:

GRÁFICO # 23



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La promoción es la mezcla del marketing, de una organización, que sirve para informar, persuadir o recordar al mercado sobre la imagen de la organización y

sus productos que se comercializan. La promoción por lo general se aplica en apertura de mercado, y especialmente se la realiza en épocas especiales.

Estrategia de Promoción

La promoción es básicamente un intento de influir en el público.

Premios.- por la compra de un pollo relleno en las fechas del 5, 15 y 25 de cada mes, dentro de los días laborables, es decir de Lunes a Viernes, habrá un descuento de 0,50 ctvs., de dólar.

Promociones en el punto de venta.- se colocará en plotters una imagen del producto indicando todas las promociones existentes, que debe ir justo a la entrada de la empresa, además cada galantina se exhibirá en un frigorífico para que las personas puedan apreciar el pollo relleno.

Descuentos.- La empresa productora y comercializadora de Galantina considera necesario establecer la promoción del 5% de descuento por la compra de 3 pollos rellenos enteros en épocas especiales y temporada navideña.

La publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre la comercialización del producto a través de los medios de comunicación para dar a conocer las características, calidad y precio del pollo relleno.

Estrategias de publicidad

Campaña publicitaria para la empresa.- De acuerdo con el estudio de mercado realizado para el presente proyecto, se utilizará los medios de comunicación tales como:

- ❖ *UV Televisión* en el horario de 19h00 a 20h00, serán 2 Spots al día los días Lunes, Miércoles y Viernes con una duración de 1 minuto cada Spot, al mes en total 24 spots televisivos.

- ❖ *Radio Semillas de Amor 89.70* en el horario de 8h00 a 12h00 habrán 3 cuñas diarias de Lunes a Viernes, dándonos un total de 60 cuñas radiales al mes.

- ❖ *Diario La Hora* en el cual se hará la publicación de un espacio 2 veces a la semana, teniendo así un total de 8 publicaciones en el mes y,

- ❖ *Hojas volantes*, se repartirán los días Martes y Jueves de 12h00 a 14h00 alrededor de unas 200 hojas volantes durante una semana, teniendo que entregar un total de 800 hojas volantes al mes.

Formato de la cuña.- El formato diseñado para la promoción y publicidad será la misma para la televisión, periódicos y hojas volantes.

GRÁFICO # 24

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN LA TELEVISIÓN, PERIÓDICO Y HOJAS VOLANTES



Formato de la cuña radial

GRÁFICO # 25

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN LA RADIO

Propaganda Radial

Ahora Loja tiene un exquisito pollo relleno listo para ser consumido, porque si quieres dar gusto a tu paladar pollo relleno debes saborear, que esperas ven y prueba lo nuevo que hay en la empresa **Í SUPER POLLO MAXÍ**, aquí encontrarás pollos rellenos enteros con un sabor increíble, demás en épocas especiales habrá grandes descuentos.

No te olvides de visitarnos en nuestro local ubicado en la ciudad de Loja, Barrio San Cayetano Bajo, calle Moscú y Jarkov.

Y contáctanos a los teléfonos 2611928 o al 0994280314

TE ESPERAMOS

CUADRO 27

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD MENSUAL					
Medio	Tamaño /Duración	Cantidad mensual	Precio Unitario (\$)	Precio Mensual (\$)	Costo total Anual (\$)
Televisión	1 minuto	24	15,00	360,00	4.320,00
Emisora	30 segundos	60	7,00	420,00	5.040,00
Periódico	4 x 4	8	15,00	120,00	1.440,00
hojas volantes	8 x 6 cm	800	0,05	40,00	240,00
TOTAL				940,00	11.040,00

Fuente: Uv Televisión, Emisora "Semillas de Amor, La Hora e Imprenta Ortiz

Elaboración: La Autora

ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio Técnico responde a preguntas: ¿Cómo cubrir lo que el mercado demanda?, ¿Dónde producir o proveerse?, ¿Qué productos se requieren?, ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?, ¿Cuánto y cuándo ofrecer?, es decir, se desarrolla teniendo como base el estudio de mercado para determinar el Tamaño Óptimo, Localización y Equipos e Instalaciones.

TAMAÑO DE LA PLANTA

La determinación del tamaño óptimo del proyecto nos permite determinar la cantidad de pollos rellenos a producirse, así mismo se determina la capacidad de la empresa durante un período hábil de funcionamiento, por lo que es importante definir el número de unidades a producirse.

Existen algunos factores que ayudaron a la determinación del tamaño, los mismos que son:

✓ **Identificación de la Demanda**

La cuantificación de la demanda insatisfecha que es de 30.535 pollo rellenos, dato encontrado en el estudio de mercado, muestra una significativa demanda de estos pollos rellenos en la ciudad de Loja.

✓ **Materia prima e Insumos**

En el mercado local se encuentra disponible el pollo faenado; así como también la carne de cerdo y las vienasas para la elaboración del producto.

Para complementar el proceso del producto se utilizan mallas plásticas, mismas que ayudarán para darle forma a la Galantina, estas mallas serán adquiridas de empresas Guayaquileñas al igual que las fundas de polipropileno para el empaclado del producto y, los conservantes son adquiridos en la Industria de especerías ILE.

✓ **Maquinaria**

La maquinaria que se utiliza para la preparación del relleno, así como para hornear y el empaclado- sellado del pollo relleno se las puede adquirir fuera del país y, los frigoríficos para la exhibición del producto se pueden conseguir actualmente en la ciudad de Loja sin ningún inconveniente. A continuación se detalla la maquinaria a utilizarse:

Horno: tiene la capacidad de hornear 10 pollos en un tiempo de 30 minutos.

Empacadora al vacío: es fácil de usar.

Frigoríficos: tienen una capacidad de almacenar máximo 100 pollos rellenos.

✓ **Disponibilidad de Recursos**

Los recursos necesarios para la llevar a cabo el proyecto son:

Mano de obra Directa: En la ciudad de Loja se encuentra disponible el talento humano, puesto que existe un porcentaje considerable de desempleo y subempleo, siendo así que la nueva empresa es una gran oportunidad para la generación de fuentes de trabajo y, por el tamaño no serán muchas las personas que se incorporarán a la misma, es así que se contará con operarios, personal Administrativo y de Ventas.

Financieros: Para iniciar las operaciones en la empresa se ha planificado el uso de fuentes de financiamiento externas del 57,16%, debido a que no se cuenta con todos los recursos económicos necesarios, para ello lo hará mediante petición de un crédito a una entidad bancaria de la localidad.

CAPACIDAD INSTALADA

Es el nivel máximo de producción o prestación de servicios que puede generar el equipo tecnológico o trabajadores, durante el período de vida de la empresa. Para determinar la capacidad instalada de producción y comercialización del producto se procedió a calcular la capacidad del horno que se utilizará dentro de la empresa.

Siendo así que se trabajarán las 24 horas de lunes a viernes durante todo el año, es así que se utilizará un horno apropiado para el producto, éste horno está diseñado para la cocción, ahumado hasta el horneado del pollo relleno.

El tamaño del proyecto estará dado por el tiempo de la elaboración del producto y la capacidad del horno, mismo que hace la cocción de la Galantina.

El horno está confeccionado para hornear 10 pollos rellenos cada 30 minutos lo que sería una producción; si se trabajan las 24 horas al día, se podrá obtener 48 producciones, entonces esto por los 10 pollos se obtendrá un total de 480 pollos rellenos diarios, que multiplicado por los 20 días laborables se tendría 9600 pollos al mes, que multiplicado por los 12 meses se obtendrá una producción anual de 115200 pollos, a continuación se detalla:

CUADRO # 28

CAPACIDAD INSTALADA				
Número	Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada Mensual	Capacidad Instalada Anual en pollos
0	2014			
1	2015	32.058	9600	115200
2	2016	32.775	9600	115200
3	2017	33.507	9600	115200
4	2018	34.255	9600	115200
5	2019	35.019	9600	115200

Fuente: Cuadro # 26 demanda Insatisfecha

Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando y está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un tiempo determinado.

El horno tiene la capacidad para hornear 10 pollos rellenos cada 30 minutos, es decir, 2 preparaciones en 1 hora; para hornear los pollos se tiene previsto dedicar 3 horas; el resto del tiempo estará dedicado a culminar con todo el proceso productivo y a la limpieza de los utensilios empleados, el aseo del local y colocar el producto en las vitrinas del área de ventas; entonces si se dedica 3 horas al día para la producción de hornear, se podrá obtener 6 preparaciones al día, que multiplicado por los 10 pollos se obtendrá un total de 60 pollos diarios, que al multiplicar por los 20 días laborables se tendría 1.200 pollos rellenos al mes, y por los 12 meses se obtendrá una producción anual de 14.400 Galantinas (pollos rellenos).

En el caso de la empresa productora y comercializadora **Í SUPER POLLO MAXÍ** para el primer año se ha estimado utilizar un 12,50% de capacidad instalada, para el segundo y tercer año se utilizará la misma capacidad, mientras que para el cuarto y quinto año se incrementará un 4,17% de la capacidad instalada.

Así mismo se procede a determinar el porcentaje de participación en el mercado que tendrá nuestra empresa, el mismo que se lo obtuvo dividiendo la

capacidad utilizada anual para la demanda insatisfecha, pudiendo cubrir un 44,92% de dicha demanda.

En el siguiente cuadro presentamos dicho procedimiento:

CUADRO # 29

CAPACIDAD UTILIZADA							
Número	Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada Mensual	Capacidad Instalada Anual en pollos	Capacidad Utilizada Anual en pollos	% de Utilización de la Cap. Utilizada	% de Participación en el Mercado
0	2014						
1	2015	32.058	9600	115200	14400	12,50%	44,92%
2	2016	32.775	9600	115200	14400	12,50%	43,94%
3	2017	33.507	9600	115200	14400	12,50%	42,98%
4	2018	34.255	9600	115200	14400	12,50%	42,04%
5	2019	35.019	9600	115200	14400	12,50%	41,12%

Fuente: Cuadro # 28 Capacidad Instalada

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta, esperando reducir costos y maximizando la utilidad.

Para la localización de la empresa productora y comercializadora de Galantina es preciso analizar varios factores fundamentales como:

✓ **Medios y Costo de transporte**

Este factor es importante ya que el lugar seleccionado para la empresa en la ciudad de Loja cuenta con una vía de acceso en buen estado, lo que facilita la llegada del pollo faenado y de los consumidores.

✓ **Materia Prima**

El pollo faenado (pelado) se la adquiere desde la empresa %Ceva Pollo+ de la ciudad de Loja, pues se encuentra cerca al lugar que estará establecida la empresa; también se hace la adquisición de la carne de cerdo y las vienasas de Cafrilosa y, los demás insumos serán adquiridos desde ILE.

✓ **Servicios Básicos**

El sector de ubicación de la empresa cuenta con todos los sistemas de apoyo como servicios básicos: agua, luz y alcantarillado, necesarios para la producción del pollo relleno.

✓ **Costo y disponibilidad de local**

Así mismo cuenta con local propio para la implementación de la empresa de producción del pollo relleno.

MACROLOCALIZACIÓN

La empresa se encontrará ubicada al sur de la Región Interandina (Sierra) del Ecuador, provincia de Loja situada a 2.060 msnm y 4º de latitud Sur, con un

clima temperado-ecuatorial subhúmedo, caracterizado por una temperatura media del aire de 16°C.

GRÁFICO # 21

Mapa de Macrolocalización

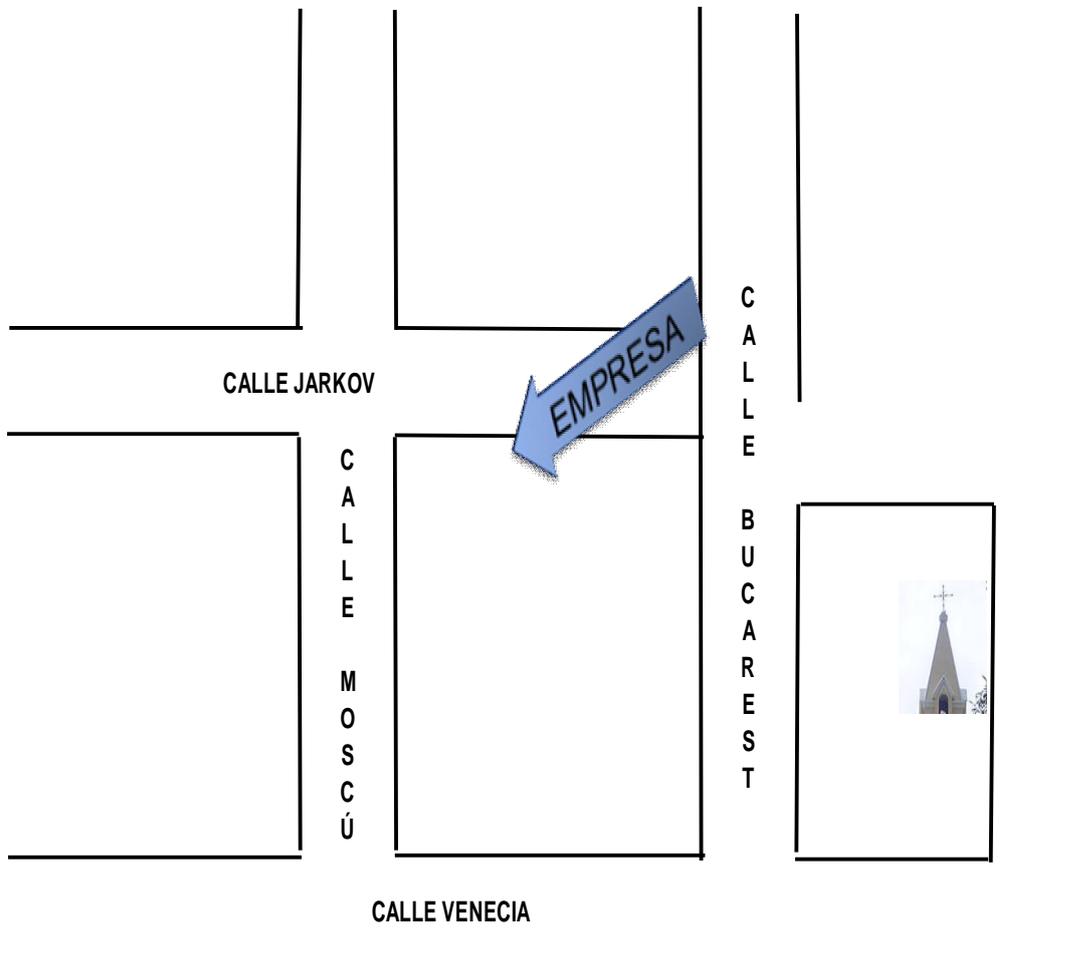


MICROLOCALIZACIÓN

Consiste en definir la provincia, cantón, parroquia, zona urbana y rural, y para su ubicación se lo hará en el plano del sitio donde operará.

El lugar indicado para realizar las actividades de la empresa Productora y Comercializadora de pollos rellenos es en la Ciudad de Loja, Parroquia el Valle, en el Barrio San Cayetano Bajo, en las calles Moscú y Jarkov.

GRÁFICO # 22



INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Mediante el estudio de ingeniería se determina las necesidades de equipos, maquinaria; la distribución de la planta y el estudio de requerimientos del personal que los operen.

Dentro de la ingeniería del proyecto tenemos las siguientes descripciones:

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

GALANTINA: es una preparación que consiste en un pollo deshuesado y relleno quedando en forma de embutido que se ha generado a través de una mezcla de la carne de cerdo y aditivos para su conservación.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo a seguir para transformar la materia prima en producto terminado que es la Galantina (pollo relleno), se lo realiza de la siguiente manera:

1. Filetear la carne de cerdo

- ✓ Se filetea a mano la carne de chanco, en especial de la pierna.
- ✓ Hacer varias punzadas con un cuchillo, es con la finalidad de ablandarla.

2. Mezcla de condimentos

Ésta actividad la realiza la máquina masajeadora, aquí se coloca la carne de cerdo punzada, el nitrito, lactato, fosfato, el agua, el almidón de yuca y la sal, la máquina se encarga de mezclar muy bien todos estos ingredientes hasta conseguir una masa homogénea.

3. Deshuesado manualmente

- ✓ Deshuesar por la pechuga hacia arriba utilizando un cuchillo delgado-flexible.
- ✓ Cortar las puntas de las alas, para luego sacar el hueso del resto del ala.

- ✓ Con la ayuda de la mano quebrar la articulación que une la ante pierna con la pierna e ir desprendiendo la carne hacia la pierna y cortamos el hueso de la ante pierna.
- ✓ Colocar la pechuga hacia abajo y se le saca el capacho o caparazón del pollo, se comienza del cuello hasta llegar a la cola.
- ✓ Para separar las pechugas introducimos los dos dedos hacia arriba y con la ayuda del cuchillo ir retirando la carne del hueso y ahí también va saliendo el cuello.
- ✓ Finalmente checar que el pollo quede completamente sin huesos.

4. Embutido

Toda la mezcla anterior se lo induce al pollo junto con las aceitunas y las dos vienasas en el centro. Con hilo de algodón se procede a atar el pollo tanto en la parte superior como inferior, así como también los extremos de las piernas y alas por separado. Luego se coloca al pollo en una malla plástica y finalmente se lo sumerge en la vasija que contiene el líquido para ahumar.

5. Llevar al horno

Este paso consiste en llevar el pollo embutido al horno automático a gas . vapor y guindar en las varillas del horno para que se cocine, ahúma y lo hornea.

6. Enfriamiento

Consiste en rociar agua fría al pollo recién salido del horno y dejar enfriar por un tiempo más el producto terminado para luego proceder a retirar la malla plástica.

7. Empacado al vacío y sellado

Con la ayuda de la máquina envasadora al vacío se empacará el producto en las fundas de polipropileno.

8. Etiquetado

Se colocará la respectiva etiqueta adhesiva en cada funda.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE VENTA

En este proceso interviene directamente la vendedora, que realiza lo siguiente:

1. Recepción de la Galantina (pollo relleno)

Con la ayuda de un obrero ubicarán de forma ordenada cada Galantina (pollo relleno) en los frigoríficos para su exhibición.

2. Receptar llamadas

La vendedora deberá tomar nota de los clientes que le hagan el pedido de la Galantina (pollo relleno) y concretar la forma de pago.

3. Entrega del producto al cliente

Se refiere a la atención al cliente con gentileza y se procederá a entregar el producto según sus exigencias.

4. Facturación

Una vez concretada la venta se emitirá la factura de compra y cobrar la cantidad respectiva.

5. Presentar informe

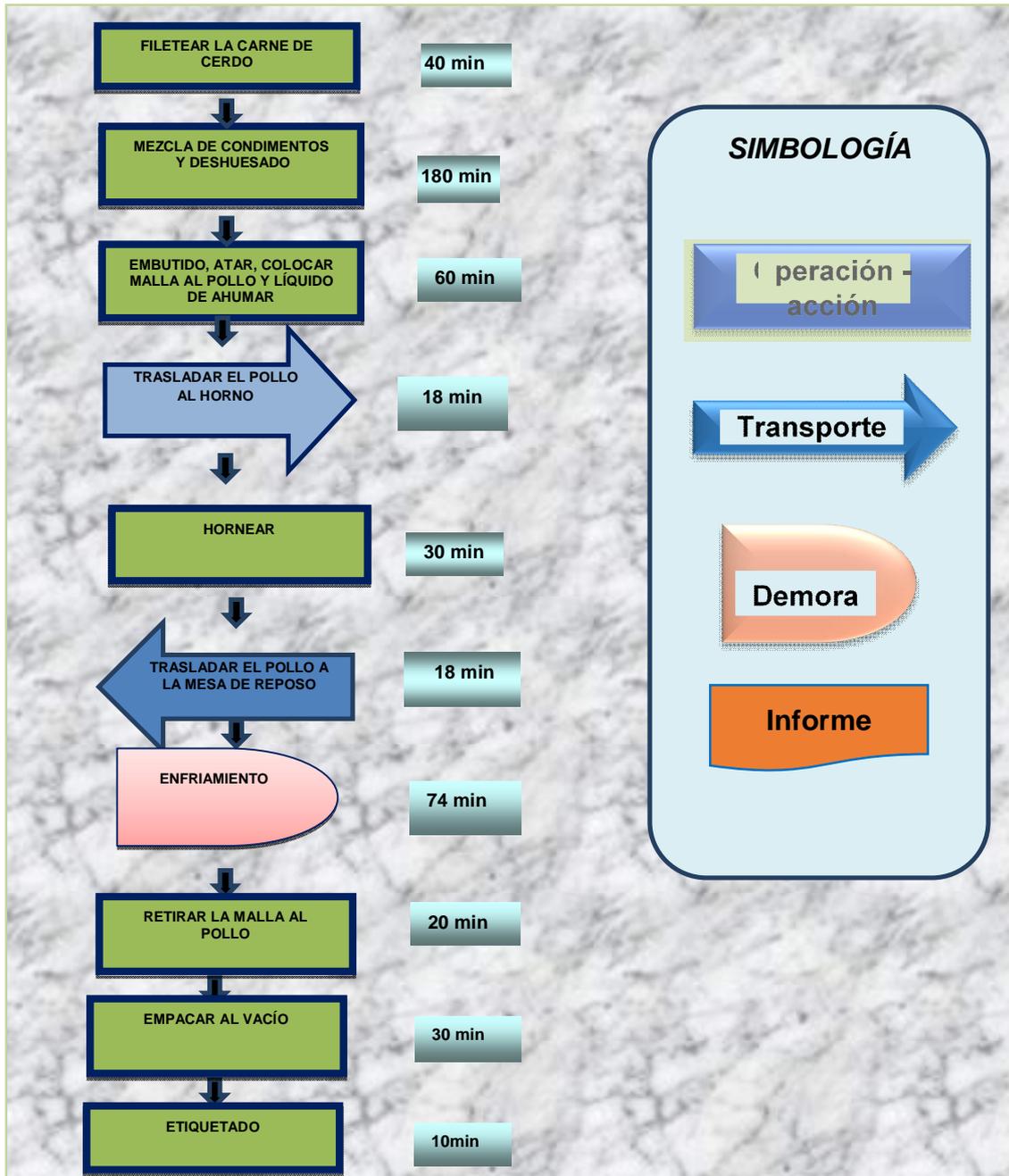
Al finalizar el día laborable tiene que presentar un informe a la secretaria contadora de las ventas realizadas durante el día, junto con las facturas y el efectivo.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA LA ELABORACIÓN DE GALANTINA (pollo relleno)

Consiste en representar gráficamente todo el proceso productivo utilizando simbología, mismas que representan las operaciones efectuadas, además se especifica el tiempo empleado en cada acción-operación efectuada.

FLUJOGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO DEL POLLO RELLENO

GRÁFICO # 23



Total: 480 minutos (8 horas)

Elaboración: La Autora

FLUJOGRAMA DE RECORRIDO DE LA GALANTINA (pollo relleno)

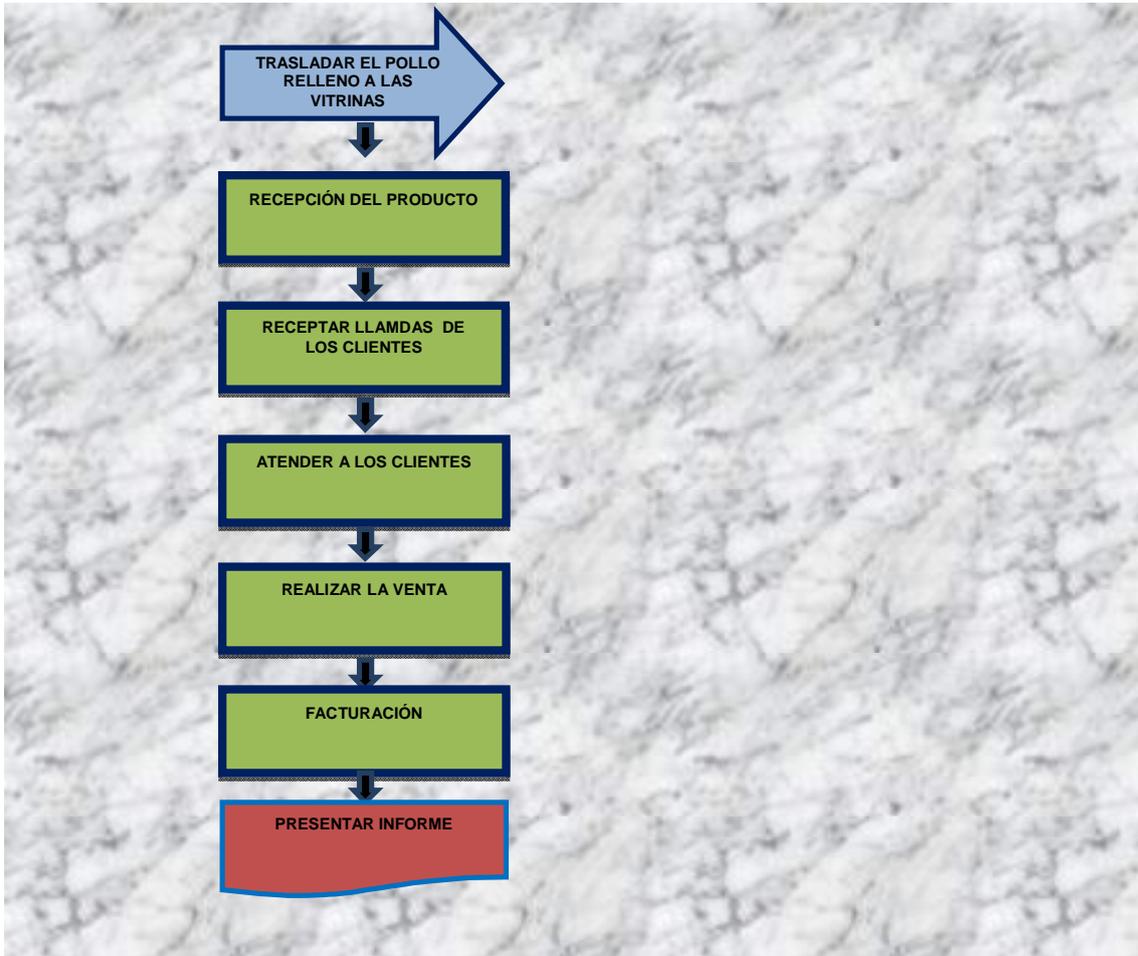
CUADRO # 30

PASOS	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES			Tiempo en minutos	OBSERVACIONES
		Operación	Transporte	Demora		
1	Filetear la carne de cerdo	●			40	
2	Mezcla de condimentos y deshuesado	●			180	
3	Embutido, atado y colocado de malla al pollo	●			60	
4	Trasladar el pollo al horno		●		18	
5	Hornear	●			30	
6	Traslado del pollo a la mesa de reposo		●		18	
7	Enfriamiento			●	74	
8	Retirar la malla al pollo	●			20	
9	Empacado	●			30	
10	Etiquetado	●			10	
	TOTAL	370	36	74	480	

Elaborado por: La Autora

FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE VENTA DE GALANTINA

GRÁFICO # 24



Elaboración: La Autora

DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTOS

En cuanto a los requerimientos de maquinaria y equipos necesarios para la elaboración de Galantina (pollo relleno) son considerados importantes para ejecutar el proyecto, para ello se utilizará los siguientes elementos:

MATERIA PRIMA DIRECTA

- 1 pollo de 5 libras
- 1 libra de carne de chanco (pierna)
- 3 cucharadas de lactato
- 2 gr de nitrito
- 1 gr de fosfato
- ½ libra de almidón de yuca
- 5 aceitunas
- 2 vienasas
- Agua
- Líquido para ahumar
- Sal lo necesario

MATERIA PRIMAINDIRECTA

- Hilo de algodón
- Fundas de polipropileno
- Etiqueta
- Malla plástica

INDUMENTARIA

- Delantal
- Mascarilla
- Gorro
- Guantes

REQUERIMIENTO DE PERSONAL

CUADRO # 31

CARGO	CANTIDAD
MANO DE OBRA DIRECTA	
Operario	3
ADMINISTRACIÓN	
Gerente	1
Secretaria	1
Contadora	1
Asesor Jurídico	1
VENTAS	
Vendedor	1
TOTAL	8

Elaboración: La Autora

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

Máquina de empacado al vacío.- Esta máquina impide el deterioro de alimentos porque al retirarle el aire del contenedor, los alimentos tienen una duración prolongada que después pueden ser utilizarlos. Se utilizará una empacadora al vacío modelo Home 69050 de Lacor, con una dimensión de 8,5 cm de alto, 36 cm de alto y 15 cm de profundidad. Admite bolsas con un ancho máximo de 28 cm.

Horno Automático a Gas Ë Vapor.- Este tipo de horno está construido por módulos, uno por cada carro. Proporcionar el adecuado tratamiento térmico a productos cárnicos, principalmente. Incluyendo salchichas de todo tipo, cortes sólidos de carne, productos seccionados y preformados, en tripas o moldes, pescado y artículos combinados. Los modelos básicos pueden hornear, secar,

cocinar y lavar internamente el horno. Si se incluye un sistema de humo líquido se obtienen productos ahumados de excelente calidad (Opcional).

Bombo masajeadora.-Es una máquina de vacío de masaje automático con una capacidad máxima de 30 kilos, ésta masajeadora es utilizada para sazonar carne de cerdo, tocino y demás ingredientes a utilizarse en los diferentes productos.

GRÁFICO # 25

MÁQUINA DE EMPACADO AL VACÍO	HORNO AUTOMÁTICO A GAS-VAPOR	BOMBO MASAJEADORA
		

Fuente: Lacor y Citalsa
Elaboración: La Autora

Vitrina frigorífica.- Este tipo de vitrina es con Mesón de 2 a 6 bandejas y se lo utilizara en el área de ventas para exhibir y mantener refrigerados los empaques de los pollos rellenos, se adquirirá 2 frigoríficos de 4 bandejas de 1,20 metros de alto, 1,70 metros de ancho y, 0,60 metros de profundidad.

Balanza digital.- Es de gran utilidad para pesar exactamente algunos de los ingredientes que se utilizarán en la preparación del pollo, ésta balanza pesa desde un gramo hasta 1000 gramos.

GRÁFICO # 26



Fuente: Vitrinas Zambrano
Elaboración: La Autora

UTENSILIOS DE COCINA

Cuchillos de corte.- La flexión y el tamaño de este cuchillo para deshuesar son perfecto para eliminar los huesos de aves de corral, ya que se puede utilizar para trabajar a lo largo de los huesos y eliminarlos, así como para raspar la carne de las articulaciones más difíciles. El mango tiene protección antibacteriana y proporciona una superficie libre de deslizamiento.

Jarra.- Indispensable para medir exactamente las cantidades necesarias de agua.

GRÁFICO # 27



Fuente: Almacenes de la localidad
Elaboración: La Autora

UTENSILIOS DE COCINA

Chairas (afiladora de cuchillos).- El tamaño de este afilador de cuchillo hace que sea fácil de afilar cuchillos grandes. El diseño "Doble Filo" mantiene los cuchillos afilados durante un período de tiempo más largo en comparación con otros afiladores de cuchillos.

Bandejas apilables.- Son en acero inoxidable, en estas bandejas se colocará el pollo relleno una vez que estén en las mallas, para luego proceder a colocarlos en el horno automático a gas . vapor.

Gavetas plásticas.- Tiene la capacidad para el peso de 120 libras, sus dimensiones son: 75cm de largo, 54cm de ancho y 90cm de alto.

GRÁFICO # 28



Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

UTENSILIOS DE COCINA

Vasija.- Es ideal para preparar el relleno de la Galantina con capacidad para 10 libras.

Tabla de picar.- En la cocina se utilizan diferentes colores de tablas de picar, con el fin de evitar toxiinfecciones alimentaria, es por eso que la Tabla de corte **amarilla** se utilizará para Carnes blancas (pollo, pavoñ)

Bandejas autoservicio.- En estas bandejas de acero inoxidable se colocarán los aditivos y condimentos.

GRÁFICO # 29



Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES

GRÁFICO # 30



Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

Muebles de oficina.-Los muebles se ubicarán en la oficina de la gerencia y de la secretaria contadora, a fin de que se pueda desempeñar de manera eficiente el trabajo en la empresa.

MUEBLES Y ENSERES

Mesa de acero inoxidable.- Se necesitará de una mesa, la misma que servirá para colocar el pollo faenado y luego hacer el deshuesado del mismo, también se ubicará la máquina empacadora al vacío.

Mesa de madera.- Es ideal para colocar todos los insumos a utilizarse durante el proceso y todos los utensilios necesarios para hacer el pollo relleno.

GRÁFICO # 31



Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

EQUIPOS DE OFICINA

GRÁFICO # 32



Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

GRÁFICO # 33

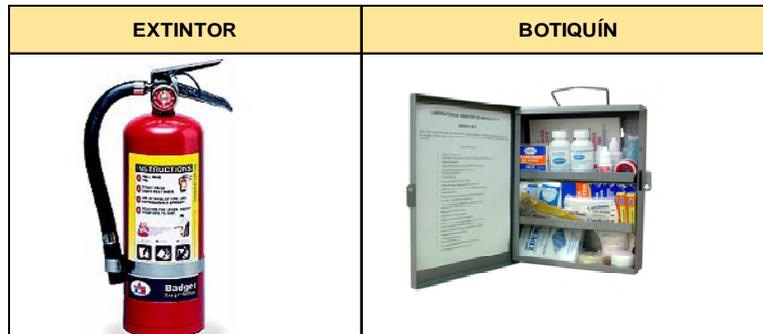


Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIOS Y SEGURIDAD

GRÁFICO # 34



Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: La Autora

SUMINISTROS DE OFICINA

- Esferos
- Borrador
- Cuadernos
- Resma de Hojas
- Grapadoras
- Perforadora
- Sello

ÚTILES DE LIMPIEZA

- Detergente
- Lavavajilla
- Esponjas de cocina para lavar
- Franelas
- Desinfectantes

- Escobas
- Trapeadores
- Baldes
- Toallas de mano
- Jabón líquido
- Recogedor de basura
- Pacas de papel higiénico
- Cestos para basura
- Alfombra (rodapiés)

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Corresponde al espacio físico donde se reúnen personas, equipo, herramientas y materias primas para la elaboración de un producto determinado⁵⁸.

Para poder diseñar la distribución de la planta es necesario identificar y determinar cuáles son las áreas de operación del negocio, a fin de poder establecer los espacios adecuados para cada una de ellas.⁵⁹

La distribución física de la empresa productora de Galantina contará con tres áreas las mismas que se detallan a continuación:

⁵⁸Rafael Alcaraz. Ob Cit.

⁵⁹ NASSIR, SAPAG CHAIN, Formulación y evaluación de proyectos, pág. 25, Ed. Norma, 200

Área administrativa.

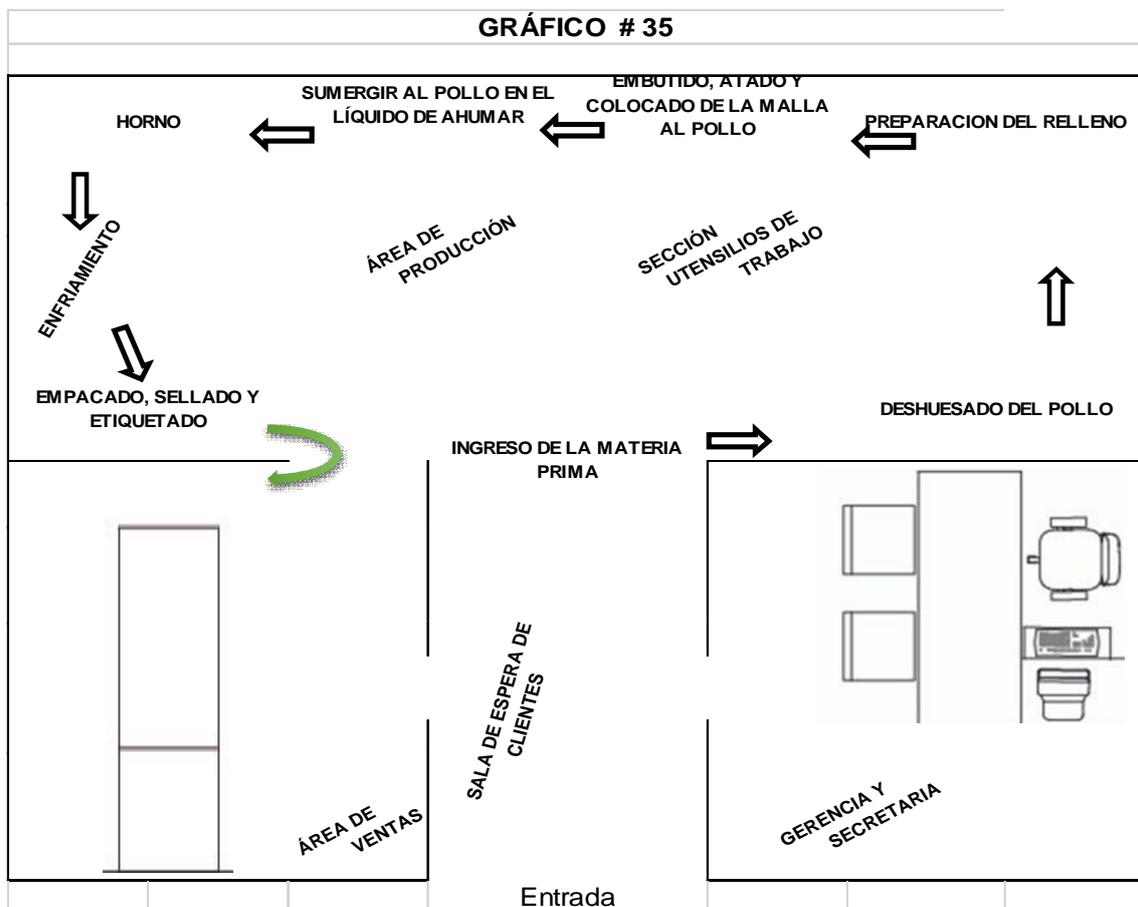
- Gerente y la secretaria contadora.

Área de producción

- Sección de recepción de la materia prima
- Sección de preparación del pollo relleno
- Sección sellado y etiquetado

Área de Ventas

- Mostradores, es decir las vitrinas frigoríficas



Elaboración: La Autora

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y EMPRESARIAL

El Estudio Organizacional y Empresarial es un proceso permanente en el que se establece la infraestructura administrativa y jurídica enmarcada en la constitución.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Base Legal

La Base Legal sirve para la constitución de una empresa y para ello debe cumplir con ciertos requisitos exigidos por la ley.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una minuta de constitución de la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OTORGANTE.- Concurren al otorgamiento de esta escritura la señora: MARÍA ROSARIO GANAZHAPA GANAZHAPA con número de cédula 110433435-2, la compareciente declara ser Ecuatoriana, mayor de edad y casada, domiciliada en esta ciudad, sin impedimento legal para contratar.

SEGUNDA: CONSTITUCIÓN.- La compareciente conviene libre y voluntariamente, en constituir la compañía en Empresa Unipersonal de

Responsabilidad Limitada (EURL): **ÍSUPER POLLO MAXÍ**, la misma que se registrará por las leyes del Ecuador y por los siguientes estatutos.

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (EURL)

1. La constitución de estas compañías se la hace por medio de escritura pública y una vez que sea otorgada la misma, el gerente-propietario se dirigirá ante uno de los jueces de lo civil y pedirá su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil.
2. El capital inicial de esta empresa, de acuerdo a la Ley es el monto total de dinero que el gerente-propietario hubiere destinado a la actividad misma, sin embargo este capital no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general por diez.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Es indispensable dotar a la empresa de una buena estructura organizativa que haga posible asignar funciones y responsabilidades en cada puesto de trabajo. La Empresa contará con un organigrama estructural, funcional y de posición en donde se detalla los niveles jerárquicos de la misma.

NIVELES JERÁRQUICOS

❖ NIVEL EJECUTIVO

En la Empresa %SUPER POLLO MAX+ EURL., el nivel que lo dirigirá está integrado por el Gerente, el mismo que toma decisiones y está encargado de planificar, organizar, dirigir, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa a su mando.

❖ NIVEL LEGISLATIVO

En este caso este nivel lo constituye el único propietario de la empresa, el mismo que se encarga de legislar sobre las políticas y reglamentos que se deben seguir, los procedimientos, reglamentos y decidir sobre los aspectos más importantes.

❖ NIVEL ASESOR

Es aquel que aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y en áreas que tenga que ver con la empresa. En este caso lo integra el Asesor Jurídico y será requerido para cumplir funciones temporales.

❖ NIVEL AUXILIAR

Todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa tiene un Nivel Auxiliar, éste nivel lo integra la secretaria-contadora cuyas actividades servirán de apoyo al nivel ejecutivo.

❖ NIVEL OPERATIVO

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas con la planta de producción, y está conformado por 3 obreros y un vendedor.

ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura organizacional en donde se define como funcionará la organización, además revelan división de funciones y las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa.

Para determinar la estructura organizacional se tomará en cuenta los siguientes organigramas:

- **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL (Gráfico # 35)**

Es un diagrama que representa la estructura jerárquica de una compañía, en donde se señalan los niveles jerárquicos.

En el organigrama estructural de la empresa **Í SUPER POLLO MAXÍ EUURL**, se indican los cargos que conforman los diferentes niveles jerárquicos como la Gerencia, el Asesor Jurídico, la Secretaria-contadora, Departamento de Producción y el Vendedor.

- **ORGANIGRAMA FUNCIONAL (Gráfico # 36)**

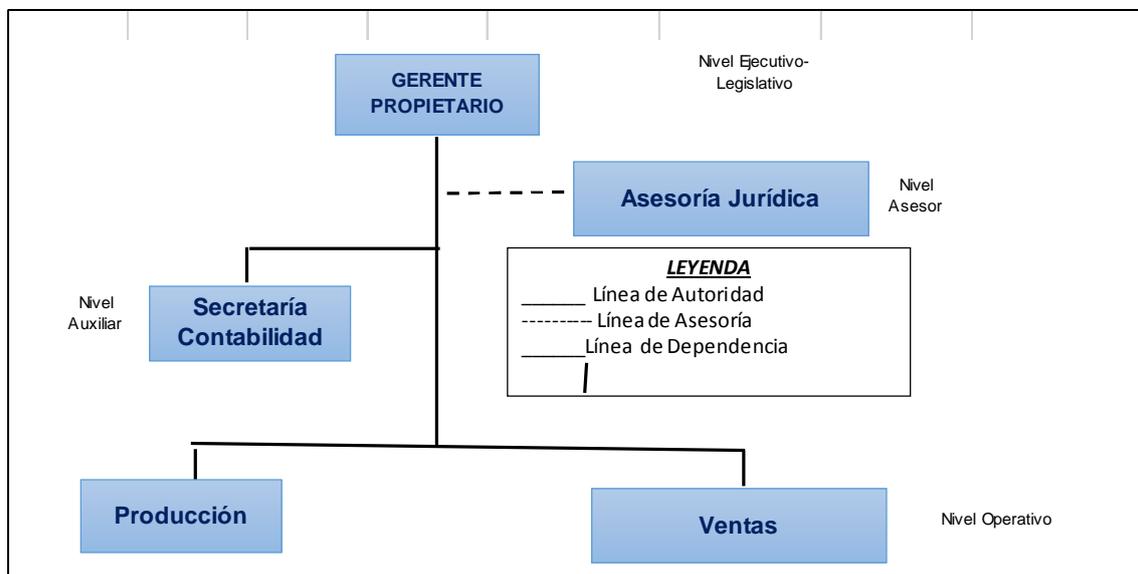
Consiste en representar gráficamente las funciones básicas de una unidad administrativa, indicando así su cargo junto con las responsabilidades a su cargo.

- **ORGANIGRAMA POSICIONAL (Gráfico # 37)**

Se indica el cargo, se puede incluir la remuneración tentativa a recibir y aún el nombre del empleado.

GRÁFICO # 35

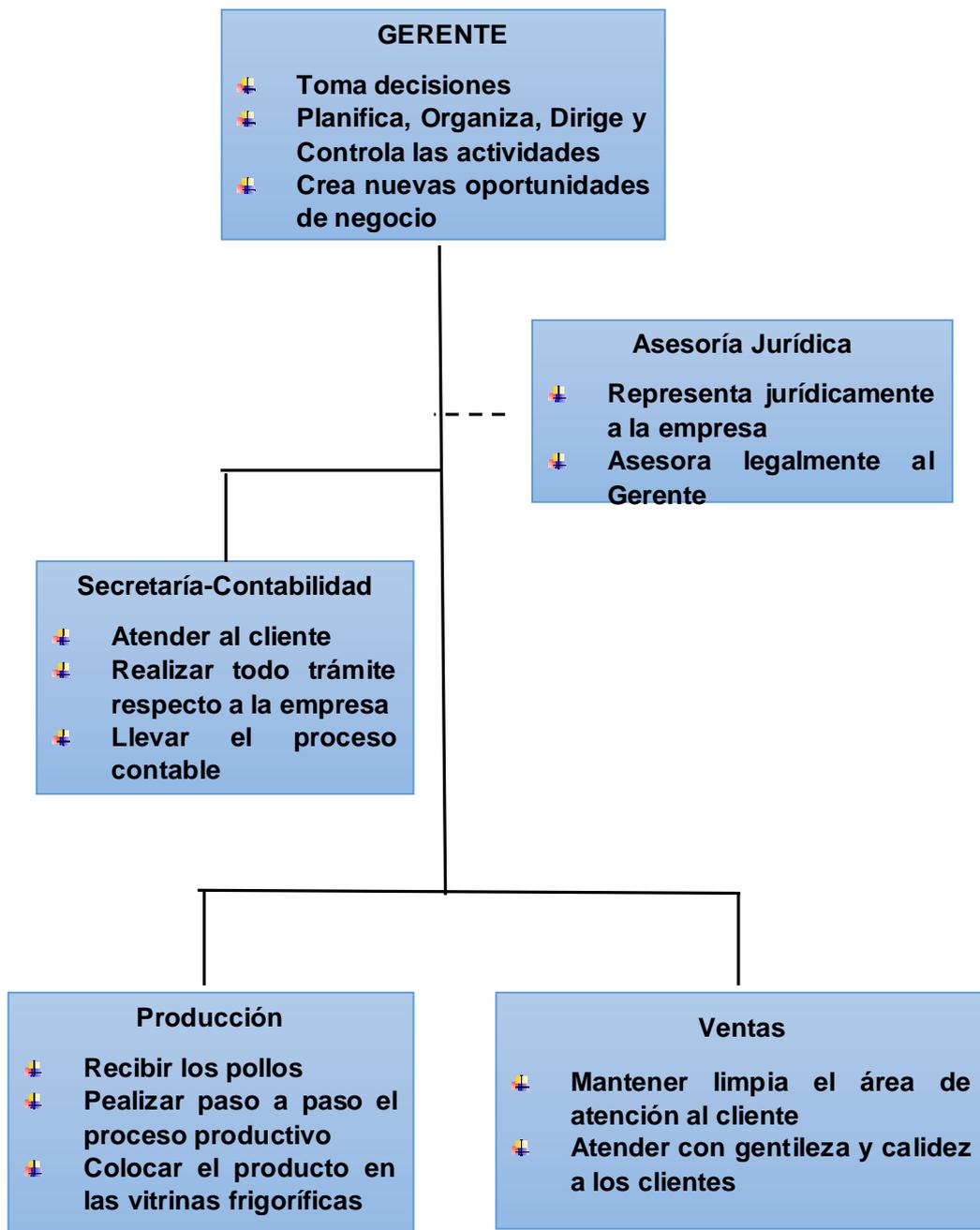
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO RELLENO)



Elaboración: La Autora

GRÁFICO # 36

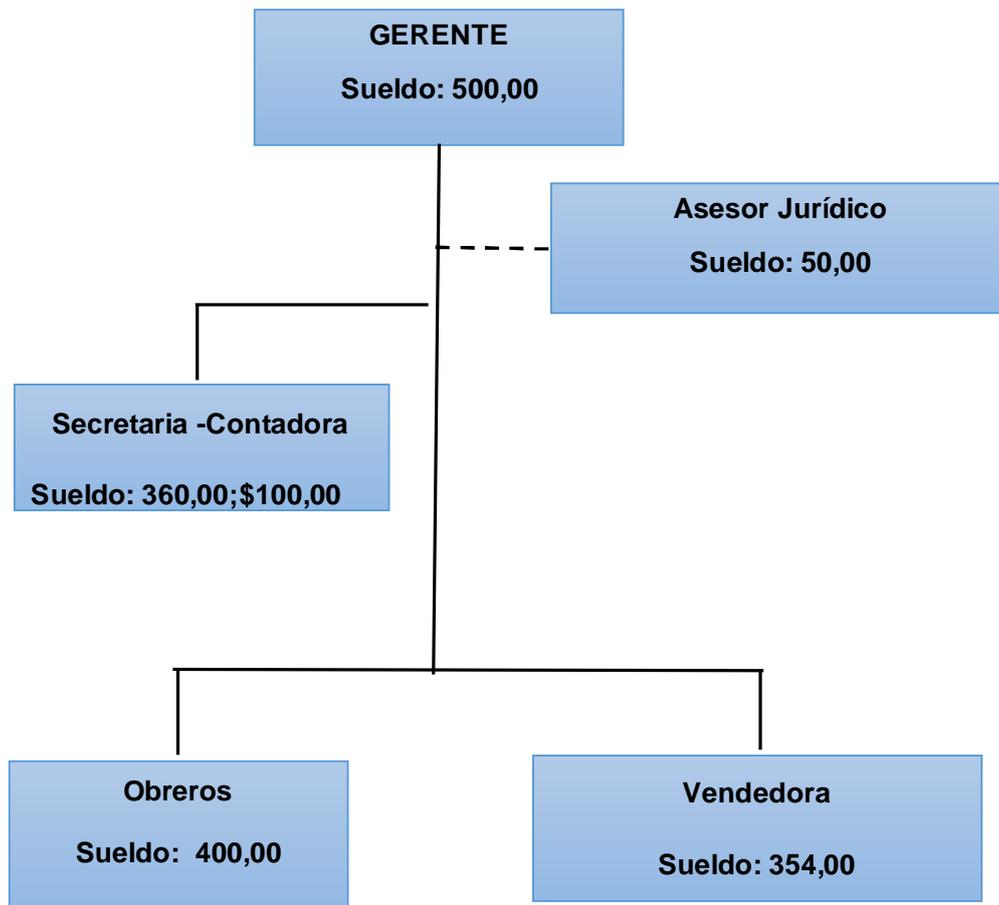
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO RELLENO)**



Elaboración: La Autora

GRÁFICO # 37

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO RELLENO)



Elaboración: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

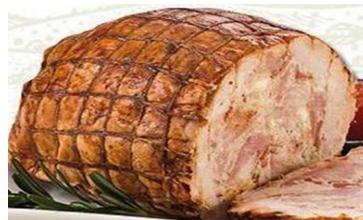
Todo el personal que labora en la empresa debe conocer las funciones que deben desempeñar a través de un Manual.

Por lo antes expuesto, es necesario y oportuno proponer un Manual de Funciones para la empresa productora y comercializadora de Galantina (pollo relleno).

EMPRESA Í SUPER POLLO MAXÍ

CÓDIGO : 001

TÍTULO DEL PUESTO : GERENTE



NATURALEZA DEL TRABAJO: Tomar decisiones generales de la empresa, así como coordinar todos los recursos previa planificación, organización, dirección y control de todas las actividades a fin de lograr objetivos establecidos.

FUNCIONES

- ♣ Planificar las actividades, Organizar los recursos, dirigir al personal.
- ♣ Controlar las actividades y resultados
- ♣ Representar legalmente a la empresa
- ♣ Ordenar, autorizar y firmar órdenes, cheques para los respectivos pagos al Personal y proveedores.
- ♣ Realizar las compras de los insumos necesarios para la producción
- ♣ Contratar el personal idóneo

CARACTERÍSTICA DE CLASE

- ♣ Ser responsable
- ♣ Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal de la empresa
- ♣ Ser emprendedor

REQUISITOS MÍNIMOS

TÍTULO: Ingeniero en Agroindustria de los Alimentos

EXPERIENCIA: Un año en funciones similares

EDAD: Entre 28 y 38 años

ÁREA DE TRABAJO: Departamento Administrativo

EMPRESA Í SUPER POLLO MAXÍ



CÓDIGO : 002

TÍTULO DEL PUESTO : ASESOR JURÍDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO: Permitir reducir riesgos en la toma de decisiones para la empresa productora y comercializadora de Galantina.

FUNCIONES

- ♣ Asesorar al gerente propietario de la empresa sobre aspectos de orden jurídico
- ♣ Representar junto con el gerente, judicialmente a la empresa
- ♣ Redactar convenios, contratos de trabajo y otros documentos afines con su puesto.

CARACTERÍSTICA DE CLASE

- ♣ Ejercer la representación legal en caso de ser necesario.

REQUISITOS MÍNIMOS

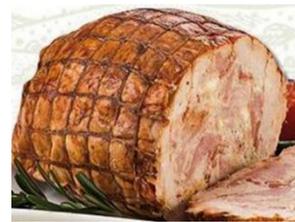
TÍTULO: Abogado en los Tribunales de Justicia

EXPERIENCIA: Un año en cargos similares

EDAD: 27 años en adelante

Su condición de trabajo es temporalmente, es decir cuando la empresa lo requiera

EMPRESA Í SUPER POLLO MAXÍ



CÓDIGO : 003

TÍTULO DEL PUESTO : SECRETARIA

NATURALEZA DEL TTRABAJO: Asistencia directa al Gerente de la empresa.

FUNCIONES

- ♣ Elaborar los oficios, memorando y circulares de la empresa.
- ♣ Y las demás responsabilidades adheridas al cargo.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ♣ Ser eficiente, responsable y mantener discreción en el desarrollo de sus funciones.
- ♣ Tener buenas relaciones humanas.

REQUISITOS MÍNIMOS

TÍTULO: Secretariado Bilingüe o Afines

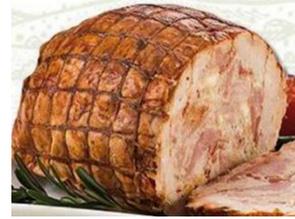
EXPERIENCIA: Mínimo un año en funciones similares

EDAD: De 21 años en adelante

ÁREA DE TRABAJO: Departamento Administrativo

EMPRESA Í SUPER POLLO MAXÍ

CÓDIGO : 004
TÍTULO DEL PUESTO : CONTADORA



NATURALEZA DEL TTRABAJO: Sus funciones se encuentran determinadas por las normas y código de ética acordes del ejercicio de la profesión.

FUNCIONES

- ♣ Tener al día la contabilidad
- ♣ Generar los balances mensuales para presentarles a su jefe
- ♣ Realizar oportunamente las declaraciones al SRI.
- ♣ Presentar los informes que requiera el Gerente.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ♣ Responsable y tener conocimientos de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.
- ♣ Ser eficiente

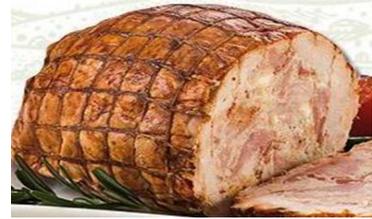
REQUISITOS MÍNIMOS

TÍTULO: Contador Público
EXPERIENCIA: Mínimo un año en funciones similares
EDAD: De 23 años en adelante
ÁREA DE TRABAJO: Departamento Administrativo

EMPRESA Í SUPER POLLO MAXÍ

CÓDIGO : 005

TÍTULO DEL PUESTO : OBRERO



NATURALEZA DEL TRABAJO: Llevar a cabo todos los pasos del proceso de producción de la Galantina (pollo relleno)

FUNCIONES

- ♣ Optimizar el uso de la materia prima
- ♣ Dar mantenimiento la maquinaria y equipos de trabajo existentes en la empresa.
- ♣ Ejecutar el proceso de producción
- ♣ Almacenar el pollo relleno en las vitrinas frigoríficas
- ♣ Y las demás responsabilidades adheridas al cargo
- ♣ Hacer la limpieza de las herramientas de trabajo

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ♣ Ser puntual
- ♣ Tener toda la predisposición para elaborar el pollo relleno.

REQUISITOS MÍNIMOS

TÍTULO: Tecnólogo en Agroindustrias de los alimentos

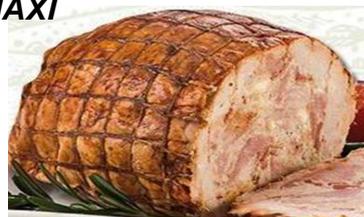
EXPERIENCIA: Tener conocimientos de nutrición y en el procesamiento de alimentos

EDAD: De 25 años en adelante

ÁREA DE TRABAJO: Departamento de Producción

EMPRESA Í SUPER POLLO MAXÍ

CÓDIGO : 006



TÍTULO DEL PUESTO : VENDEDORA

NATURALEZA DEL PUESTO: Realizar las ventas en el área de la atención al cliente, y de igual manera siempre debe tener las vitrinas frigoríficas en stock del producto.

FUNCIONES

- ♣ Coordinar junto con la secretaria las actividades de las ventas
- ♣ Mantener buenas relaciones laborales
- ♣ Cuidar del aseo de los mostradores
- ♣ Realizar la correspondiente facturación en las ventas
- ♣ Y las demás responsabilidades a ella encomendadas

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ♣ Responsable para las labores de ventas

REQUISITOS MÍNIMOS

TÍTULO: Bachiller

EXPERIENCIA: Un año en cargos similares

EDAD: 19 años en adelante

ÁREA DE TRABAJO: Departamento de Ventas

2. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Este estudio corresponde a la tercera parte del proyecto de factibilidad, en la que se conocerá los presupuestos, el análisis de costos, determinación de precio de venta, ingresos y cálculo del punto de equilibrio, que servirán para determinar más adelante cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, de esta manera se determinará si es o no factible el proyecto.

INVERSIONES PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA

Estas inversiones la conforman los activos fijos, activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo.

a. Inversiones en Activos Fijos o Tangibles

Son aquellos bienes tangibles propiedad de la empresa que se utilizarán para la producción, entre ellos tenemos, Maquinaria y Equipo, Muebles y Enseres para la producción, junto con el Equipo de Computación y Equipo de Oficina.

○ Maquinaria y Equipo

Comprende toda la tecnología y bienes necesarios para llevar acabo la producción, dicho valor asciende a **\$ 3.478,31** como se detalla a continuación:

CUADRO # 31

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO				
Áreas de la empresa	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio total
Área de Producción	1	Horno automático a gas-vapor	450,00	450,00
	1	Máquina empacadora al vacío	75,00	75,00
	1	Cilindro industrial con válvula	60,00	60,00
	1	Balanza digital	61,31	61,31
	1	Bombo masajeadora	250,00	250,00
	1	Extractor de olores	130,00	130,00
Área de Ventas	2	Vitrina frigorífica	1.200,00	2.400,00
	2	Extintor	26,00	52,00
TOTAL				3.478,31

Fuente: Citalsa, Lacor, Vitrinas Zambrano y almacenes de la localidad.

Elaboración: La Autora

○ **Utensilios de cocina**

Comprende la adquisición de activos necesarios destinados para el uso del proceso de producción y ventas del pollo relleno, el valor asciende a **\$ 114,50**.

Tal como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO # 32

PRESUPUESTO DE UTENSILIOS DE COCINA				
Área de la empresa	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
Área de Producción	2	Cuchillos	10,00	20,00
	1	Jarra	1,50	1,50
	1	Afilador de cuchillo	6,00	6,00
	1	Bandeja apilable	30,00	30,00
	2	Gaveta plástica	10,00	20,00
	1	Vasija de acero inoxidable	15,00	15,00
	2	Tabla de picar	5,00	10,00
	1	Bandeja autoservicio	12,00	12,00
TOTAL				114,50

Fuente: Almacenes "Cóndor"

Elaboración: La Autora

○ **Muebles Y Enseres**

En esta cuenta constan los principales bienes necesarios en las actividades administrativas, de producción y ventas, cuyos valores han sido cotizados en los almacenes de la localidad a un valor total de **\$ 811,00** lo cual se describe a continuación:

CUADRO # 33

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES				
Áreas de la empresa	Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio Total
Área Administrativa	2	Escritorio	100,00	200,00
	2	Sillones giratorios	47,00	94,00
	3	Sillas plásticas	10,00	30,00
	1	Botiquín	15,00	15,00
	1	Archivador de 4 servicios	125,00	125,00
Área de Producción	1	Mesa de acero inoxidable	180,00	180,00
	1	Mesa de madera	60,00	60,00
	2	Sillas plásticas	10,00	20,00
Área de Ventas	1	Escritorio	10,00	10,00
	3	Sillas plásticas	10,00	30,00
	1	Sillón giratorio	47,00	47,00
TOTAL				811,00

Fuente: Almacenes de la Localidad

Elaboración: La Autora

○ **Equipos de Oficina**

Para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa es necesario hacer la adquisición de los siguientes equipos de oficina, la que se encuentra detalladamente continuación y cuyo valor asciende a **\$187,00**.

CUADRO # 34

PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE OFICINA				
Áreas de la empresa	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio total
Área Administrativa	1	Teléfono	30,00	30,00
	1	Sumadora-calculadora	55,00	55,00
Producción	1	Calculadora	17,00	17,00
Área de Ventas	1	Teléfono	30,00	30,00
	1	Sumadora-calculadora	55,00	55,00
TOTAL				187,00

Fuente: Local comercial "Mil Maravillas"

Elaboración: La Autora

- **Equipo de Computación**

A continuación se detalla la adquisición del equipo de computación, el mismo que es indispensable para llevar a cabo las actividades de la empresa, lo cual se describe en el siguiente cuadro con un valor de **\$ 2.040,00**.

CUADRO # 35

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Áreas de la empresa	Cantidad	Descripción	Precio unitario	precio total
Área Administrativa	2	Computadora de escritorio	600,00	1.200,00
	1	Impresora Cannon	120,00	120,00
Área de Ventas	1	Computadora de escritorio	600,00	600,00
	1	Impresora Cannon	120,00	120,00
TOTAL				2.040,00

Fuente: Almacenes TOA

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE INVERSIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

El valor total estimado de los Activos Fijos, asciende a **\$ 6.630,81** lo cual se encuentra detallado a continuación:

CUADRO # 36

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
Descripción	Monto
Maquinaria y Equipo	3.478,31
Utensilios de cocina	114,50
Equipo de Oficina	187,00
Equipo de Computación	2.040,00
Muebles y Enseres	811,00
TOTAL	6.630,81

Fuente: Cuadros # 31, # 32, # 33, # 34 y # 35

Elaboración: La Autora

b. Inversiones en Activos nominales o Diferidos

Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, constituyen inversiones intangibles y, están relacionados con los gastos ocasionales en la fase pre-operativa del proyecto como: permiso de funcionamiento y costos legales de constitución.

A continuación se detalla cada uno de los rubros que incursionan este estudio:

- **Adecuaciones e Instalaciones**

En ésta cuenta se detallan los materiales para realizar las instalaciones eléctricas y telefónicas, así como las adecuaciones del área de producción, con un monto de **\$ 680,00**.

CUADRO # 37

ADECUACIONES E INSTALACIONES	
Detalle	Costo total
Adecuaciones del área de producción	500,00
Materiales para Instalaciones eléctricas	100,00
Instalaciones de teléfono	80,00
TOTAL	680,00

Fuente: Electrox ferrisariato, C.N.T

Elaboración: La Autora

- **Organización de la empresa**

Para que la empresa productora y comercializadora de Galantina se requiere de los costos legales de honorarios del abogado, mismo que realiza los

trámites pertinentes, incluye Patente Municipal y permiso de funcionamiento, mismos que son otorgados por los organismos competentes, este rubro asciende a **\$ 1.390,00**. Aquí el detalle:

CUADRO # 38

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	
Detalle	Costo total
Permiso de funcionamiento (Bomberos)	40,00
Patente Municipal	150,00
Costo de constitución	500,00
Registro sanitario	700,00
TOTAL	1.390,00

Fuente: Organismos de Control y Regulación Locales de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

En cuanto al valor estimado de los Activos Diferidos, asciende a **\$ 2.070,00** según el presente cuadro:

CUADRO # 39

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
Activos	Costo total
Adecuaciones e Instalaciones	680,00
Organización de la empresa	1.390,00
TOTAL	2.070,00

Fuente: Cuadro # 37 y # 38

Elaboración: La Autora

Amortización de Activos Diferidos: Para establecer el valor de la amortización de activos diferidos de cada año, se procede a dividir el valor total del activo diferido que es de **\$ 2.070,00** para los 5 años de vida útil del

proyecto, obteniendo como resultado de la amortización la cantidad de **\$ 414,00** dólares al año.

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \frac{\text{Valor Total del Activo Diferido}}{\text{Vida útil del proyecto}}$$

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \frac{2.070,00}{5}$$

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \$ 414,00$$

CUADRO # 40

AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS (\$)					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo diferido 2.070,00	414,00	414,00	414,00	414,00	414,00
TOTAL	414,00	414,00	414,00	414,00	414,00

Fuente: Cuadro # 37

Elaboración: La Autora

c. Inversiones en Activo Circulante o Capital de trabajo para 1 mes

Constituye los activos que sirven y proporcionan a la empresa todos los recursos necesarios para su operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. Los valores de los Activos Circulantes para el siguiente proyecto serán determinados mensualmente. En el activo circulante se detalla los presupuestos pertinentes que permiten establecer el Costo Total, a continuación se detallan:

COSTO TOTAL

Este rubro representa toda la inversión necesaria para llevar a cabo la producción de un determinado producto, este costo se divide en Costo de Producción y en Costos de Operación.

COSTO DE PRODUCCIÓN

Constituye todas las operaciones realizadas, es decir, desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación en un producto terminado, este costo está conformado por el Costo primo y el Costo Indirecto de Fabricación.

a. COSTO PRIMO

Este rubro es la suma de la Materia Prima Directa y Mano de Obra Directa.

o Materia Prima Directa

Constituye los materiales a ser transformados en el producto final, de manera específica a la carne de pollo como materia prima que se utilizará para transformarle en Galantina (pollo relleno), la cantidad asciende a **\$ 11.738,27** según se describe a continuación:

CUADRO # 41

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA				
Cantidad por producción	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1200	unidad	Pollos enteros faenados	6,75	8.100,00
1200	libras	Carne de cerdo	2,50	3.000,00
240	libras	Vienesas	2,00	480,00
20	libras	Nitrito	0,50	10,00
40	litros	Lactato	0,75	30,00
20	libras	Fosfato	0,50	10,00
20	libras	Almidón de yuca	0,50	10,00
60	kilos	Aceitunas	1,50	90,00
0,12	m ³	Agua	0,62	0,07
10	litros	Líquido para ahumar	0,50	5,00
4	funda	Sal	0,80	3,20
TOTAL MENSUAL				11.738,27
TOTAL ANUAL				140.859,29

Fuente: Ceva pollo, Cafrilosa, ILE, Municipio de Loja (comercialización)

Elaboración: La Autora

○ **Mano de Obra Directa**

En este rubro interviene el pago de salarios que tiene relación directa con el proceso de producción, cuyo valor asciende a **\$ 1.684,26** por cada mes de labores, en el siguiente cuadro se indica detalladamente:

CUADRO # 42

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	
COMPONENTE	CANTIDAD (\$)
Sueldo Básico Unificado	400,00
Décima Tercera Remuneración	33,33
Décima Cuarta Remuneración	29,50
Vacaciones	16,67
Aporte Patronal 11,15%	44,60
Aporte IECE 0,5%	2,00
Aporte SETEC 0,5%	2,00
Fondo de Reserva 8,33%	33,32
Total	561,42
Nº de Mano de Obra Directa	3
Total Mensual	1.684,26
Total Anual	20.211,12

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS, código sectorial 2015

Elaboración: La Autora

RESUMEN DEL COSTO PRIMO

El valor estimado del Costo Primo es de \$ **13.422,53**. Tal como se indica a continuación:

CUADRO # 43

RESUMEN DE COSTO PRIMO		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	11.738,27	140.859,29
Mano de Obra Directa	1.684,26	20.211,12
TOTAL	13.422,53	161.070,41

Fuente: Cuadro # 41 y # 42

Elaboración: La Autora

b. COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN

Son aquellos elementos indispensables que intervienen durante el proceso de transformación del producto, tales como: Materia Prima Indirecta, Indumentaria,

depreciación de edificio, Depreciación de los Activos utilizados en la producción, etc.

✓ **Materia Prima Indirecta**

Comprende todos los insumos necesarios que se utilizarán durante el proceso, en forma indirecta para la producción de la Galantina, con un valor de **\$ 578,50**.

Entre los cuales están detallados a continuación:

CUADRO # 44

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA				
Cantidad por producción	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Tubo	Hilo de coser costal	2,50	2,50
1200	Unidad	Fundas de polipropileno	0,08	96,00
1200	Unidad	Etiquetas	0,05	60,00
420	Metros	Malla plástica	1,00	420,00
TOTAL MENSUAL				578,50
TOTAL ANUAL				6.942,00

Fuente: Empresa Guayaquileña+, Ferretería C.J, Imprenta Ortiz

Elaboración: La Autora

✓ **Indumentaria**

Dentro del proceso de producción es necesario contar con los rubros de vestimenta, mismos que brindan seguridad e higiene dentro de las operaciones, teniendo un valor mensual que asciende a **\$ 26,70**. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO # 45

PRESUPUESTO DE INDUMENTARIA DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN						
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total (mensual)	Cantidad Anual	Total Anual
3	unidad	Delantal de plástico	5,00	15,00	2	30,00
3	unidad	Mascarillas	0,90	2,70	12	32,40
3	unidad	Gorros	1,00	3,00	4	12,00
3	pares	Guantes	2,00	6,00	12	72,00
TOTAL				26,70		146,40

Fuente: Comercial "Cóndor", Farmacia Sana Sana

Elaboración: La Autora

✓ **Mantenimiento para la producción**

Corresponde al valor que se debe pagar por el mantenimiento trimestral de los activos fijos de la empresa, como son de edificio, maquinaria y equipo, cuyo valor asciende a **\$ 30,00**. A continuación se encuentra detalladamente:

CUADRO # 46

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO PARA LA PRODUCCIÓN					
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total	Cantidad Anual	Total Anual
1	Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	30,00	30,00	4	120,00
TOTAL MENSUAL			30,00		120,00

Fuente: Personal Calificado

Elaboración: La Autora

✓ **ENERGÍA ELÉCTRICA**

Para llevar a cabo el proceso de producción de la Galantina (pollo relleno es indispensable el consumo de energía eléctrica, puesto que se contará con una

máquina empacadora al vacío para el empaquetado del producto, este rubro asciende a \$ 6,36 a continuación se detalla el consumo:

CUADRO # 47

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE ENERGÍA ELECTRICA (Producción)				
Cantidad kw/h	Descripción	Precio Unitario	Cargo por comercialización	Precio Total
50	Energía Eléctrica	0,09	1,41	5,91
SAPG			16,5%	0,98
TOTAL MENSUAL				6,89
TOTAL ANUAL				82,62

Fuente: EERSSA

Elaboración: La Autora

✓ **AGUA POTABLE PARA LA PRODUCCIÓN**

Para la elaboración del pollo relleno se requiere de una cantidad de agua suficiente, misma que tiene un precio de 0,62 ctvs., cada metro cúbico. Este asciende a un valor mensual de \$ 9,30 de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO # 48

PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE (Producción)			
Cantidad (m3)	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
15	Agua potable	0,62	9,30
TOTAL MENSUAL			9,30
TOTAL ANUAL			111,60

Fuente: Municipio de Loja (Comercialización)

Elaboración: La Autora

✓ **Combustible doméstico**

Para realizar la cocción y horneado del producto es necesario el consumo de gas doméstico de unos dos cilindros en cada mes, este valor es de \$ 32,00. A continuación se detalla:

CUADRO # 49

PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE					
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total	Cantidad Anual	Precio Anual
2	Tanque de gas de uso industrial	16,00	32,00	12	380,00
TOTAL MENSUAL			40,00		484,00

Fuente: LOJAGAS

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE LOS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

El valor total asciende a un valor estimado de \$ **683,39**. A continuación se detalla:

CUADRO # 50

RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Indirecta	578,50	6.942,00
Indumentaria	26,70	146,40
Mantenimiento de Maquinaria para la producción	30,00	120,00
Energía Eléctrica	6,89	82,62
Agua Potable	9,30	111,60
Combustible	32,00	384,00
TOTAL	683,39	7.402,62

Fuente: Cuadros # 44, # 45, # 46 # 47, # 48, y # 49

Elaboración: La Autora

COSTO DE OPERACIÓN

Representa todas las operaciones a realizarse desde que el artículo de consumo o servicio se ha terminado, está formado por: Gastos Administrativos (Sueldo Administrativo, Arriendo, Servicio Básicos, etc.), Gastos de Ventas

(Sueldo del personal de Ventas, Servicio Básicos, Publicidad y Promoción, etc.)
y Gastos Financieros (interés del préstamo).

a. Gastos Administrativos

Comprenden todos los valores relacionados con el Sueldo del Personal Administrativo y de Ventas, Arriendo, Servicio Básicos, y los Costos de Suministros de Oficina.

✓ Sueldo Administrativo

Es el pago del sueldo al personal encargado de la parte administrativa de la empresa, teniendo así un valor de **\$ 1. 302,63**. El rol de pagos del Personal Administrativo se detalla a continuación:

CUADRO # 51

SUELDOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO				
COMPONENTE	GERENTE	SECRETARIA	CONTADORA	ASESOR
Sueldo Básico Unificado	\$ 500,00	\$ 360,00		\$ 50,00
Décima Tercera Remuneración	\$ 41,67	\$ 30,00		
Décima Cuarta Remuneración	\$ 29,50	\$ 29,50		
Vacaciones	\$ 20,83	\$ 15,00		
Aporte Patronal 11,15%	\$ 55,75	\$ 40,14		
Aporte IECE 0,5%	\$ 2,50	\$ 1,80		
Aporte SETEC 0,5%	\$ 2,50	\$ 1,80		
Fondo de Reserva 8,33%	\$ 41,65	\$ 29,99		
Total Mensual	\$ 694,40	\$ 508,23	100	
Total Anual	\$ 8.332,80	\$ 6.098,74	1200	\$ 100,00
TOTAL				\$ 15.731,54

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS, código sectorial 2015

Elaboración: La Autora

✓ **Arriendo**

Aquí corresponde el valor a las erogaciones del local requerido para el funcionamiento del área administrativa y de producción, el mismo que es local propio con todas las adecuaciones para llevar a cabo el proyecto. Y su valor de arriendo es de **\$ 450,00** descrito en el siguiente cuadro:

CUADRO # 52

PRESUPUESTO DE ARRIENDO			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Arriendo	450,00	450,00
TOTAL MENSUAL			450,00
TOTAL ANUAL			5400,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: La Autora

✓ **Energía Eléctrica**

Es el costo que el área administrativa debe pagar por el consumo de energía eléctrica, el mismo que asciende a **\$ 5,31** mensual. Tal como se indica en el cuadro:

CUADRO # 53

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE ENERGÍA ELECTRICA (Administración)				
Cantida d	Descripción	Precio Unitario	Cargo por comercialización	Precio Total
35	Energía Eléctrica	0,09	1,41	4,56
SAPG			16,5%	0,75
TOTAL MENSUAL				5,31
TOTAL ANUAL				63,75

Fuente: EER.SSA.

Elaboración: La Autora

✓ **Agua Potable**

Corresponde a los gastos por concepto de consumo de agua, teniendo que pagar cada mes un valor de \$ **6,75** como se indica a continuación:

CUADRO # 54

PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE (Administración)			
Cantidad (m3)	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
15	Agua potable	0,45	6,75
TOTAL MENSUAL			6,75
TOTAL ANUAL			81,00

Fuente: Municipio de Loja (comercialización)

Elaboración: La Autora

✓ **Teléfono**

Comprende los gastos por el consumo telefónico, obteniendo así un valor de \$ **14,45** que se detalla a continuación:

CUADRO # 55

PRESUPUESTO DE TELÉFONO (Administración y Ventas)				
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Pensión básica	Precio Total
45	Minutos de uso del teléfono	0,02	12,00	12,90
IVA 12%				1,55
TOTAL MENSUAL				14,45
TOTAL ANUAL				173,38

Fuente: CNT

Elaboración: La Autora

✓ **Suministros de Oficina**

Son aquellos suministros de oficina que serán utilizados en el área administrativa de la empresa., este rubro tiene un costo de **\$ 93,45** según lo que indica el siguiente cuadro:

CUADRO # 56

PRESUPUESTO DE SUMINISTRO DE OFICINA						
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total (mensual)	Cantida d anual	Precio Anual
1	caja	Esferográficos	2,40	2,40	3	7,20
1	caja	Lápices	2,40	2,40	3	7,20
2	unidad	Sacapuntas de escritorio	4,00	8,00	1	8,00
1	caja	Borradores	2,15	2,15	2	4,30
2	unidad	Cuaderno académico	2,00	4,00	2	8,00
1	resma	Papel bon	4,00	4,00	4	16,00
2	unidad	Carpetas archivadoras	0,50	1,00	4	4,00
2	unidad	Grapadoras	4,50	9,00	1	9,00
1	caja	Grapas	1,50	1,50	4	6,00
2	unidad	Perforadora	4,00	8,00	1	8,00
2	unidad	Sello de la empresa	15,00	30,00	1	30,00
1	unidad	Tinta (cartucho recargable)	6,00	6,00	12	72,00
2	talonario	Factureros	7,50	15,00	12	180,00
TOTAL				93,45		359,70

Fuente: Gráficas Santiago

Elaboración: La Autora

✓ **Útiles de Limpieza**

Son todos los utensilios de aseo a utilizarse para la realización de la limpieza del local donde funcionará la empresa, cuyo valor mensual es de **\$ 102,70**. A continuación los detalles:

CUADRO # 57

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE LIMPIEZAS						
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total (mensual)	Cantidad anual	Precio Anual
1	1000 gramos	Detergente	3,50	3,50	12	42,00
1	Unidad	Lavavajilla de 1 kilo	2,60	2,60	4	10,40
1	unidad	Esponja para lavar la vajilla	0,60	0,60	6	3,60
3	unidad	Franelas	1,50	4,50	4	18,00
1	Galón	Fresklin	5,00	5,00	6	30,00
3	unidad	Escobas con cerdas plásticas	3,00	9,00	2	18,00
2	unidad	Trapeadores	3,50	7,00	2	14,00
1	unidad	Baldes para trapear	5,00	5,00	1	5,00
3	unidad	Toallas de mano	1,50	4,50	3	13,50
3	unidad	Jabón líquido	2,50	7,50	6	45,00
2	unidad	Recogedor de basura	1,00	2,00	1	2,00
1	paca (12)	Papel higiénico	6,50	6,50	4	26,00
6	unidad	Cestos para basura	5,00	30,00	1	30,00
3	unidad	Alfombras (rodapiés)	5,00	15,00	1	15,00
TOTAL				102,70		272,50

Fuente: Gráficas Santiago

Elaboración: La Autora

✓ **Material para Botiquín**

Corresponde a la medicina que se utilizará en caso de accidente o enfermedad del personal que se encuentra laborando dentro de la empresa, siendo un valor que asciende a **\$ 20,00** mensual. Tal como se encuentra detallado:

CUADRO # 58

MATERIAL PARA BOTIQUÍN					
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total (mensual)	Cantidad anual	Precio Anual
1	Medicina	20,00	20,00	12	240,00
TOTAL			20,00		240,00

Fuente: Farmacia Cruz Azul

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE LOS COSTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO # 59

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y Salarios	1.302,63	15.731,54
Arriendo	450,00	5.400,00
Energía eléctrica	5,31	63,75
Agua potable	6,75	81,00
Teléfono	14,45	173,38
Suministros de Oficina	93,45	359,70
Útiles de limpieza	102,70	272,50
Material para el botiquín	20,00	240,00
Amortización de Activos Diferidos		414,00
TOTAL	\$ 1.995,29	22.735,86

Fuente: Cuadros # 51, # 52, # 53, # 54, # 55, # 56, # 57 y # 58

Elaboración: La Autora

a. Gastos de Ventas

Son aquellos rubros integrados por el sueldo del personal de ventas y publicidad que se dé a la empresa con un valor de **\$ 500,25**. A continuación se detalla:

CUADRO # 60

PRESUPUESTO DEL PERSONAL DE VENTAS	
COMPONENTE	CANTIDAD (\$)
Sueldo Básico Unificado	354,00
Décima Tercera Remuneración	29,50
Décima Cuarta Remuneración	29,50
Vacaciones	14,75
Aporte Patronal 11,15%	39,47
Aporte IECE 0,5%	1,77
Aporte SETEC 0,5%	1,77
Fondo de Reserva 8,33%	29,49
Total	500,25
Nº de Mano de Obra Directa	1
Total Mensual	500,25
Total Anual	6.002,99

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS, código sectorial 2015

Elaboración: La Autora

✓ **PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

Ésta cuenta está relacionada directamente con los valores a pagar por concepto de dar a conocer el producto en los diferentes medios de comunicación, teniendo un desembolso mensual de **\$ 940,00**. Tal como se detalla a continuación:

CUADRO # 61

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA					
Cantidad	Descripción del Medio publicitario	Precio Unitario	Precio Mensual	Cantidad Anual	Precio Anual
24	Televisión (spot publicitario)	15,00	360,00	12	4320,00
60	Radio (cuña radial)	7,00	420,00	12	5040,00
8	Periódico	15,00	120,00	12	1440,00
800	Hojas volantes	0,05	40,00	6	240,00
TOTAL			\$ 940,00		11040,00

Fuente: Uv Televisión, Emisora "Semillas de Amor", periódico La Hora e imprenta Ortiz

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE LOS GASTOS DE VENTAS

En el siguiente cuadro se resumen todos los costos de venta que intervienen en la empresa:

CUADRO # 62

RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	500,25	6.002,99
Publicidad y propaganda	940,00	11.040,00
TOTAL	1.440,25	17.042,99

Fuente: Cuadros # 60 y # 61

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE INVERSIONES DE LOS ACTIVOS CIRCULANTES

El valor total considerado de los Activos Circulantes, que se han establecido para un mes de operación de la empresa, asciende a \$ **17.549,46**. A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO # 63

RESUMEN DE LOS ACTIVOS CIRCULANTES	
Descripción	MONTO (\$)
Costo Primo	13.422,53
Costos Indirectos de Fabricación	683,39
Gastos Administrativos	1.995,29
Gastos de ventas	1.440,25
TOTAL	17.541,46

Fuente: Cuadros # 43, # 50, # 59 y # 62

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE ACTIVOS

Corresponde el total de cada uno de los activos a utilizar, tales como: los Activos Fijos, Diferidos y Circulantes, lo que se indica a continuación:

CUADRO # 64

RESUMEN DE ACTIVOS	
Descripción	MONTO (\$)
Activos Fijos	6.630,81
Activos Diferidos	2.070,00
Activos Circulantes	17.541,46
TOTAL	26.242,27

Fuente: Cuadros # 36, # 39 y # 63

Elaboración: La Autora

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Para poner en marcha el proyecto de factibilidad de la empresa productora y comercializadora de Galantina (pollo relleno) en la ciudad de Loja se necesitará de \$ **26.242,27** según como se indica a continuación:

CUADRO # 65

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO			
CUENTAS	EGRESO PARCIAL		EGRESO TOTAL
ACTIVOS FIJOS			\$ 6.630,81
Maquinaria y Equipo	\$ 3.478,31		
Equipo de Oficina	\$ 187,00		
Equipo de Computación	\$ 2.040,00		
Muebles y Enseres	\$ 811,00		
Utensilios de cocina	\$ 114,50	\$ 6.630,81	
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 2.070,00
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 680,00		
Organización de la empresa	1.390,00	\$ 2.070,00	
ACTIVOS CIRCULANTES			\$ 17.541,46
Costo Primo			
Materia Prima Directa	\$ 11.738,27		
Mano de Obra Directa	\$ 1.684,26	<u>\$ 13.422,53</u>	
Costo Indirecto de Fabricación			
Materia prima Directa	\$ 578,50		
Indumentaria	\$ 26,70		
Mant.de Maquinaria para la Producción	\$ 30,00		
Energía Eléctrica	\$ 6,89		
Agua Potable	\$ 9,30		
Combustible doméstico	\$ 32,00	<u>\$ 683,39</u>	
Costos Administrativos			
Sueldos y Salarios	1.302,63		
Arriendo	450,00		
Energía Eléctrica	5,31		
Agua Potable	6,75		
Teléfono	14,45		
Suministros de Oficina	93,45		
Útiles de Limpieza	102,70		
Material para botiquín	20,00	<u>\$ 1.895,29</u>	
Gastos de Ventas			
Sueldos y Salarios	500,25		
Publicidad y Propaganda	940,00	<u>\$ 1.440,25</u>	
INVERSIÓN TOTAL			\$ 26.242,27

Fuente: Cuadros # 36, # 39, # 43, # 50, # 59 y # 62

Elaboración: La Autora

Gastos de Financiamiento

Para iniciar las actividades del proyecto de Galantina se requiere de un capital de \$ 26.242,27 para ello se ha creído conveniente hacer uso de dos fuentes de financiamiento: capital propio y capital ajeno.

Del total de la inversión, el aporte propio del inversionista suma un valor de \$11.242,27 que representa el 42,84% y el capital ajeno que corresponde a \$ 15.000,00 equivalente al 57,16% se lo financiará a través de un crédito a la Cooperativa JEP, cifra que completa todo el capital requerido.

El crédito a solicitarse tendrá un plazo de 5 años, a un interés del 11,20% anual y cuotas mensuales de amortización. En el siguiente cuadro se puede observar en forma detallada el financiamiento:

CUADRO # 66

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
Fuente	Monto (\$)	Porcentaje
Capital Propio	11.242,27	42,84%
Capital Ajeno	15.000,00	57,16%
TOTAL	26.242,27	100%

Fuente: Cuadro # 65

Elaboración: La Autora

CUADRO # 67

RESUMEN DE LA AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO DE LA COOPERATIVA JEP				
CAPITAL:	15.000,00	PAGO:	MENSUAL	
INTERÉS:	11,20%	CUOTAS:	60	
TIEMPO:	5 AÑOS			
Período en Años	Capital Fijo	Interés	Dividendo	Saldo - Capital
0		-	-	15000,00
1	3000,00	1526,00	4526,00	160500,00
2	3000,00	1190,00	4190,00	124500,00
3	3000,00	854,00	3854,00	88500,00
4	3000,00	518,00	3518,00	52500,00
5	3000,00	182,00	3182,00	16500,00
TOTAL	15000,00	4270,00	19270,00	

Fuente: Anexo # 6

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

Las depreciaciones son desgastes que sufren los activos fijos durante su vida útil.

Además para conocer el valor de la depreciación de activos se utilizará el método de Línea Recta; primeramente debemos conocer los años de vida útil del Activo y luego determinar el valor de Depreciación a través de la siguiente fórmula:

$$Depreciación = \frac{VALOR DEL ACTIVO}{AÑOS DE VIDA UTIL DEL ACTIVO}$$

Los porcentajes de depreciación anual y años de vida útil del activo establecidos por el Servicio de Rentas Internas se detallan a continuación:

CUADRO # 68

PRESUPUESTO DE DEPRECIACIONES FIJAS			
Activo	Depreciaciones (\$)	Vida útil	% de Depreciación
Maquinaria y Equipo	347,83	10 años	10%
Utensilios de cocina	22,90	5 años	25%
Muebles y Enseres	81,80	10 años	10%
Equipo de Oficina	18,70	10 años	10%
Equipo de Computación	1.446,67	3 años	33,33%
TOTAL	1.917,20		

Fuente: Anexos # 4, 5, 6, 7 y 8. Tabla Tributaria S.R.I.

Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Entendiéndose que los costos son desembolsos monetarios relacionados con la fabricación del producto o la prestación de servicios.

En éste presupuesto se resumen todos los costos totales que la empresa tendrá durante los 5 años de vida del proyecto, por lo tanto los costos en los que incurre la empresa productora son: costos de producción y costos de operación. La estructura de costos está integrada por:

♣ **Costo de Producción:** Costo Primo y Costo Indirecto de Fabricación

♣ **Costo de Operación:** Gastos Administrativos, Gastos de Ventas y Gastos Financieros.

A continuación se presenta el Presupuesto proyectado con la tasa de inflación anual del 4,87% y, para los sueldos con una inflación del 8% para todos los 5 años. Además, el Presupuesto del Costo Primo para el Cuarto año varía debido

a que las unidades a producirse están en función de la Capacidad Utilizada, ver cuadro #29 y, la proyección de la Materia Prima Directa e Indirecta se encuentra en el Anexo # 4 y 5 respectivamente.

CUADRO # 69

PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES PROYECTADOS A 5 AÑOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1 TOTAL ANUAL	AÑO 2 TOTAL ANUAL	AÑO 3 TOTAL ANUAL	AÑO 4 TOTAL ANUAL	AÑO 5 TOTAL ANUAL
COSTO DE PRODUCCIÓN					
<u>Costo primo</u>					
Materia Prima Directa	140.859,29	147.719,14	154.913,06	187.779,59	196.924,46
Mano de Obra Directa	20211,12	21.828,01	23.574,25	25.460,19	27.497,01
TOTAL COSTO PRIMO	161.070,41	169.547,15	178.487,31	213.239,78	224.421,46
<u>Costo Indirecto de Fabricación</u>					
Materia Prima Indirecta	6.942,00	7.280,08	7.634,62	9.276,00	9.727,74
Indumentaria	146,40	153,53	161,01	168,85	177,07
Depreciación Maquinaria y Equipo.	347,83	347,83	347,83	347,83	347,83
Depreciación de Utensilios de cocina	22,90	22,90	22,90	22,90	22,90
Mantenimiento de Máq. y Equipo	120,00	125,84	131,97	138,40	145,14
Energía eléctrica	82,62	86,65	90,87	95,29	99,93
Agua potable	111,60	117,03	122,73	128,71	134,98
Combustible doméstico	384,00	414,72	447,90	469,71	507,29
TOT. COSTOS INDI. FABRICACIÓN	8.157,35	8.548,58	8.959,82	10.647,69	11.162,88
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	169.227,76	178.095,73	187.447,14	223.887,47	235.584,34
COSTOS DE OPERACIÓN					
<u>Gastos Administrativos</u>					
Sueldos Administrativos	15.731,54	16.990,06	18.349,26	19.817,20	21.402,58
Arriendo	5.400,00	5.662,98	5.938,77	6.227,99	6.531,29
Energía eléctrica	63,75	66,85	70,11	73,52	77,10
Agua Potable	81,00	84,94	89,08	93,42	97,97
Teléfono	173,38	181,82	190,67	199,96	209,70
Suministros de Oficina	359,70	377,22	395,59	414,85	435,06
Útiles de limpieza	272,50	294,30	317,84	333,32	349,56
Depreciación de Muebles y Enseres	81,10	81,10	81,10	81,10	81,10

Depreciación de Equipos de Oficina	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70
Depreciación de Equipo de Computación	680,00	680,00	680,00	766,67	766,67
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.861,67	24.437,97	26.131,13	28.026,74	29.969,72
Gastos de ventas					
Sueldo del Personal de Ventas	6.002,99	6.483,23	7.001,89	7.562,04	8.167,00
Publicidad y Propaganda	11.040,00	11.577,65	12.141,48	12.732,77	13.352,86
Imprevistos 5%	852,15	893,65	937,17	982,81	1.030,67
TOTAL GASTOS DE VENTAS	17.895,14	18.954,53	20.080,54	21.277,62	22.550,53
Gastos Financieros					
Interés del Préstamo.	1.526,00	1.190,00	854,00	518,00	182,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.526,00	1.190,00	854,00	518,00	182,00
OTROS GASTOS					
Amortización Activo Diferido	414,00	414,00	414,00	414,00	414,00
TOTAL OTROS GASTOS	414,00	414,00	414,00	414,00	414,00
TOTAL COSTO OPERACIÓN	42.696,81	44.996,50	47.479,66	50.236,35	53.116,25
COSTOS TOTALES	211.924,57	223.092,23	234.926,80	274.123,83	288.700,59

Fuente: Anexos # 4-11, Cuadros # 41 # 68

Elaboración: La Autora

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

El costo unitario de producción es el costo por cada unidad producida, para ello se procede a dividir el costo total de cada año para el número de unidades producidas en el mismo período, además se toma en cuenta las unidades a producirse que fueron establecidas anteriormente en la capacidad utilizada.

En el siguiente cuadro se puede encontrar el costo unitario del producto para los 5 años.

CUADRO # 70

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN			
Años	Costo Total	Unidades de Galantina a producirse	Costo Unitario
1	211.924,57	14400	\$ 14,72
2	223.092,23	14400	\$ 15,49
3	234.926,80	14400	\$ 16,31
4	274.123,83	19200	\$ 14,28
5	288.700,59	19200	\$ 15,04

Fuente: Cuadro # 69

Elaboración: La Autora

Con la siguiente fórmula se procede a determinar el costo unitario del producto.

$$CU = \frac{\text{Costos Totales}}{\text{Número de unidades producidas al año}}$$

$$CU = \frac{211.924,57}{14.400}$$

$$CU = \$14,72$$

PRECIO UNITARIO DE VENTA

Es el precio fijado por la empresa que finalmente es el consumidor quien lo pagaría, y para calcular el precio unitario se debe agregar un margen de utilidad al costo unitario; en el caso del proyecto de la Galantina se ha creído conveniente utilizar un margen de utilidad del 8% para los tres primeros años y para los dos años siguientes se utilizará un margen de utilidad del 18% de vida útil de la empresa. A través de la siguiente fórmula se obtiene el precio unitario de venta:

P.U.V. = Costo + Utilidad

Todos los valores del precio unitario se los presentan en el siguiente cuadro:

CUADRO # 71

PRECIO DE VENTA				
Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad	8%	Precio de venta
1	14,77	1,18		15,90
2	15,49	1,24		16,73
3	16,31	1,30		17,62
4	14,28	2,57		16,85
5	15,04	2,71		17,75

Fuente: Cuadro # 70

Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS

Es un presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas

Para obtener los ingresos por ventas de cada año de nuestra empresa se multiplica la producción de la capacidad instalada por el precio de venta, a continuación se detalla:

CUADRO # 72

PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS (\$)			
Años	Producción Anual	Precio de venta	Ingreso por Ventas
1	14400	15,90	228.960,00
2	14400	16,73	240.912,00
3	14400	17,62	253.728,00
4	19200	16,85	323.520,00
5	19200	17,75	340.800,00

Fuente: Cuadro # 71

Elaboración: La Autora

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

La clasificación de los costos fijos y variables, se realiza con la finalidad de calcular el punto de equilibrio.

Costos Fijos.- Son aportes que permanecen constantes sin importar el volumen de producción y no tiene relación directa con la producción.

Costos Variables.- Son aquellos que varían según los volúmenes de producción y tienen acción directa con el nivel de producción empresarial.

CUADRO # 73

COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Fijo	Variable								
COSTO DE PRODUCCIÓN										
<u>Costo primo</u>										
Materia Prima Directa		140.859,29		147.719,14		154.913,06		187.779,59		196.924,46
Mano de obra directa		20.211,12		21.828,01		23.574,25		25.460,19		27.497,01
TOTAL COSTO PRIMO		161.070,41		169.547,15		178.487,31		213.239,78		224.421,46
GASTOS INDIRECT. DE FAB.										
Materia Prima Indirecta		6.942,00		7.280,08		7.634,62		9.276,00		9.727,74
Indumentaria	146,40		153,53		161,01		168,85		177,07	
Depreciación Maq. y Equipo	347,83		347,83		347,83		347,83		347,83	
Depreciación de Utensilios de cocina	22,90		22,90		22,90		22,90		22,90	
Mantenimiento de Maq y Equipo	120,00		125,84		131,97		138,40		145,14	
Energía eléctrica		82,62		86,65		90,87		95,29		99,93
Agua potable		111,6		117,03		122,73		128,71		134,98
Combustible doméstico		384,00		414,72		447,90		469,71		507,29
TOT. COSTOS INDI. FABRICACIÓN	637,13	7520,22	650,10	7.898,48	663,71	8296,11	677,98	9969,71	692,94	10.469,94
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	637,13	168.590,63	650,10	177.445,63	663,71	186.783,43	677,98	223.209,49	692,94	234.891,40
COSTOS DE ORACIÓN										
<u>Gastos Administrativos</u>										
Sueldos Administrativos	15.731,54		16.990,06		18.349,26		19.817,20		21.402,58	
Arriendo	5.400,00		5.662,98		5.938,77		6.227,99		6.531,29	
Energía eléctrica	63,75		66,85		70,11		73,52		77,10	

Agua Potable.	81,00		84,94		89,08		93,42		97,97	
Teléfono	173,38		181,82		190,67		199,96		209,70	
Suministros de Oficina.	359,70		377,22		395,59		414,85		435,06	
Útiles de limpieza	272,50		294,30		317,84		333,32		349,56	
Depreciación de Muebles y Enseres	81,10		81,10		81,10		81,10		81,10	
Depreciación de Equipos de Oficina	18,70		18,70		18,70		18,70		18,70	
Depreciación de Equipo de Computación	680,00		680,00		680,00		766,67		766,67	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.861,67		24.437,97		26.131,13		28.026,74		29.969,72	
<u>Gastos de ventas</u>										
Sueldo del Personal de Ventas	6.002,99		6.483,23		7.001,89		7.562,04		8.167,00	-
Publicidad y Propaganda	11.040,00		11.577,65		12.141,48		12.732,77		13.352,86	
Imprevistos 5%	852,15		893,65		937,17		982,81		1.030,67	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	17.895,14		18.954,53		20.080,54		21.277,62		22.550,53	
<u>Gastos Financieros</u>										
Interés del Préstamo.	1.526,00		1.190,00		854,00		518,00		182,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.526,00		1.190,00		854,00		518,00		182,00	
OTROS GASTOS										
Amortización Activo Diferido	414,00		414,00		414,00		414,00		414,00	
TOTAL OTROS GASTOS	414,00									
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	42.696,81		44.996,50		47.479,66		50.236,35		53.116,25	
COSTOS TOTALES	43.333,94	168.590,63	45.646,61	177.445,63	48.143,37	186.783,43	50.914,33	223.209,49	53.809,19	234.891,40
TOTALES	211.924,57		223.092,23		234.926,80		274.123,83		288.700,59	

Fuente: Cuadros # 69

Elaboración: La Autora

b. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

- Por debajo de ese nivel de actividad la empresa tendrá pérdidas.
- Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendrá beneficios.

El punto de equilibrio se lo calcula en forma matemática y en forma gráfica, como se describe a continuación:

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

FORMA MATEMÁTICA

CUADRO # 74

DATOS	
COSTO VARIABLE	168.590,63
COSTO FIJO	43.333,94
VENTAS TOTALES	228.960,00
COSTO TOTAL	211.924,57
P.E CAPAC. INST	71,78%
P.E VENTAS	\$168.924,54

Fuente: Cuadro # 72 y # 73

Elaboración: La Autora

♣ **En función de la Capacidad Instalada:**

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES} * 100$$

$$PE = \frac{423.333,94}{228.960,00 - 168.590,63}$$

$$PE = 71,78\%$$

♣ **En función de las Ventas**

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{43.333,94}{1 - \frac{168.590,63}{228.960,00}}$$

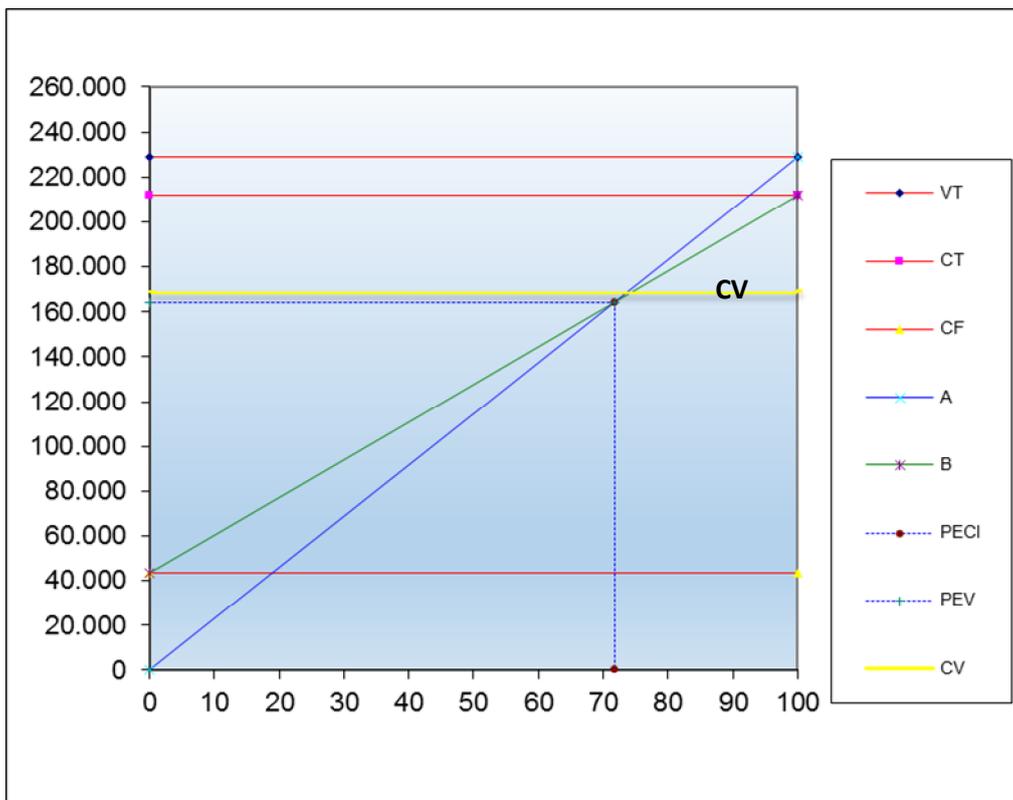
$$PE = \$ 164.350,54$$

FORMA GRÁFICA

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

GRÁFICO # 39

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1 EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: La Autora

Análisis: la empresa tiene que vender \$ 164.350,54 trabajando con una capacidad instalada del 71,78% para no tener pérdidas ni ganancias.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL SEGUNDO AÑO

FORMA MATEMÁTICA

CUADRO # 75

DATOS	
COSTO VARIABLE	177.445,63
COSTO FIJO	45.646,61
VENTAS TOTALES	240.912,00
COSTO TOTAL	223.092,23
P.E CAPAC. INST	71,92%
P.E VENTAS	\$173.269,97

Fuente: Cuadro # 72 y # 74

Elaboración: La Autora

♣ En función de la Capacidad Instalada:

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES} * 100$$

$$PE = \frac{43.333,94}{240.912,00 - 177.445,63} * 100$$

$$PE = 71,92\%$$

♣ En función de las Ventas

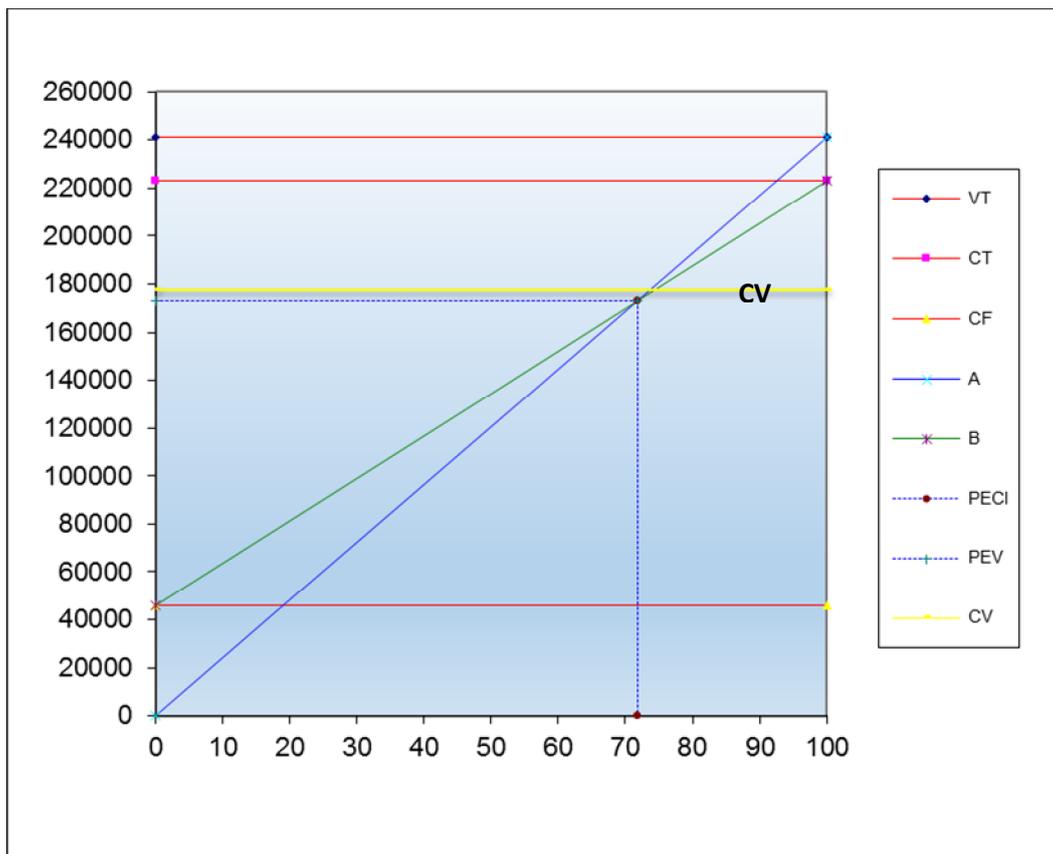
$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{45.646,61}{1 - \frac{177.445,63}{240.912,00}}$$

$$PE = \$ 173.269,97$$

FORMA GRÁFICA

GRÁFICO # 40 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2 EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: La Autora

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad del 71,92% y obtiene ventas de \$ 173.269,97 en este punto la empresa ni pierde ni gana.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TERCER AÑO

FORMA MATEMÁTICA

CUADRO # 76

DATOS	
COSTO VARIABLE	186.783,43
COSTO FIJO	48.143,37
VENTAS TOTALES	253.728,00
COSTO TOTAL	234.926,80
P.E CAPAC. INST	71,92%
P.E VENTAS	\$182.469,18

Fuente: Cuadro # 72 y # 74

Elaboración: La Autora

♣ En Función de las Ventas

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES} * 100$$

$$PE = \frac{48.143,37}{253.728,00 - 186.783,43} * 100$$

$$PE = 71,92\%$$

♣ En función de las Ventas

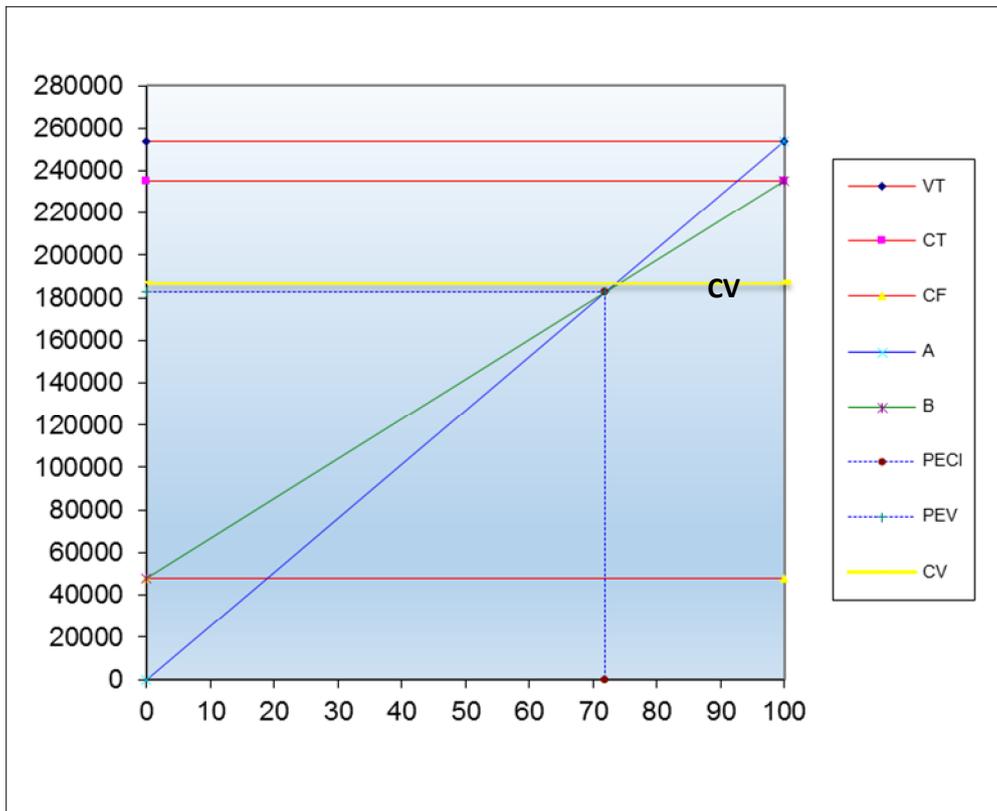
$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{48.143,37}{1 - \frac{186.783,43}{253.728,00}}$$

$$PE = \$182.469,18$$

FORMA GRÁFICA

GRÁFICO # 41 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3 EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: La Autora

Análisis: En este gráfico se indica que para que exista un punto de equilibrio en el año 3 la empresa debe vender \$ 182.469,18 trabajando a una capacidad de 71,92%.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL CUARTO AÑO

FORMA MATEMÁTICA

CUADRO # 77

DATOS	
COSTO VARIABLE	223.209,49
COSTO FIJO	50.914,33
VENTAS TOTALES	323.520,00
COSTO TOTAL	274.123,82
P.E CAPAC. INST	50,76%
P.E VENTAS	\$164.208,16

Fuente: Cuadro # 72 y # 74

Elaboración: La Autora

♣ En Función de las Ventas

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES} * 100$$

$$PE = \frac{50.914,33}{323.520,00 - 223.209,49} * 100$$

$$PE = 50,76\%$$

♣ En función de las Ventas

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

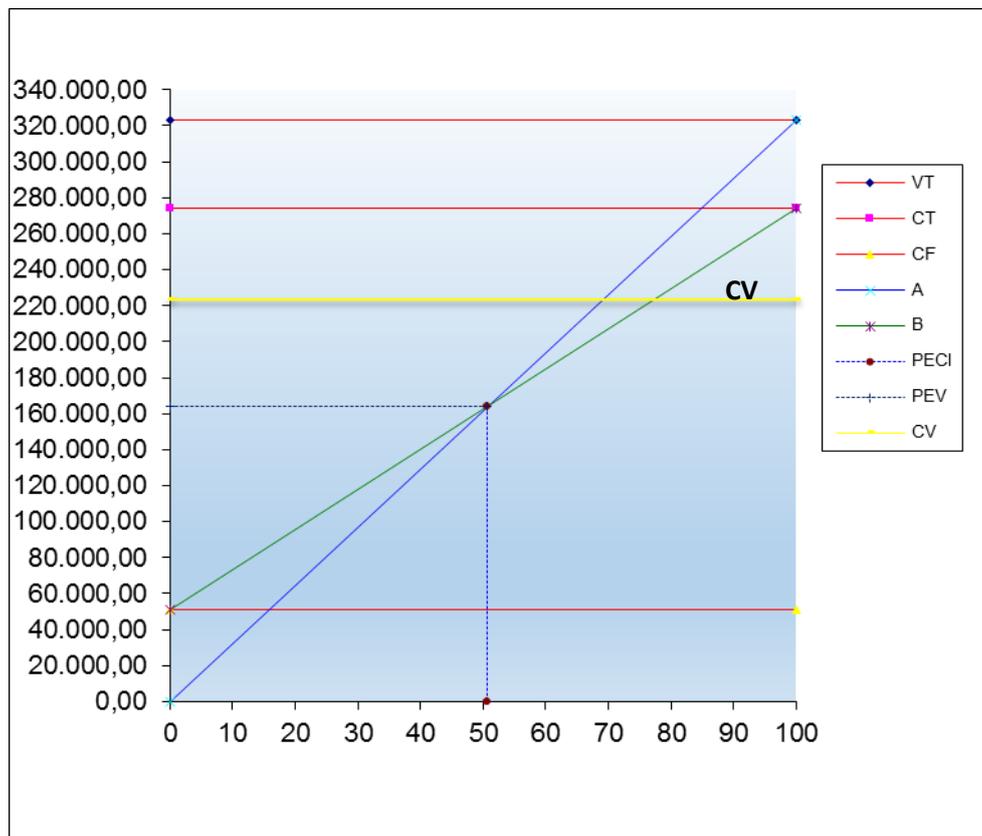
$$PE = \frac{50.914,33}{1 - \frac{223.209,49}{323.520,00}}$$

$$PE = \$164.208,16$$

FORMA GRÁFICA

GRÁFICO # 42

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4 EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: La Autora

Análisis: En el cuarto año de vida del proyecto la empresa debe vender \$164.208,16 y trabajar con una capacidad instalada del 50,76%.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

FORMA MATEMÁTICA

CUADRO # 78

DATOS	
COSTO VARIABLE	234.891,40
COSTO FIJO	53.809,19
VENTAS TOTALES	340.800,00
COSTO TOTAL	288.700,59
P.E CAPAC. INST	50,81%
P.E VENTAS	\$173.150,92

Fuente: Cuadro # 72 y # 74

Elaboración: La Autora

♣ En Función de las Ventas

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES} * 100$$

$$PE = \frac{53.809,19}{340.800,00 - 234.891,40} * 100$$

$$PE = 50,81\%$$

♣ En función de las Ventas

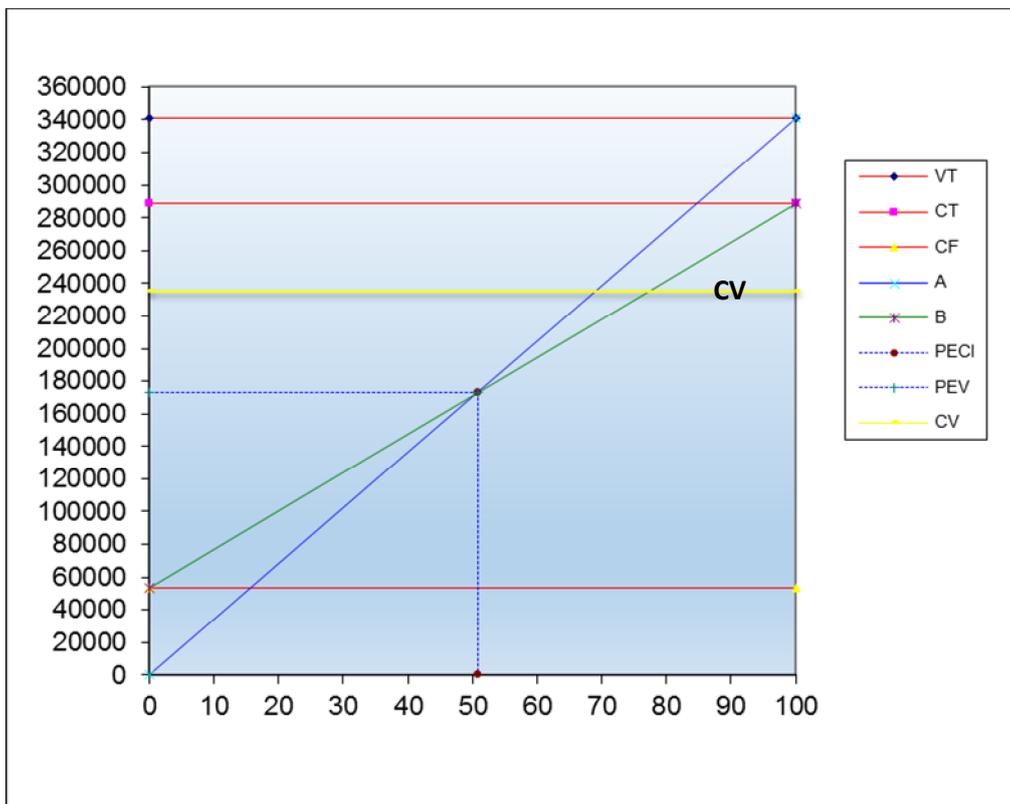
$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{53.809,19}{1 - \frac{234.891,40}{340.800,00}}$$

$$PE = \$ 173.150,92$$

FORMA GRÁFICA

GRÁFICO # 43 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5 EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: La Autora

Análisis: En este gráfico se indica que el punto de equilibrio se produce cuando la empresa productora y comercializadora de Galantina (pollo relleno) en el año 5 trabaja a una capacidad de 50,81% y vende alrededor de \$ 173.150,92

c. ESTADOS FINANCIEROS

Son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

★ ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es uno de los Estados Financieros que tiene por objeto mostrar un resumen detallado y ordenado de los ingresos y gastos durante un ejercicio, en donde nos demuestra cual es la utilidad o la pérdida obtenida durante un período económico.

CUADRO # 79

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	228.960,00	240.912,00	253.728,00	323.520,00	340.800,00
(-)Costo de Producción	169.227,77	178.095,73	187.447,14	223.887,47	235.584,34
(=) Utilidad Bruta Neta	59.732,23	62.816,27	66.280,86	99.632,53	105.215,66
(-) Gastos de Operación	42.696,81	44.996,50	47.479,66	50.236,35	53.116,25
(=) Utilidad Operativa	17.035,42	17.819,77	18.801,20	49.396,17	52.099,41
(-)15% Utilidad a los trabajadores	2.555,31	2.672,97	2.820,18	7.409,43	7.814,91
(=) Utilidad Bruta antes de I.R.	14.480,11	15.146,80	15.981,02	41.986,75	44.284,50
(-)25% Impuesto a la Renta	3.620,03	3.786,70	3.995,26	10.496,69	11.071,12
(=) Utilidad antes de Reservas	10.860,08	11.360,10	11.985,77	31.490,06	33.213,37
(-) 10% de Reserva Legal	1.086,01	1.136,01	1.198,58	3.149,01	3.321,34
(=) Utilidad Neta	9.774,07	10.224,09	10.787,19	28.341,06	29.892,04

Fuente: Cuadros # 72 y # 69

Elaboración: La Autora

★ FLUJO DE CAJA

Permite conocer detalladamente los Ingresos y Egresos de efectivo que tiene una empresa durante los 5 años de vida del proyecto. En el siguiente cuadro se encuentra en forma detallada el Flujo de Caja.

CUADRO # 80

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Venta de Pollos rellenos		228.960,00	240.912,00	253.728,00	323.520,00	340.800,00
Capital Ajeno	15.000,00					
Capital Propio	11.242,27					
Valor Residual				0,00		3.062,07
TOTAL DE INGRESOS	26.242,27	228,960,00	240.912,00	253.728,00	323.520,00	343.862,07
EGRESOS						
Activo Fijo	6.630,81					
Activo Diferido	2070,00					
Activo Circulante:	17.541,46					
Costo Primo		161.070,41	169.547,15	178.487,31	213.239,78	224.421,46
Costo Indirecto de Fabricación		8.157,35	8.548,58	8.959,82	10.647,69	11.162,88
Gastos Administrativos		22.861,67	24.437,97	26.131,13	28.026,74	29.969,72
Gastos de Ventas		17.895,14	18.954,53	20.080,54	21.277,62	22.550,53
Gastos Financieros (interés)		1.526,00	1.190,00	854,00	518,00	182,00
Amortización del Crédito		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
15% de Utilidades a los trabajadores		2.555,31	2.672,97	2.820,18	7.409,43	7.814,91
25% de Impuesto a la Renta		3.620,03	3.786,70	3.995,26	10.496,69	11.071,12
Reinversión del Equipo de Computación					2.300,00	
TOTAL DE EGRESOS	26.242,27	220.685,92	232.137,90	244.328,23	296.915,94	310.172,63
FLUJO DE CAJA	0,00	8.274,08	8.774,10	9.399,77	26.604,06	33.689,44
Depreciación de Activos Fijos		1.150,53	1.150,53	1.150,53	1.237,20	1.237,20
Amortización de Activos Diferidos		414,00	414,00	414,00	414,00	414,00
TOTAL FLUJO DE CAJA NETO		9.838,61	10.338,63	10.964,30	28.255,26	35.340,64

Fuente: Cuadro # 6, # 66, # 67, # 69 y # 79

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

La etapa más significativa del proyecto es la Evaluación Financiera y Económica, puesto que integra los resultados del estudio y de esto dependerá la decisión de su viabilidad. La evaluación financiera se determina mediante indicadores de rentabilidad tales como: El Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Período de Recuperación del Capital, la Relación Beneficio Costo y, adicionalmente se desarrolla el cálculo del Análisis de Sensibilidad.

VALOR ACTUAL NETO

Valor actual neto (VAN): Indica la ganancia o la rentabilidad neta generada por el proyecto.

Para calcular la tasa se debe considerar el capital propio (\$11.242,27 q representa el 42,84%) y el capital ajeno (\$ 15.000,00 equivalente al 57,16%); así mismo se toma en cuenta el la tasa que pagarían las entidades bancarias por el capital del dueño de la empresa en caso que lo depositara en póliza a plazo de un año (tasa pasiva 9%) y, la tasa que las entidades bancarias cobran (tasa activa 11,20%) cuando otorgan un préstamo. A continuación se describen estos valores mediante la siguiente fórmula:

$$\text{TMRA} = (\%CP * TP) + (\%CA * TA)$$

En donde:

TMRA = tasa mínima de rendimiento aceptable

%CP = porcentaje de capital propio

TP = tasa pasiva

%CA = porcentaje de capital ajeno

TA = tasa activa

$$\text{TMRA} = (\%CP * TP) + (\%CA * TA)$$

$$\text{TMRA} = (42,84\% * 9\%) + (57,16\% * 11.20\%)$$

$$\text{TMRA} = 10,26\%$$

Finalmente para obtener el VALOR ACTUAL NETO, se aplica lo siguiente:

Fact. Act. = $1/(1+i)^n = 1/(1+ 10,26\%)^1 = 0,906947$ y así sucesivamente se realiza el cálculo para los 4 años restantes.

CUADRO # 81

VALOR ACTUAL NETO			
Años	Flujo de Caja	Fact. Act.	Flujo Actualizado
		10,26%	
0	26.242,27		-26.242,27
1	9.838,61	0,906947	8.923,10
2	10.338,63	0,822553	8.504,08
3	10.964,30	0,746012	8.179,50
4	28.255,26	0,676594	19.117,33
5	35.340,64	0,613635	21.686,25
³ TOTAL			66.410,27
INVERSIÓN			26.242,27
VALOR ACTUAL NETO			40.168,00

Fuente: Cuadro # 67 y # 80

Elaboración: La Autora

$$\text{VAN} = \sum \text{del flujo neto actualizado} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 66.410,27 - 26.242,27$$

$$\text{VAN} = \$40.168,00$$

Una vez que se ha realizado el cálculo del Valor Actual Neto (**VAN**) en el presente proyecto, se tiene que es mayor a 1, por lo tanto se debe aceptar el proyecto, puesto a que el valor obtenido es el total de los recursos que quedan en manos cuando se haya terminado la vida útil del proyecto.

➤ TASA INTERNA DE RETORNO

Mide la rentabilidad en términos porcentuales y, para que la inversión sea rentable, este valor debe de ser mayor al tipo de interés del mercado.

CUADRO # 82

TASA INTERNA DE RETORNO					
ACTUALIZACIÓN					
Años	Flujo Neto	Fact. Act.	VAN TASA MENOR	Fact. Act.	VAN TASA MAYOR
		10,00%		47,00%	
0	-26.242,27		-26.242,27		-26.242,27
1	9.838,61	0,909091	8.944,19	0,680272	6.692,93
2	10.338,63	0,826446	8.544,33	0,462770	4.784,41
3	10.964,30	0,751315	8.237,64	0,314810	3.451,67
4	28.255,26	0,683013	19.298,72	0,214156	6.051,04
5	35.340,64	0,620921	21.943,76	0,145684	5.148,58
			40.726,37		-113,63

Fuente: Cuadro # 81

Elaboración: La Autora

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

$$TIR = 10 + 37 \left(\frac{40.726,37}{40.726,37 - (-113,63)} \right)$$

$$TIR = 46,90\%$$

Para el presente proyecto la TIR es 46,90% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, siendo este mayor al costo de oportunidad por lo tanto el proyecto es rentable.

➤ PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Representa el tiempo en años para recuperar la inversión original. Se lo obtiene sumando el año anterior en que se recupera la inversión, más la inversión menos la sumatoria de los primeros flujos, dividido para el flujo neto en que se recupera la inversión. Este proceso se lo demuestra a continuación:

CUADRO # 83

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL			
Años	Inversión	Flujo Actualizado	Sumatoria de Flujos
0	26.242,27		
1		8.923,10	8.923,10
2		8.504,08	17.427,18
3		8.179,50	25.606,68
4		19.117,33	44.724,02
5		21.686,25	66.410,27
TOTAL			66.410,27

Fuente: Cuadro # 81

Elaboración: La Autora

$$PRC = \text{Año que sup era la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos actualizados}}{\text{Flujo neto del año que se recupera la inversión}}$$

$$TIR = 4 + \frac{26.242,27 - 44.724,02}{19.117,33}$$

$$TIR = 3,03$$

$0,03 * 12 \text{ meses} = 0,36$	= 0 meses
$0,36 * 30 \text{ días} = 10,8 \text{ días}$	= 11 días

La inversión se recupera en 3 años y 11 días.

➤ RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Nos indica en dólares cual es el beneficio que se está percibiendo o perdiendo por el costo invertido de cada dólar y, por ende este valor tiene que ser mayor que uno para determinar que un proyecto es factible económicamente. La Relación Beneficio Costo se obtiene al dividir los ingresos actualizados para los costos actualizados de un proyecto, tomando como factor de actualización del 10,26% que es del VAN.

Pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

CUADRO # 84

RELACION BENEFICIO COSTO					
Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Fact. Act.	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0			10,26%		
1	228960,00	211.924,58	0,906947216	207.654,63	192.204,40
2	240912,00	223.092,23	0,822553252	198.162,95	183.505,24
3	253728,00	234.926,80	0,746012382	189.284,23	175.258,30
4	323520,00	274.123,83	0,676593852	218.891,64	185.470,50
5	340800,00	288.700,59	0,613634911	209.126,78	177.156,76
TOTAL				1.023.120,23	913.595,20

Fuente: Cuadros # 72, # 69 y # 81

Elaboración: La Autora

$$BC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}} - 1$$

$$BC = \frac{1.023.120,23}{913.595,20} - 1$$

$$BC = 0,12 \text{ctvs.}$$

Después de haber realizado el respectivo cálculo se determina que por cada dólar invertido se recupera 0,12 centavos de dólar, por lo tanto se puede realizar el proyecto.

➤ ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de Sensibilidad es importante porque nos ayuda a tomar decisiones.

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

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

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LOS INGRESOS DISMINUIDOS DEL 5,45%

Para realizar el análisis sensibilidad con la disminución del 5,45% en los ingresos se procedió a obtener datos de la Relación Beneficio Costo como son los Ingresos y Egresos Originales, en seguida se procedió a multiplicar los ingresos originales por el 5,45% y restar los ingresos originales; para el flujo neto se restó los ingresos disminuidos menos los egresos originales.

La NTIR (Nueva Tir) es del 32,78%, es decir es mayor al costo de oportunidad.

La **Diferencia de la Tir** es la resta de la Tir proyectada menos la nueva Tir, de lo que se obtiene el 14,12%.

Para obtener el **Porcentaje de Variación** dividió la diferencia de la TIR (14,12), entre la TIR del proyecto (46,90%) y esto multiplicado por 100, nos da un porcentaje de 30,11%.

La Sensibilidad del proyecto se lo obtuvo de dividir el porcentaje de variación con la nueva TIR, dando como resultado 0,918471.

Con éste resultado, el proyecto puede soportar hasta el 5,45% en la disminución de los ingresos. Este proceso se demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO # 85

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 5,45% EN LOS INGRESOS								
Años	Ingresos Originales	Ingresos Disminuidos	Egresos Originales	Flujo de Caja	Factor Act.	VAN TASAS MENOR	Factor Act.	VAN TASA MAYOR
0		5,45%		26.242,27	33,00%	-26.242,27	34,00%	-26.242,27
1	228.960,00	216.481,68	211.924,58	4.557,10	0,751879699	3.426,39	0,746268657	3.400,82
2	240.912,00	227.782,30	223.092,23	4.690,06	0,565323082	2.651,40	0,556916908	2.611,98
3	253.728,00	239.899,82	234.926,80	4.973,02	0,425054949	2.113,81	0,415609633	2.066,84
4	323.520,00	305.888,16	274.123,83	31.764,33	0,319590187	10.151,57	0,310156442	9.851,91
5	340.800,00	322.226,40	288.700,59	33.525,81	0,240293374	8.056,03	0,231460032	7.759,88
						156,94		-550,83

Fuente: Cuadros # 84 y # 81

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 33 + 1 \left(\frac{156,94}{156,94 - (-550,83)} \right)$$

$$NTIR = 32,78\%$$

$$\text{Diferencia TIR} = TIR - NTIR$$

$$\text{Diferencia TIR} = 46,90\% - 32,78\%$$

$$\text{Diferencia TIR} = 14,12\%$$

$$\% \text{ Var.} = \left(\frac{\text{Dif. Tir}}{TIR} \right) * 100$$

$$\% \text{ Var.} = \left(\frac{14,12}{46,90} \right) * 100$$

$$\% \text{ Var.} = 30,11 \%$$

$$\text{Sensib.} = \frac{\% \text{ Var.}}{NTIR}$$

$$\text{Sensib.} = \frac{30,11}{32,78}$$

$$\text{Sensib.} = 0,918471$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LOS EGRESOS INCREMENTADOS del 6%

Para realizar el análisis sensibilidad con la disminución del 6% en los ingresos se procedió a obtener datos de la Relación Beneficio Costo como son los Ingresos y Egresos Originales, en seguida se procedió a multiplicar los egresos originales por el 6% y sumar los ingresos originales; para el flujo de caja se restó los ingresos originales menos los egresos incrementados.

La **Nueva Tir** del proyecto es del 32,45%.

La **Diferencia de la Tir** se la obtuvo al restar la Tir proyectada menos la nueva Tir, siendo ésta del 14,45%.

Para obtener el **Porcentaje de Variación** se procedió a dividir la diferencia de la TIR (14,45%), entre la TIR del proyecto (46,90%) y esto multiplicado por 100, nos da un porcentaje de 30,81%.

El análisis de **Sensibilidad** se lo obtuvo al dividir el porcentaje de variación con la nueva TIR, dando como resultado 0,949517

Es decir, que el proyecto puede soportar hasta un 6% sabiendo que los egresos incrementen. Este proceso se encuentra en el siguiente cuadro:

CUADRO # 86

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 6% EN LOS COSTOS								
Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Egresos Incrementados	Flujo de Caja	Factor Act.	VAN TASA MENOR	Factor Act.	VAN TASA MAYOR
0			6,00%	-26.242,27	33,00%	- 26.242,27	34,00%	-26.242,27
1	228.960,00	211.924,58	224.640,05	4.319,95	0,75187970	3.248,08	0,74626866	3.223,84
2	240.912,00	223.092,23	236.477,76	4.434,24	0,56532308	2.506,78	0,55691691	2.469,50
3	253.728,00	234.926,80	249.022,41	4.705,59	0,42505495	2.000,14	0,41560963	1.955,69
4	323.520,00	274.123,83	290.571,25	32.948,75	0,31959019	10.530,10	0,31015644	10.219,27
5	340.800,00	288.700,59	306.022,63	34.777,37	0,24029337	8.356,77	0,23146003	8.049,57
				54.943,63		399,59		-324,40

Fuente: Cuadros # 76 y # 80

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 33 + 1 \left(\frac{399,59}{399,59 - (-324,40)} \right)$$

$$NTIR = 32,45\%$$

$$\text{Diferencia TIR} = TIR - NTIR$$

$$\text{Diferencia TIR} = 46,90\% - 32,45\%$$

$$\text{Diferencia TIR} = 14,45\%$$

$$\% \text{ Var.} = \left(\frac{\text{Dif. Tir}}{TIR} \right) * 100$$

$$\% \text{ Var.} = \left(\frac{14,45}{46,90} \right) * 100$$

$$\% \text{ Var.} = 30,81 \%$$

$$\text{Sensib.} = \frac{\% \text{ Var.}}{NTIR}$$

$$\text{Sensib.} = \frac{30,81}{32,45}$$

$$\text{Sensib.} = 0,949517$$

h. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el presente proyecto, y tomando como base los resultados obtenidos determinamos las siguientes conclusiones:

- ❖ La Demanda Insatisfecha del producto a elaborarse y comercializarse es de 32.058 pollos rellenos para el primer año.
- ❖ Para poner en marcha la empresa se necesita una inversión de \$26.242,27 para ello se tiene previsto hacer un préstamo a la Cooperativa ~~WEP~~ un total de \$ 15.000,00, dinero que cubrirá una parte de la inversión.
- ❖ En cuanto al Costo Total de producción del pollo relleno para el primer año de operación es de \$ 211.924,57.
- ❖ Los Costos Fijos y los Costos Variables para el primer año de operación son de \$ 43.333,94 y \$168.590,63 respectivamente.
- ❖ Cada pollo relleno entero tiene un Costo Unitario de \$ 14,72 a la cual se le suma un margen de utilidad del 8% teniendo que el precio de venta al público es de \$ 15,90 para el primer año; teniendo así un ingreso por ventas totales de \$ 228.960,00 por comercializar 14400 pollos rellenos.
- ❖ La Utilidad Neta que se obtendrá en el primer año de operaciones es de \$9.774,07 mientras que el Flujo de caja Neto es de \$ 9838,61.

- ❖ El Punto de Equilibrio para el año 1 en función de las ventas tiene un total de \$ 164.350,54 y en función de la capacidad instalada es del 71,78%.

- ❖ En cuanto a la Evaluación Financiera, los indicadores que han permitido conocer si es factible o no el proyecto son: Valor Actual Neto de \$ 40.168,00. La Tasa Interna de Retorno de 46,90%. El Período de Recuperación de capital es de 3 años, 0 meses y 11 días. La Relación Costo Beneficio es de 0,12 es decir, que por cada dólar invertido la empresa obtendrá 0,12 ctvs., de dólar de utilidad. El Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos de hasta un 5,45% y el Análisis de Sensibilidad en la disminución en los Ingresos de hasta un 6%. Por todo lo manifestado se indica que el proyecto es **FACTIBLE**.

i. RECOMENDACIONES

- ❖ Tomando en consideración que el Estudio de mercado es la parte principal del proyecto, se recomienda que el y/o los inversionistas utilicen todas las variables del mercado de tal manera que la rentabilidad del proyecto sea garantizado.
- ❖ En el Estudio Técnico se determina el requerimiento de Activos Fijos, mano de obra y localización, por lo tanto se recomienda minimizar costos en lo que tiene que ver con la adquisición de maquinaria utilizando las proformas menos costosas, así mismo informarse de que el lugar para implementar la empresa no sea incomunicado porque va a implicar más costos de producción y, conocer el proceso de elaboración la cual permitirá hacer el uso racional de recursos.
- ❖ Con la finalidad de disminuir el desempleo local se recomienda hacer la contratación de personal existente en la localidad, de ésta manera mejorarán sus ingresos.
- ❖ Finalmente se recomienda la ejecución del proyecto puesto que se ha determinado que es factible luego de haber aplicado los indicadores financieros, los cuales determinan una importante rentabilidad.

j. BIBLIOGRAFÍA

Internet:

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Avicultura>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Gallus_gallus_domesticus#El_pollo_como_comida
- http://es.wikipedia.org/wiki/Carne_de_pollo
- <http://nutriguia.com/alimentos/pollo.html>
- http://www.venezuelatuya.com/cocina/galantina_gallina.htm
- <http://www.monografias.com/trabajos97/ahumado-carnes/ahumado-carnes.shtml>
- <http://www.cricyt.edu.ar/enciclopedia/terminos/NitratosyNi.htm>
- <http://alimentos-cetis100.blogspot.com/2009/04/ahumado.html>
- <http://www.koyomad.com/producto.php?id=83>
- <http://es.scribd.com/doc/3852189/Proyecto-de-inversion>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- http://www.ehowenespanol.com/estrategias-publicidad-promocion-lista_52392/
- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1461/4/CAPITULO%203.pdf>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Concepto-De-Oferta/1248767.html>
- <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk42.htm>
- <http://www.monografias.com/cgi-bin/search>

- <http://estudiosorganizacionalylegal.webnode.es/products/estudio-organizacional/>
 - <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>
 - <http://es.slideshare.net/sagjess/unidad-6-estudio-administrativo-y-legal-22680464>
 - html.rincondelvago.com/manual-de-organizacion_1.html
 - <http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>
 - es.wikipedia.org/wiki/Inversi3n
 - es.wikipedia.org/wiki/Financiaci3n
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/Presupuesto>
 - <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>
 - <http://www.aulafacil.com/Contabcoste/Lecc-9.htm>
 - http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros
 - http://www.uclm.es/area/ing_rural/proyectos/alvaromora/11p-anejoviii-estudioeconomico.pdf
 - www.facilcontabilidad.com/elementos-que-conforman-los-estados-financ.
 - <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/828/5/CAPITULO%205.pdf>
 - www.monografias.com//Administraci3n_y_Finanzas.
 - html.rincondelvago.com/manual-de-organizacion_1.html
 - <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>
- Presupuesto de Ingresos

Textos:

- BACA U, Gabriel. 2012. Sexta Edición. Pág. 15
- BACA U, Gabriel, %Formulación y Evaluación+, Ed. Norma, p.35, Bogotá, 2003.
- BACA Urbina, Gabriel 2010. Sexta Edición. Pág. 19
- BACA U, Gabriel. 2010. Sexta Edición. Pág. 18
- CORDOBA, Marcial: Formulación y Evaluación de Proyectos, 2006, p.202.
- CELI M, Francisco Ramón. Tesis titulada REINGENIERÍA DE LOS PROCESOS DE LA EMPRESA %GEVA POLLOS+ DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA.2014
- Censo de población y vivienda (CPV . 2010) INEC.
- Dr. Juan Castillo, Asesoría en la industria Avícola, CASAG
- Gary Flor García, guía para crear y desarrollar su propia empresa, pág. 107
- Guía del módulo X. administración de empresas. Año 2011.
- NASSIR, SAPAG CHAIN, %Formulación y evaluación de proyectos+, pág. 25, Ed. Norma, 200
- RAFAEL ALCARAZR. Ob cit.

k. ANEXOS

ANEXO 1: ANTEPROYECTO

a) TEMA:

Í PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO RELLENO) EN LA CIUDAD DE LOJAÎ

b) PROBLEMÁTICA

Durante el paso de los años las empresas en el Ecuador han tomado mayor importancia a los proyectos de inversión y reinversión debido a que se busca satisfacer a sus clientes con productos y servicios de calidad, al mismo tiempo su nuevo objetivo es ganar sus corazones para crear fidelidad y empatía con ellos.

La Población Económicamente Activa del cantón Loja, según el VII Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010), las pequeñas empresas del sector servicios y comercio tienen un porcentaje muy representativo del 71%, mientras el sector de la manufactura se ubica en un 9%. Esta realidad empresarial que se observa en el país se refleja en la provincia de Loja, determinándose en los últimos años un crecimiento mínimo en el sector secundario, es decir que no se ha generado valor agregado a las materias primas obtenidas en el sector primario.

Es importante mencionar que para generar este valor, se requiere de conocimientos técnicos en las áreas de mercadotecnia, talento humano, producción, finanzas, que permiten tomar la mejor decisión para la creación de empresas en el campo de la manufactura.

Por otro lado se requiere del apoyo del sector financiero para poder desarrollar la empresa, pero se ha determinado que los créditos productivos, son escasos, debido a que las entidades bancarias establecen en sus políticas crediticias cantidad de trámites para realizar un préstamo de producción y comercialización y solicitan una serie de requisitos, además los costos de capital son elevados, razón por la cual la mayoría de las personas no llevan a cabo sus proyectos de emprendimiento.

En ese sentido, la inversión se ha centrado en las ciudades más grandes como Quito, Guayaquil, Manta y Cuenca, debido a razones de carácter económico y social, mientras que en Loja, es mínima, a pesar de que el gobierno viene apoyando a los gestores en emprendimientos.

Por otro lado si se quiere ser competitivo es necesario adquirir y aplicar las nuevas tecnologías que tenemos en el mercado y de esta manera conseguir la disminución de los costos de producción y enseñar al consumidor que adquieran lo nuestro y no los productos importados. Para ello, es necesario que los ingenieros comerciales sean quienes aporten con la sociedad a través de la creación de empresas con las características necesarias para la producción y comercialización de un sin número de productos que se puede elaborar para el

consumo de la población, y de esta manera disminuir el desempleo, subempleo y migración.

El buen funcionamiento y desarrollo de Loja y las empresas es contar con buena, maquinaria y tecnología avanzada para así poder satisfacer la demanda de nuestro producto que nuestra empresa quiere ofrecer a nuestros consumidores y así brindar un producto nuevo, novedoso, rico y muy nutritivo para que de esta forma poder ganar clientes y dar crecimiento económico a nuestro país y nuestra ciudad, pueda tener industrias y se desarrolle en el campo industrial.

Tomando en cuenta lo antes expuesto, surge la visión de una oportunidad de negocio en poder realizar un **Í PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALANTINA (POLLO RELLENO) EN LA CIUDAD DE LOJA.**

c) JUSTIFICACIÓN

El Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja a través de la Carrera de Administración de Empresas, está encaminada a formar profesionales idóneos, con carácter crítico, técnico, que desarrollen sus conocimientos, habilidades y destrezas, capaces de relacionar la teoría con la práctica y de proponer alternativas de solución para las diferentes problemáticas existentes en la sociedad. Es por ello, que el presente estudio

permitirá aplicar los conocimientos académicos recibidos durante la trayectoria de nuestra vida estudiantil para llevar a cabo la investigación. En el presente trabajo investigativo se presenta una propuesta que puede ser aprovechada para invertir el dinero y poder mejorar los ingresos económicos, de tal manera que podamos ser las creadoras de fuentes de trabajo para mejorar la calidad de vida y de esa forma contribuir con la estabilidad laboral.

Este proyecto está orientado a la creación de una empresa encaminada a la producción de un embutido de calidad para la colectividad, lo que implica asumir con responsabilidad, honestidad y cumplimiento de un nuevo modelo de asistencia personalizada en el desempeño de los diferentes servicios de atención que la empresa proporcionará a los usuarios de nuestra ciudad. Esta idea se fundamenta en las diversas opiniones que hemos podido percibir en conversaciones con diferentes personas de nuestra ciudad.

Al ser limitadas las empresas que se dediquen a la producción de galantina (pollo relleno). Este producto será novedoso y fácil de preparar para los consumidores de la ciudad de Loja, el mismo que está encaminado para las amas de casa, banquetes y comidas rápidas.

Por otra parte, este proyecto contara con la participación de sus pobladores, generando así fuentes de empleo de este modo mitigar el fenómeno migratorio.

Considerando estos puntos relevantes el proyecto busca la total satisfacción de sus necesidades de los consumidores, en cuanto a la implementación de

nuestra empresa para así incrementar las plazas de trabajo y disminuir el desempleo.

d) OBJETIVOS

Objetivo General:

- Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Galantina (pollo relleno) en la Ciudad de Loja.

Objetivos Específicos:

- Realizar el estudio de mercado para conocer la demanda y la oferta de la Galantina y la estructura del plan de comercialización de Galantina (pollo relleno) en la Ciudad de Loja.
- Realizar el estudio técnico para determinar, el tamaño de la planta de producción, la localización de la empresa e Ingeniería del Proyecto de la Galantina (pollo relleno), del proceso de productivo.
- Realizar la organización jurídica-administrativa de la Empresa dedicada a la producción y comercialización de Galantina (pollo relleno) en la Ciudad de Loja.
- Realizar el estudio económico . financiero para la creación de la empresa productora y comercializadora de galantina (pollo relleno) en la ciudad de Loja.

- Establecer los indicadores financieros como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de retorno, Relación Beneficio Costo, Período de recuperación del Capital, y Análisis de Sensibilidad de la empresa productora y comercializadora de galantina (pollo relleno) en la ciudad de Loja.

e) METODOLOGÍA

Para desarrollar el presente proyecto de investigación será necesario la aplicación de distintos métodos de investigación que permitirán recabar información, objetiva y precisa, donde se hará uso de lo siguiente:

MÉTODOS

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

Inductivo.- parte de lo concreto a lo complejo, este método se lo utilizara para obtener información concreta a lo referente a la empresa comercializadora de Galantina (pollo relleno),

Deductivo.- parte de lo complejo para llevar a lo simple; este se utilizara para determinar conclusiones en base a la información obtenida.

TÉCNICAS

En cuanto a las técnicas de investigación, el objetivo principal es el de recabar, recopilar y conocer información útil para los fines del proceso investigativo.

Entre ellos se utilizarán:

La Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener información de las familias de la ciudad de Loja, cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, se utilizará un cuestionario que se aplicará a las amas de casa, mediante esta información se procederá a determinar la demanda existente en el mercado.

Entrevista

Con esta técnica se podrá obtener datos concretos relacionados directamente con los oferentes.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra tomaremos en cuenta al sector urbano de Loja, para luego realizar un análisis de las familias que consumen los productos derivados del pollo, llegando de esta manera a identificar el segmento del mercado el mismo que comprenderá a las amas de casa.

Población y muestra. Para lo cual se tomará una muestra representativa de la población de la ciudad de Loja.

Cálculo de la muestra

Según datos del último censo efectuados por el INEC en el año 2010 la población total de la Ciudad de Loja es de 170,280 habitantes que se registra en la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Posteriormente se procede a realizar la proyección al 2014 utilizando el 2,27% de la tasa de crecimiento anual. Así mismo se tomará el número promedio de integrantes por familia que son de cuatro personas, lo cual se procede a dividir la población total, es decir, las 186,276 personas para cuatro, quedando con 46,569 familias en total.⁶⁰

Fórmula de la Proyección

Dicha proyección se muestra a continuación, tomando en cuenta la siguiente fórmula:

$$Pa = Po(1 + i)^n$$

Donde :

Pa = población actual

Po = población inicial 170,280

1 = constante

i = tasa de incremento poblacional (2,27 %)

n = número de años

$Pa = Po(1 + i)^n$ $Pa(2010 - 2014) = 170,280 (1 + 0,0227)^4$ $Pa(2010 - 2014) = 170,280 (1,0227)^4$ $Pa(2010 - 2014) = 170,280 (1.093938794)$ $Pa(2010 - 2014) = 186,276 \text{ habitantes}$ $186276 / 4 = 46,569 \text{ familias}$
--

Cálculo del tamaño la Muestra.- Para obtener el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula estadística al segmento de mercado:

⁶⁰Fuente: Censo de población y vivienda (CPV – 2010) INEC.

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Número de familias de la Población 46,569

1 = constante

e = margen de error, se aplica el 5%

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

Para obtener el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula.

$$n = \frac{46,569}{1 + (0.05)^2 46,569}$$

$$n = \frac{46,569}{117,42}$$

n= 396,60, entonces se aplicará **397** encuestas.

PROCEDIMIENTO

1. Estudio de Mercado.- se aplicará 397 encuestas a las familias lojanas con un nivel de ingresos considerable. Además se elaborará el plan de comercialización, el mismo que se lo hará a través de todos los medios necesarios para dar a conocer el producto.

2. Estudio Técnico.- se necesitará el apoyo de un Ing. en Agroindustrias de los alimentos porque es quien tiene los conocimientos sobre el tiempo de duración del producto para el consumo. Además se analizará los factores como proveedores de materia prima, clientes, mano de obra, etc.

3. Estudio Jurídico.- para elaborar una constitución de Sociedad Anónima se solicitará los servicios de un Dr. en Leyes para conseguir asesoramiento y poder tramitar la documentación pertinente; también se elaborará un manual de funciones en donde se conozcan las tareas que deben cumplir cada uno de los involucrados. Así mismo se realizara organigramas en donde se conocerá todos los niveles jerárquicos de la empresa.

4. Estudio Económico- Financiero.- todos los activos fijos, tangibles e intangibles y demás requerimientos para el proyecto serán detallados con claridad y coherencia a través de cuadros con sus respectivos cálculos, gráficos e interpretaciones según sea el caso.

Cálculo de la Oferta

Para conocer la oferta de la galantina (pollo relleno) se aplicará las encuestas a los dueños de los supermercados, autoservicios y a la planta procesadora de alimentos Cafrilosa de la ciudad de Loja.

g. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																																		
Nº	ACTIVIDAD	MES	MES 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8			
		SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Presentación del Proyecto		x	x	x	x																												
2	Corrección del Proyecto						x	X																										
3	Aprobación del Proyecto								x	X	x	x																						
4	Aplicación de la Entrevista y Recolección de la Información												x	x	x																			
5	Tabulación y Representación de los resultados														x	x	X	x																
6	Sustentación Teórica																		x	x	x													
7	Desarrollo de la Propuesta																				x	x	x											
8	Levantamiento del texto de la tesis																						x	x	x									
9	Presentación del borrador de Tesis																										x	x	x					
10	Disertación de la Tesis																														x	x	x	

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

❖ RECURSOS HUMANOS

- **Docente:** Ing. Juan Román Encalada Orozco
- ✓ **Aspirante:** María Rosario Ganazhapa Ganazhapa

❖ RECURSOS MATERIALES

Útiles de oficina:

- Esferos
- Cuaderno
- Flash Memory
- CD
- Lápiz
- Borrador.
- Papel Bond

Equipo de computación:

- Una Laptop
- Una calculadora

PRESUPUESTO

CANTIDAD	RUBROS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
5	Resmas de papel bond A4	4.00	20.00
600	Copias para del trabajo final	0.04	24.00
2	Cartucho de tinta para impressora b/n	25.00	50.00
2	Cartucho de tinta para impresora color	25.00	50.00
1	Flash memory	25.00	25.00
1	Laptop	700.00	700.00
1	Calculadora	12.00	12.00
1	Cámara Digital	200.00	200.00
2	Portaminas	2.00	4.00
5	Anillados de las copias del trabajo	2.00	10.00
4	Empastados de los originales del trabajo	12.00	48.00
	Internet		100.00
	Movilización		150.00
	Alimentación		100.00
Sub . TOTAL			1493.00
Imprevistos (5% del total)			74,65
TOTAL			1,567.65

FINANCIAMIENTO

Los gastos en los que se incurran para el desarrollo de la presente tesis, estará financiado en su totalidad por la aportación de la autora.

ANEXO 2: ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS LOJANAS



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

Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Con el objeto de desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de galantina (pollo relleno) en la Ciudad de Loja; a usted solicito muy comedidamente se digne en contestar las siguientes interrogantes:

1. ¿De las siguientes cantidades, indique a cual corresponde el monto de su ingreso económico mensual?
\$354 - \$554 () \$555 - \$754 ()
\$755 - \$954 () \$955 - \$1154 ()
\$1155 - \$1354()
2. ¿En su familia adquiere carne de pollo?
Si () No ()
3. ¿Cuántos pollos enteros consume semanalmente?
1 pollo ()
2 pollos ()
3 pollos ()
4. ¿En su familia adquiere Galantina (pollo relleno)?
Si () No ()
5. ¿Por qué razón adquiere este producto?
Precio () Sabor ()
Calidad ()
6. ¿Con qué frecuencia de tiempo y que cantidad de pollo relleno adquiere?
Mensual () ò ò ò .. Trimestral () ò ò ò

- Semestral () ò ò ò .. Anual () ò ò ò
7. ¿En qué lugares suele adquirir el pollo relleno (galantina)?
 Tiendas () Mercados ()
 Supermercados () Otros ()
8. ¿Cuál es el precio que paga por un pollo relleno entero?
 \$12,00 - \$16,00 ()
 \$17,00 - \$21,00 ()
 \$22,00 - \$26,00 ()
9. Si se creara una empresa Lojana dedicada a la producción y comercialización de Galantina (pollo relleno), ¿Estaría dispuesto a adquirirlos?
 Si () No ()
10. ¿Qué precio pagaría por un pollo relleno entero?
 \$12,00 - \$16,00 ()
 \$17,00 - \$21,00 ()
 \$22,00 - \$26,00 ()
11. ¿En qué lugar le gustaría encontrar la Galantina (pollo relleno) para su adquisición?
 Tiendas ()
 Mercados ()
 Supermercados ()
12. A usted, ¿Cómo le gustaría que sea la el envase del producto?
 Empacado al vacío ()
 Fundas de polipropileno ()
13. ¿Por cuál de los siguientes medios de comunicación desearía conocer del producto?
 Radio () Tv ()
 Prensa escrita () Otros ()
 Indique ò ò ò ò ò ò ò ò ò ò
14. ¿Qué emisora sintoniza con frecuencia y en que horario escucha?

EMISORA	SEÑALAR	HORARIO		
		Mañana	Tarde	Noche
Hiper 99.30				
Radio Loja 97.70				
Luz y Vida 88.10				
WG Milenio 92.5				
Boquerón 97.3				
Semillas de Amor 89.7				
Ecotel Radio 107.7				

15. ¿Qué canal televisivo de la localidad sintoniza con frecuencia y en qué horarios?

CANALES	SEÑALAR	HORARIO		
		Mañana	Tarde	Noche
Ecotel tv				
Uv televisión				

16. ¿Qué periódico de la localidad lee con frecuencia?

La Hora ()

Centinela ()

Crónica de la tarde ()

17. ¿Qué clase de promoción en venta le gustaría recibir por parte de la empresa?

Descuento en épocas especiales ()

Descuento por cantidad ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO 3: ENTREVISTA A OFERTANTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Guía de entrevista Dirigida a los ofertantes de pollo relleno

Con motivo de efectuar el trabajo de investigación para conocer la oferta de pollo relleno, en la Ciudad de Loja, a usted solicito muy comedidamente se digne en contestar las siguientes interrogantes, cuya información será utilizada para desarrollar la Tesis previo a la obtención del título de Ingeniera comercial, por lo tanto se guardará absoluta reserva.

Propietario: _____

Dirección: _____

1. Su negocio es:
Supermercado ()
Restaurant ()
Otro () _____
2. ¿Qué presentación tiene la galantina (pollo relleno) para la venta?

3. ¿Cuántos pollos rellenos comercializa usted semanalmente?

4. ¿Cuál es el precio de venta de la galantina (pollo relleno)?
Pollo relleno entero \$ _____
5. ¿Cuál cree que es el porcentaje de incremento en ventas por año?

6. ¿Quiénes son sus proveedores del producto?

7. ¿Qué cree usted que el consumidor toma en cuenta al momento de adquirir el producto?

Precio ()

Calidad ()

Cantidad ()

Otros () indique _____

8. ¿Qué tipo de promociones ofrece a sus clientes?, indique.

9. ¿Qué medio de comunicación utiliza usted para dar a conocer la venta del producto?

10. ¿En qué itinerarios ofrece la publicidad?

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO # 4

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA				
Cantidad por producción	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1600	unidad	Pollos enteros faenados	6,75	10.800,00
1600	Libras	Carne de cerdo	2,50	4.000,00
320	Libras	Vienesas	2,00	640,00
27	Libras	Nitrito	0,50	13,33
53	Litros	Lactato	0,75	40,00
27	Libras	Fosfato	0,50	13,33
27	Libras	Almidón de yuca	0,50	13,33
80	Kilos	Aceitunas	1,50	120,00
0,16	m ³	Agua	0,62	0,10
10	litros	Líquido para ahumar	0,50	5,00
4	funda	Sal	0,80	3,20
TOTAL MENSUAL				15.648,30
TOTAL ANUAL				187.779,59

Fuente: Cuadro # 29 (capacidad utilizada), Cafrilosa, ILE, Municipio de Loja (comercialización)

Elaboración: La Autora

ANEXO # 5

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA				
Cantidad por producción	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	tubo	Hilo de coser costal	2,50	5,00
1600	unidad	Fundas de polipropileno	0,08	128,00
1600	unidad	Etiquetas	0,05	80,00
560	metros	Malla plástica	1,00	560,00
TOTAL MENSUAL				773,00
TOTAL ANUAL				9.276,00

Fuente: Anexo # 4, Ferretería C.J, Empresas Guayaquileñas e Imprenta Ortiz

Elaboración: La Autora

ANEXO # 6

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO DE LA COOPERATIVA JEP				
CAPITAL 15.000,00				
INTERÉS 11,20%			PAGO: MENSUAL	
TIEMPO: 5 AÑOS			CUOTAS: 60	
Período	Capital Fijo	Interés	Dividendo	Saldo - Capital
0		-	-	15000,00
1	250,00	140,00	390,00	14750,00
2	250,00	137,67	387,67	14500,00
3	250,00	135,33	385,33	14250,00
4	250,00	133,00	383,00	14000,00
5	250,00	130,67	380,67	13750,00
6	250,00	128,33	378,33	13500,00
7	250,00	126,00	376,00	13250,00
8	250,00	123,67	373,67	13000,00
9	250,00	121,33	371,33	12750,00
10	250,00	119,00	369,00	12500,00
11	250,00	116,67	366,67	12250,00
12	250,00	114,33	364,33	12000,00
13	250,00	112,00	362,00	11750,00
14	250,00	109,67	359,67	11500,00
15	250,00	107,33	357,33	11250,00
16	250,00	105,00	355,00	11000,00
17	250,00	102,67	352,67	10750,00
18	250,00	100,33	350,33	10500,00
19	250,00	98,00	348,00	10250,00
20	250,00	95,67	345,67	10000,00
21	250,00	93,33	343,33	9750,00
22	250,00	91,00	341,00	9500,00
23	250,00	88,67	338,67	9250,00
24	250,00	86,33	336,33	9000,00
25	250,00	84,00	334,00	8750,00
26	250,00	81,67	331,67	8500,00
27	250,00	79,33	329,33	8250,00
28	250,00	77,00	327,00	8000,00
29	250,00	74,67	324,67	7750,00
30	250,00	72,33	322,33	7500,00
31	250,00	70,00	320,00	7250,00
32	250,00	67,67	317,67	7000,00
33	250,00	65,33	315,33	6750,00
34	250,00	63,00	313,00	6500,00
35	250,00	60,67	310,67	6250,00
36	250,00	58,33	308,33	6000,00

37	250,00	56,00	306,00	5750,00
38	250,00	53,67	303,67	5500,00
39	250,00	51,33	301,33	5250,00
40	250,00	49,00	299,00	5000,00
41	250,00	46,67	296,67	4750,00
42	250,00	44,33	294,33	4500,00
43	250,00	42,00	292,00	4250,00
44	250,00	39,67	289,67	4000,00
45	250,00	37,33	287,33	3750,00
46	250,00	35,00	285,00	3500,00
47	250,00	32,67	282,67	3250,00
48	250,00	30,33	280,33	3000,00
49	250,00	28,00	278,00	2750,00
50	250,00	25,67	275,67	2500,00
51	250,00	23,33	273,33	2250,00
52	250,00	21,00	271,00	2000,00
53	250,00	18,67	268,67	1750,00
54	250,00	16,33	266,33	1500,00
55	250,00	14,00	264,00	1250,00
56	250,00	11,67	261,67	1000,00
57	250,00	9,33	259,33	750,00
58	250,00	7,00	257,00	500,00
59	250,00	4,67	254,67	250,00
60	250,00	2,33	252,33	0,00
TOTAL	15000,00	4270,00	19270,00	

Fuente: Cuadro # 66 y Cooperativa "JEP"

Elaboración: La Autora

ANEXO # 7

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN		
Años	Dep. Anual	Valor en Libros
0	-	3478,31
1	347,83	3130,48
2	347,83	2782,65
3	347,83	2434,82
4	347,83	2086,99
5	347,83	1739,16
6	347,83	1391,32
7	347,83	1043,49
8	347,83	695,66
9	347,83	347,83
10	347,83	0,00

Fuente: Cuadro # 31

Elaboración: La Autora

ANEXO # 8

DEPRECIACIÓN DE UTENSILIOS DE COCINA		
AÑOS	DEP. ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	-	114,50
1	22,90	91,60
2	22,90	68,70
3	22,90	45,80
4	22,90	22,90
5	22,90	0,00

Fuente: Cuadro # 32

Elaboración: La Autora

ANEXO # 9

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES		
AÑOS	DEP. ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	-	811,00
1	81,10	729,90
2	81,10	648,80
3	81,10	567,70
4	81,10	486,60
5	81,10	405,50
6	81,10	324,40
7	81,10	243,30
8	81,10	162,20
9	81,10	81,10
10	81,10	0,00

Fuente: Cuadro # 33

Elaboración: La Autora

ANEXO # 10

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA		
AÑOS	DEP. ANUAL	VALOR ACTUAL
0	-	187,00
1	18,70	168,30
2	18,70	149,60
3	18,70	130,90
4	18,70	112,20
5	18,70	93,50
6	18,70	74,80
7	18,70	56,10
8	18,70	37,40
9	18,70	18,70
10	18,70	0,00

Fuente: Cuadro # 34

Elaboración: La Autora

ANEXO # 11

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
AÑOS	DEP. ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	-	2040,00
1	680,00	1360,00
2	680,00	680,00
3	680,00	0,00
Dep. de la reposición de Equipo de Computación		
0	-	2300,00
4	766,67	1533,33
5	766,67	766,67
6	766,67	0,00

Fuente: Cuadro # 35

Elaboración: La Autora

ÍNDICE

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
1. TÍTULO.....	1
2. RESUMEN	2
ABSTRACT	6
3. INTRODUCCIÓN.....	9
4. REVISIÓN DE LITERATURA	12
5. MATERIALES Y MÉTODOS	46
6. RESULTADOS	54

7. DISCUSIÓN	75
8. CONCLUSIONES.....	197
9. RECOMENDACIONES	199
10. BIBLIOGRAFÍA	200
11. ANEXOS	203
INDICE	227