



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO “CECINA” PREPARADA Y EMPACADA AL VACÍO EN LA CIUDAD DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA OBTENCION
DEL GRADO DE INGENIERA
COMERCIAL

AUTORAS:

Silvia Janeth Guerrero Ordoñez
Ana Victoria Morocho Luna

DIRECTOR:

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

LOJA - ECUADOR
2014

Certificación

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

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO “CECINA” PREPARADA Y EMPACADA AL VACÍO EN LA CIUDAD DE LOJA”**, realizado por las egresadas **Silvia Janeth Guerrero Ordoñez** y **Ana Victoria Morocho Luna**, cumple con todos los requisitos que determina el Reglamento para el Sistema de Graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo cual autorizó su presentación y defensa.

Loja, Septiembre del 2014.



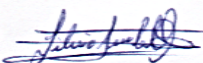
Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

Autoría

Nosotras, Silvia Janeth Guerrero Ordoñez y Ana Victoria Morocho Luna, declaramos ser las autoras del presente trabajo de tesis y eximamos expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo.

Adicionalmente aceptamos y autorizamos a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de nuestra tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca virtual.

Autora: Silvia Janeth Guerrero Ordoñez

Firma: 

Cédula: 1900570340

Fecha: Loja, Septiembre del 2014

Autora: Ana Victoria Morocho Luna

Firma: 

Cédula: 1104367931

Fecha: Loja, Septiembre del 2014

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DE LOS AUTORES,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

Silvia Janeth Guerrero Ordoñez y Ana Victoria Morocho Luna declaramos ser autores de la tesis Titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO “CECINA” PREPARADA Y EMPACADA AL VACÍO EN LA CIUDAD DE LOJA”** como requisito para optar al título de **Ingenieros Comerciales**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 15 días del mes de Septiembre del dos mil Catorce, firma los autores.

Firma: 

Autor: Silvia Janeth Guerrero Ordoñez

Cedula: 1900570340

Correo: s-guerrero@gmail.com

Teléfono: 0979481033

Dirección: Loja – Barrio Época

Firma: 

Autora: Ana Victoria Morocho Luna

Cedula: 1104367931

Correo: anavicky.1985@gmail.com

Teléfono: 0969020391

Dirección: Loja, Barrio Época

Director de Tesis: Ing. Mg. Sc. Carlos Rodríguez

Tribunal de Grado:

Dr. Ángel Cabrera Achupallas Mg. Sc.

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

Presidente

Vocal

Vocal

Agradecimiento

Nuestra gratitud a la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia, Carrera Administración de Empresa, por brindarnos la oportunidad de ser protagonistas de un cambio social a través de una verdadera preparación académica.

Así mismo, agradecemos a nuestra familia por su apoyo incondicional, a los docentes de la Carrera Administración de Empresas, de manera especial al Ing. Carlos Rodríguez, Director de la presente tesis, nuestra gratitud ferviente por su asesoramiento, quien con absoluto conocimiento y profesionalismo, orientó y guió la elaboración de todo nuestro trabajo investigativo.

LAS AUTORAS

Dedicatoria

Este trabajo investigativo lo dedico a Dios que me ha permitido llegar a cumplir esta meta trazada en mi vida, de manera muy especial dedico y agradezco a mi esposo, a mis hijos, a mis padres y hermanos quienes con su amor y ejemplo de superación me enseñaron a luchar por lo que quería. Y a todas aquellas personas que de alguna u otra manera contribuyeron para plasmar en realidad mi sueño de ser profesional.

Silvia Janeth Guerrero Ordoñez

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi esposo, a mis hijos, a mis padres, hermanos y personas allegadas que con su apoyo incondicional, moral y espiritual estuvieron presentes en mi vida estudiantil para así poder llegar a cumplir con éxito mi carrera profesional.

Ana Victoria Morocho Luna

a. TÍTULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO “CECINA” PREPARADA Y EMPACADA AL VACÍO EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

El objetivo principal de este estudio es determinar la factibilidad de implementar una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo “cecina” preparada y empacada al vacío, en la ciudad de Loja. Para lograr este objetivo fue necesario recurrir a diferentes métodos de investigación entre ellos tenemos al método, inductivo, estadístico, y analítico-sintético; también se recurrió al uso de técnicas de investigación como la bibliográfica, la observación y la encuesta. Dentro de los resultados se presenta el análisis de las encuestas aplicadas a los demandantes y oferentes con sus respectivos cuadros y gráficos estadísticos. En la discusión se encuentran los estudios que determinan un plan de inversión, los mismos que se describen a continuación.

En el estudio de mercado se obtuvo una demanda efectiva de 18.284.760 de libras de carne de cerdo para el primer año de vida útil del proyecto, así también una oferta de 14.510.808 libras, cuya diferencia nos da como resultado la demanda insatisfecha de 3.773.952 libras.

En el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada del proyecto es de 278.850 libras de carne de cerdo. La capacidad utilizada para el primer año es de 223.080 libras. En el estudio administrativo se estableció la razón social de la empresa como compañía de responsabilidad limitada “**LA**

DELICIA Cía. Ltda.”, el plazo de duración para esta empresa es de cinco años a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil.

En el estudio financiero se determina que la empresa para su iniciación requiere de una inversión de \$ 65.660,15 dólares. Dentro de las fuentes de financiamiento existe un crédito al Banco del Pichincha cuyo monto representa el 45,69% del total de la inversión; los costos para el primer año son de \$638.779,65 dólares, los ingresos son de \$ 702.657,61 dólares, el estado de pérdidas y ganancias en el primer año es de \$ 36.649,98 dólares y el flujo de caja es de \$ 10.849,24 dólares. En la evaluación financiera se determina los siguientes resultados: Así tenemos el Valor Actual Neto positivo \$ 57.716,14 dólares, la Tasa Interna de Retorno de 44,86%, la Relación Beneficio Costo de 1,17 dólares, un Periodo de Recuperación de Capital en 2 años, 10 meses, y 27 días. En el análisis de sensibilidad, se reitera que el proyecto no es sensible, debido a que soporta cambios en el mercado, tolera un incremento en los costos del 12,36% y una disminución en los ingresos del 10,61%.

Finalmente se plantearon las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos en la elaboración del proyecto.

ABSTRACT

The main objective of this study is to determine the feasibility of implementing a producer and marketer of pork "jerky" prepared and vacuum packed, in the city of Loja. To achieve this goal it was necessary to use different research methods among them are the method, inductive, statistical, and analytic-synthetic; also resorted to the use of research techniques in literature, observation and survey. In analyzing the results of surveys of the buyers and sellers with their statistical tables and graphs are presented. In the discussion are studies that determine an investment plan, the same as those described below

In the study of effective market demand for 18,284,760 pounds of pork for the first year of life of the project and also an offer of 14,510,808 pounds was obtained, the difference gives us as a result of unsatisfied demand 3,773,952 lbs.

The technical study found that the installed capacity of the project is 278,850 pounds of pork. Capacity utilization for the first year is 223,080 pounds. In the administrative study the trade name of the company was established as a limited liability company "DELIGHT Co. Ltd. ", the duration for this company is five years from the date of registration in the Commercial Register.

In business study determined the company for initiation requires an investment of \$ \$ 65,660.15. Among the sources of funding there is a credit

to Banco del Pichincha which amount represents 45.69% of the total investment; costs for the first year are \$ 638,779.65 U.S. dollars, revenues are \$ 702,657.61 U.S. dollars, the profit and loss in the first year is \$ \$ 36,649.98 and the cash flow is \$ 10,849, 24 dollars. In financial evaluation, the following results were determined: So we have the positive Net Present Value \$ \$ 57,716.14, the internal rate of return of 44.86%, Benefit Cost Ratio of \$ 1.17 a Period Capital recovery in 2 years, 10 months, and 27 days. In the sensitivity analysis, it is reiterated that the project is not sensible, because changes in the market supports, tolerates an increase in cost of 12.36% and a decrease in revenue of 10.61%.

Finally, conclusions and recommendations based on the results obtained in the development of the project were raised.

c. INTRODUCCIÓN

El ritmo de vida actual, la incorporación de la mujer al trabajo y la preocupación por alimentarnos de forma sana han influido en los últimos años de forma directa en nuestros hábitos alimenticios. Hoy en día, el consumidor demanda alimentos en los que el tiempo de cocinado o preparación sea lo menor posible.

En la ciudad de Loja, se evidencia un crecimiento poblacional importante, es por eso que las familias requieren y exigen alimentos que contengan la calidad adecuada y que no sean nocivos para la salud. Actualmente en el mercado se encuentran productos como la carne, que perece o se oxida rápidamente por el aire que recibe, lo que conlleva a consumirla en el menor tiempo posible; además la preparación exige de tiempo, y muchas de las veces, las personas que trabajan especialmente la mujer carece del mismo.

Es por eso que se ha propuesto realizar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO “CECINA” PREPARADA Y EMPACADA AL VACIO, EN LA CIUDAD DE LOJA”**.

Para la realización adecuada del trabajo investigativo se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la demanda, oferta y demanda insatisfecha.
- Ejecutar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño, y la ingeniería del proyecto.
- Diseñar un estudio administrativo, que determine la estructura organizacional y tipo de empresa a constituir.
- Realizar un estudio financiero, para establecer la inversión total del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera para determinar con los indicadores financieros la rentabilidad o no de proyecto en estudio.

Para el cumplimiento de los objetivos de proyecto fue necesario desarrollar los puntos reglamentarios en el esquema de la Universidad Nacional de Loja, empezando por el título que se genera a partir de la problemática, luego el resumen, donde se especifica los aspectos más relevantes a los que se llegó con la investigación, así mismo se realizó la introducción en la que consta el contenido de la tesis.

En la Revisión de Literatura, se especifica y conceptualiza cada una de las etapas de un proyecto de factibilidad; dentro de Materiales y Métodos, se realizó una descripción de los métodos y técnicas que se utilizaron para el desarrollo de la tesis. En los resultados consta el análisis de las encuestas aplicadas a demandantes y oferentes con sus respectivos cuadros y gráficos estadísticos; estos resultados a su vez permitieron desarrollar el siguiente

punto; Discusión, en donde se encuentran los estudios de mercado, técnico, organización y financiero.

Luego están las Conclusiones a las que se llegó con el trabajo investigativo, seguidamente encontramos las Recomendaciones y finalmente la Bibliografía, los Anexos y el Índice.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

CECINA

La cecina es la carne fileteada y adobada con diferentes condimentos, lista para su preparación, se la obtiene del tejido animal especialmente del cerdo, del retal muscular y se la consume como alimento preparado con diferentes ingredientes.

CARNE

La carne es el tejido animal, principalmente muscular, que se consume como alimento, es importante porque aporta proteínas, grasas y minerales.¹

Tipos de Carnes

La carne es uno de los alimentos esenciales dentro de la dieta humana y se la puede clasificar en dos grandes grupos, según su color: carnes rojas y carnes blancas.²

¹ <http://definicion.de/carne/#ixzz2xOGAkWgl>

² <http://www.tiposde.org/general/505-tipos-de-carnes/#ixzz2xONm6ZVI>

Carnes Rojas: estas deben su color rojizo cuando están crudas al pigmento llamado mioglobina y siempre provienen de mamíferos. Dentro de este grupo se encuentran:

- **Carne de vaca:** esta se caracteriza por su elevado contenido de grasa, su consumo es beneficioso ya que ayuda a la reposición de células y a tener un sano crecimiento, se caracteriza por ser rica en vitaminas B, minerales y proteínas.
- **Carne de cerdo:** se caracteriza por contar con un elevado contenido de aminoácidos, por lo que se constituye en una importante fuente de proteínas, el porcentaje de carbohidratos que posee es del 1% que está representado por glicolípidos, en igual porcentaje se presentan los minerales. En la carne de cerdo las vitaminas que más presentes están son las del complejo B, sobre todo B6, B12 y B1, esta última se encuentra en mayor proporción que en las otras carnes.
- **Carne ovina:** se caracteriza por su elevada concentración de grasa en algunos cortes, en comparación a otros animales. Presenta un elevado aporte de vitaminas B12 y B2 y también de B1 y B3, aunque en menor medida. A diferencia de otras carnes, es considerada una fuente de minerales, sobre todo de hierro, que ayuda a la formación de hemoglobina, previniendo la anemia, además de hierro, la carne ovina aporta zinc, fósforo y sodio.

Carnes Blancas: que poseen colores blanquecinos o pálidos al encontrarse crudas y pueden provenir de aves, peces o incluso insectos.

- **Carne de pollo:** las características de esta carne varían según distintos factores, por ejemplo, si el animal es de edad avanzada cuenta con mayor presencia de grasa que uno joven. Con respecto a las vitaminas que aporta se encuentran la B3, B12, C, A y ácido fólico. La presencia de zinc y hierro es menor que en las carnes rojas pero la supera en relación al potasio y fósforo.
- **Carne de conejo:** la carne de conejo es magra, blanda y las proteínas que aportan son similares al resto de la carne en cuanto a la calidad y cantidad, se caracteriza por presentar grandes cantidades de potasio, calcio y fósforo. Es una fuente de vitaminas B, sobre todo B3 y B12.

EMPACADO AL VACIO

Uno de los sistemas más exitosos para la conservación de alimentos, ha sido el empacado al vacío porque al retirar el aire del contenedor, se obtiene una vida útil más larga al poder conservar las características organolépticas ya que al eliminar el oxígeno no existe crecimiento de gérmenes aeróbicos, psicófilos, y mesófilos que son los que originan la rancidez, la decoloración, y la descomposición de los alimentos.³

³ Michael D. Ranken, (2003), Manual de industrias de la carne, Madrid, Primera edición, págs. 91-92.

El empaque al vacío puede utilizarse para carnes frescas, embutidos, carnes procesadas, pescados, aves, mariscos, vegetales y comidas preparadas. Dentro de las ventajas del empaque al vacío están en que no existen reducciones del peso como sí sucede con los sistemas tradicionales de congelación porque, al reversar el proceso, la pérdida de peso es importante, permite a las personas hacer compras en mayores cantidades que las acostumbradas porque se tiene garantizada la perdurabilidad de los perecederos.

Pasos a seguir para el proceso de empackado al vacío:

- Se debe contar con condiciones higiénicas muy sólidas durante el proceso del producto y durante su empaque.
- Los materiales seleccionados para hacer el empaque deben garantizar el mínimo de respiración y, por lo tanto, de entrada de aire.
- De la misma manera se debe disponer de equipos que garanticen un alto nivel de vacío y que, en el sellamiento, no se produzcan deterioros en el alimento.

CARNE EMPACADA AL VACÍO

La venta de carne empaquetada es consecuencia de los avances técnicos que se han logrado en la producción de películas de plástico y de la aparición de los supermercados como resultado del cambio de las

circunstancias económicas. Con un alimento perecedero, como es la carne, el envasado favorece el mantenimiento de la frescura del producto durante largos periodos de tiempo.⁴

Ventajas de la carne empacada al vacío

- **Más vida útil y proceso de maduración de la carne:** Gracias a esta modalidad de empaçado se logra que la vida útil se prolongue a 90 días (temperaturas entre 0 y 2C.), además se obtiene la tiernización o la maduración de la carne a partir de 11 días produciéndose está por acción natural de las enzimas, pudiendo brinda así una mayor calidad del producto.
- **Completa calidad e higiene de la carne:** El empaque al vacío inhibe por completo el desarrollo de bacterias aerobias, hongos y levaduras, evitándose la oxidación del producto manteniéndolo por mucho tiempo tal como en el momento de envasado; se evita la contaminación por manipulación y por olores que pasan de un producto a otro.
- **Total control de inventario:** Este sistema de empaçado, permite la cuantificación de los productos en los inventarios no solo por piezas sino también por peso exacto, permite mejorar capacidad de almacenaje logrando hasta un 30 por ciento más del espacio en las cámaras de refrigeración.

⁴ HERNANDEZ, Cristo (2010); **Alimentos Empacados al Vacío**; Tercera Edición; Editorial Idea; Madrid España; Pág. 59 - 60.

- **Congelación:** Frente a esta opción de congelar el producto, para conservarlo durante más tiempo, el empaque al vacío le garantiza frescura, jugosidad y maduración para una vida comercial normal, por ejemplo de dos meses.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

EMPRESA

Definición: Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.⁵

Importancia

- **Incremento constante de la productividad:** organización eficiente de los factores productivos.
- **Proveer de bienes a la sociedad:** incrementar la producción para satisfacer las necesidades de los demandantes.

Clasificación

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

⁵ Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Pág. 257.

- Sectores Económicos
- El origen de su capital.
- Su Tamaño
- Conformación de su capital
- El pago de impuestos
- El número de propietarios
- La función social
- La forma de explotación

⁶Por Sectores Económicos

Extractivas: Dedicadas a explotar recursos naturales.

Servicios: Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.

Comercial: Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.

Agropecuaria: Explotación del campo y sus recursos.

Industrial: Transforma la materia prima en un producto terminado.

Por el Origen del Capital

- **Público:** Su capital proviene del Estado o Gobierno.

⁶ Prácticas de la Gestión Empresarial, de Julio García del Junco y Cristóbal Casanueva Rocha, Mc Graw Hill, Pág. 3.

- **Privado:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares.
Economía Mixta: El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

Por su Tamaño

Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

Mediana: Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

Pequeñas: Se dividen a su vez en.

- **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- **Micro:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- **Famiempresa:** Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

Por el Pago de Impuestos

- **Personas Naturales:** El empresario como Persona Natural es aquel individuo que profesionalmente se ocupa de algunas de las actividades mercantiles.
- **Sucesiones Ilíquidas:** En este grupo corresponde a las herencias o legados que se encuentran en proceso de liquidación.
- **Régimen Común:** Empresas legalmente constituidas y sobrepasan las limitaciones del régimen simplificado, deben llevar organizadamente su contabilidad.
- **Gran Contribuyente:** Agrupa el mayor número de empresas con capitales e ingresos compuestos en cuantías superiores a los miles de millones de pesos. Son las más grandes del país.

⁷Por la Explotación y Conformación de su Capital

- **Multinacionales:** En su gran mayoría el capital es extranjero y explotan la actividad en diferentes países del mundo (globalización).
- **Nacionales:** El radio de atención es dentro del país normalmente tienen su principal en una ciudad y sucursales en otras.
- **Locales:** Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad.

⁷ Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, de Kotler Philip, Prentice Hall, Pág. 7.

Por el su tecnología

- **Alta tecnología:** cuando existen procesos integrados de manufactura robotizados o automatizados.
- **Mediana tecnología:** Son mecanizados en alguna parte de sus etapas.
- **Tradicionales:** Utilizan maquinaria y equipo con baja tecnología
- **Artesanales:** El proceso de producción es manual.⁸

Por la Función Social

- **Con Ánimo de Lucro:** Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.
- **Trabajo Asociado:** Grupo organizado como empresa para beneficio de los integrantes.
- **Sin Ánimo de Lucro:** Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.
- **Economía Solidaria:** En este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia.

⁸Lourdes Munch. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo.

PROYECTO

Un proyecto (del latín *proiectus*) es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas.⁹

FACTIBILIDAD

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.¹⁰

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

“Un proyecto de factibilidad es un estudio que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”.¹¹

“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

⁹ Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain. Preparación y Evaluación de Proyectos.

¹⁰ es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad

¹¹ <http://proyectofactible6.blogspot.com/>

que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias”¹².

En otras palabras un proyecto de factibilidad es en un conjunto de actividades vinculadas entre sí, cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda tener una institución o un grupo social en un momento determinado.

Un proyecto de factibilidad está formado por cuatro estudios principales:

ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.”¹³

También se puede decir que el estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la

¹² COHEN, E. (1992). Evaluación De Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México

¹³ MIRANDA MIRANDA, Juan José. (2009). Gestión de Proyectos de Inversión. Quinta edición. M & M EDITORES; Bogotá, Colombia; Pág. 34.

comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y una cierto período de tiempo.

Objetivos

- Conocer lo que está sucediendo y que se espera que suceda en el sector de la economía al cual se pretende incursionar con el producto.
- Establecer las fortalezas y debilidades de los competidores para aprovechar oportunidades en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Verificar que los clientes previstos existen realmente.
- Medir la potencialidad de la demanda.
- Determinar el precio del producto o servicio.
- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios, venta, comunicación, distribución, etc.

Análisis de la demanda (clientes)

Definición: “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir. Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se

debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio”¹⁴.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- Los tipos de consumidores.
- Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- Conocer los gustos y preferencias.

a) Demanda Potencial: La demanda potencial es la cantidad global de las familias lojanas de la ciudad de Loja que corresponden al porcentaje de la población total, dividida para cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto.

Para determinar la demanda potencial se considera:

1. La tasa de crecimiento poblacional
2. Población de la ciudad de Loja
3. Familias

b) Demanda Real.- Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan en el mercado. Es decir está formada por las familias que consumen actualmente carne de cerdo.

¹⁴Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Modulo “9”, Área Jurídica, Social y Administrativa. Edición año 2008.

c) Demanda Efectiva.- En sí, la demanda efectiva es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto que se pretende crear.

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

Análisis de la oferta (competencia)

Definición.- Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para los que adquieran. Para realizar el análisis competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quienes están ofreciendo ese mismo bien o servicio.
- Las características de los bienes o servicios de la competencia y el precio.

Plan de comercialización

El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor. Implica el vender, dar carácter comercial a

las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento etc.

- **Producto.-** Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.
- **Precio.-** Es el valor del bien a producir dentro del mercado meta que ha sido seleccionado, que para el presente proyecto es la ciudad de Loja.
- **Plaza.-** Es la selección del adecuado canal de comercialización que permitirá llegar el producto al consumidor en mejores condiciones que la competencia.
- **Promoción.-** Es la forma de cómo los consumidores cambian su patrón de consumo, para lograr la preferencia de la nueva empresa propuesta.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es fundamental, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones, así como también se examinan los procesos de producción que se pueden operar.

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir? El estudio técnico debe considerar fundamentalmente cuatro grandes bloques de información:

- Tamaño de la planta.
- Localización general y específica del proyecto.
- Estudio de la ingeniería del proyecto.
- Estudio de materias primas.

Tamaño de la planta

El tamaño óptimo a elegir debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menos riesgo de mercado para el proyecto. Para determinar adecuadamente el tamaño se debe tomar en cuenta aspectos fundamentales:

- **Capacidad Instalada:** Se la determina por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período

de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el tiempo de vida de la empresa.

- **Capacidad Utilizada:** Es el rendimiento o nivel de producción con lo que se hace trabajar la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período de tiempo.

Localización

Permite ubicar geográficamente el lugar donde se implementará la nueva unidad productiva, para esto debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

- **Micro-localización:** Se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local (planos urbanísticos).
- **Macro-localización:** Se relaciona con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.
- **Factores de localización:** Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos

indispensables y fundamentalmente el mercado al cual está orientado el producto o servicio.

Ingeniería del Proyecto

“El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos disponibles para la elaboración”¹⁵

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Dar a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce le tipo de sociedad o compañía.

Estructura Administrativa u Organizativa

“**Base Legal:** Para su libre operación toda empresa debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

- 1. Acta Constitutiva:** Es el documento certificador de la constitución legal de la empresa, en el cual se incluyen los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

¹⁵ QUILODRAN, Federico, MANUAL DE PREPARACION DE PROYECTOS, publicaciones UNL

2. **Razón Social o Denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa opera, debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.
3. **Domicilio:** Se deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona en el plano jurídico.
4. **Objeto de la Sociedad:** Se lo hace con un objeto determinado, ya sea: producir, generar y/o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
5. **Capital Social:** Se debe indicar cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como éste se ha conformado.
6. **Tiempo de Duración de la Sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
7. **Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.”¹⁶

¹⁶ HERNANDEZ, Abraham. (2009); *Op. Cit.*; Pág. 83.

Estructura Empresarial

Una parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es la estructura organizativa con la que cuenta, ya que una buena organización permite establecer funciones y responsabilidades a cada uno de los integrantes que la conforman.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

Niveles Jerárquicos de Autoridad: Están definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más los que son propios de toda organización productiva.

En general la empresa tendrá los siguientes niveles:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

Organigramas: Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa. Existen dos tipos de organigramas, estructural y funcional.

Manual de Funciones: El manual de funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la concesión de los objetivos planteados por la organización.

ESTUDIO FINANCIERO

La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos.

Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero, el caso clásico

es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.¹⁷

Inversión y Financiamiento

Inversión.- La inversión se la interpreta como la acción de emplear el capital en negocios productivos, con la intención de obtener beneficios a futuro. Las inversiones se dividen en tres tipos de activos:

- **Activos fijos tangibles.-** Constituyen los bienes de producción de la empresa y generan un gasto de depreciación, excepto los terrenos porque adquieren plusvalía con el tiempo.
- **Activos fijos intangibles.-** Constituyen todos los gastos de la organización antes de la puesta en marcha del proyecto.
- **Capital de trabajo.-** Se constituye en la inversión neta necesaria de una empresa para mantener las operaciones habituales hasta comenzar a tener ingresos ¹⁸

Financiamiento.- El financiamiento se define como la acción de conseguir capital para la creación o funcionamiento de una empresa. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno.

¹⁷SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, Mc Graw Hill Quinta Edición

¹⁸HENDRIKSEN, Eldon "Teoría de la Contabilidad", pag. 337 18 LAWRENCE J, Gitman, fundamentos de la administración financiera, Editorial Harla

- **Capital propio.-** son los que provienen de la emisión y venta de acciones, aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa.
- **Capital ajeno.-** son los que se obtienen de los bancos y Financieras privadas o de Fomento a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

Presupuesto de Operaciones

Es la expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de una empresa en un periodo futuro, considerando los ingresos y egresos que se puedan producir en un periodo de tiempo.

- **Presupuesto de ingresos.-** El presupuesto de ingresos se elabora en base a las proyecciones de los volúmenes de venta del producto que elaborará la empresa y también se obtienen proyecciones de los precios probables para los mismos.
- **Presupuesto de egresos.-** Constituyen los gastos que se producen para la elaboración de un producto durante un determinado periodo, se analizan dos tipos de costos.
 - Costos de producción
 - Costos de operación

El Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es donde la empresa no tiene ganancias pero tampoco pérdidas. Se basa su cálculo en los costos fijos totales, costos variables totales y ventas totales, se calcula en función de la capacidad instalada, producción y ventas.¹⁹

En función de las ventas:
$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)} * 100$$

Dónde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

1 = Constante matemática

CVT = Costo variable total

VT = Ventas totales

En función de la producción:
$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

Dónde:

PVu = Costo de venta unitario

CVu = Costo variable unitario

¹⁹<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>

En función de la capacidad instalada: $PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$

Estado de Pérdidas y Ganancias

Es un documento contable que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y egresos durante un ejercicio, mostrando por consiguiente las pérdidas o ganancias sufridas en las operaciones realizadas en un periodo económico.

Evaluación Financiera

La evaluación del proyecto pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación. Esta evaluación consiste en decidir si el proyecto es factible o no.

Flujo de caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

Valor actual neto (VAN)

El VAN se define como el valor que tienen en la actualidad los diferentes flujos de fondos de un proyecto. Para ello lo que se hace es traer a valor

presente a todos los flujos mensuales futuros en base a la tasa de descuento y se lo suma. Adicionalmente se debe incluir a todos estos flujos el valor de la inversión inicial y el valor de rescate.

Formula:

$$\mathbf{VAN} = \sum \text{Flujos Netos} - \text{Inversión}$$

Tasa interna de retorno (TIR)

Se define a la Tasa Interna de Retorno como aquella tasa en la cual el VAN es igual a cero. También se define como la tasa de rentabilidad del proyecto comparando los flujos mensuales de fondos con la inversión que se requiere.

Formula:

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

Se utiliza la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto, tomando como referencia:

- Si la TIR > que costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto
- Si la TIR = que costo de oportunidad o de capital, la realización de inversión a criterio del inversionista.

- Si la TIR < que costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto

Relación Beneficio / Costo

El indicador beneficio - costo se identifica como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para las decisiones se deberá tomar en cuenta la siguiente:

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

$$\text{Relacion Costo Beneficio} = \frac{\text{VAN de los beneficios}}{\text{VAN de los costos}}$$

Periodo de recuperación del capital (PRC)

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará en desembolso original.²⁰

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversion} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que se supera la inversion}}$$

²⁰MARIÑO TAMAYO, Wilson, 500 ideas de negocios no tradicionales, Tercera Edición, Editorial Ecuador F.B.T., Quito - Ecuador, 2003.

Análisis de la sensibilidad.- El análisis de la sensibilidad de un proyecto se basa en estimaciones, y es indudable que los hechos no ocurrirán exactamente como se han previsto. La finalidad del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible.
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible.

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor}$$

$$Dif.TIR = TIRproy. - NuevaTIR$$

$$\%Var = (Dif.TIR / TIRproy.) * 100$$

$$Sensib. = \%Var. / NuevaTIR$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

De conformidad a la naturaleza y características del proyecto académico ejecutado, fue necesaria la utilización de los siguientes materiales como sustento y aporte al trabajo de campo y a la presentación del informe final de investigación:

- Material bibliográfico.
- Material de oficina.
- Materiales y accesorios informáticos.
- Materiales de demostración y exposición.
- Material de soporte y apoyo logístico.

MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizaron los siguientes métodos de investigación:

- **Método Deductivo:** Parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Este método permitió realizar una descripción de cómo está el mercado en cuanto a la comercialización

de carne de cerdo, cual es el manejo de los proveedores y de la competencia respecto a este tipo de producto, que precio ofrecen a los consumidores, etc., hasta llegar a determinar la factibilidad de la empresa productora y comercializadora de carne de cerdo (cecina) empacada al vacío en la ciudad de Loja.

- **Método Inductivo.-** Permite partir de afirmaciones particulares a otras más generales. Se lo utilizó para en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado inferirlos a la población en estudio en este caso a las familias de la ciudad de Loja.
- **Método Estadístico:** Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Se utilizó en la determinación de la población objeto de estudio y en el cálculo del tamaño de la muestra, así como en la tabulación y análisis de la información obtenida en la investigación de campo, que fue presentada en cuadros y gráficos estadísticos.
- **Método Analítico-Sintético:** Este método implica el análisis y la síntesis, esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Este método se lo utilizó para analizar la información obtenida en la investigación de campo, y luego relacionarla con la realidad actual del fenómeno de investigación, con el objeto de sintetizarla y usarla para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto de factibilidad; estableciendo las conclusiones y recomendaciones pertinentes, a través del análisis y síntesis de datos.

TÉCNICAS

- **Técnica Bibliográfica.-** Esta técnica permitió la recolección de información secundaria la misma que se obtuvo de libros, revistas, folletos, etc., representa un soporte significativo a este trabajo, en la revisión de literatura.
- **La Observación:** Esta técnica se usó para observar las necesidades del mercado potencial, la información obtenida fue analizada con el fin de adquirir elementos de juicio para la explicación y comprobación de los objetivos planteados.
- **La Encuesta.-** Para el presente trabajo de investigación se aplicaron dos tipos de encuestas; la primera a las familias de la ciudad de Loja, para conocer sus gustos y preferencias en cuanto a la cecina; y la segunda a los propietarios de los diferentes establecimientos donde se comercializa este tipo de producto.

POBLACIÓN Y MUESTRA DEMANDA

Para determinar el tamaño de la muestra de la demanda, fue necesario recurrir al Censo Poblacional realizado por el INEC en el año 2010, donde se establece que la población de la ciudad de Loja es de 184.932 habitantes, la que fue proyectada para el año 2014 con una tasa de crecimiento poblacional de 2,65%. A continuación se detallan los datos y cálculos realizados:

Fórmula para la proyección de la población

$$Pf = P_0 (1+r)^n$$

Dónde:

Pf	=	Población final
Po	=	Población actual
i	=	Tasa de crecimiento poblacional
1	=	Constante
n	=	Número de años

$$pf = 184.932(1 + 0,0265)^4 = 205.328$$

A la población de 205.328 habitantes de la ciudad de Loja en el 2014, se la divide para 4, que es el número promedio por familia, se tiene como resultado 51.332 familias, las cuales van a formar parte del presente estudio.

Cálculo del tamaño de la muestra de la demanda.

Fórmula de la muestra

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

Dónde:

n=	Tamaño de la muestra.
N =	Población 51.332
Z =	Nivel de confianza. 95% (1.96)

P = Probabilidad de que el evento ocurra. 50% (0.5)

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra. 50% (0.5)

E = Error permitido. 5% (0.05)

N-1 = Factor de correlación finita.

$$n = \frac{(51.332) (1.96)^2 (0.50)(0.50)}{(51.332 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50)(0.50)} = 381,31$$

n = 381

Se aplicaron 381 encuestas a las familias de la ciudad de Loja.

Distribución Muestral

En el siguiente cuadro se indica el número de encuestas a aplicar por parroquia.

Cuadro 1

Distribución Muestra

Parroquia	Población	%	Numero de encuestas
Sucre	18.469	35,98%	137
San Sebastián	16.934	32,99%	126
El Valle	8.726	17,00%	65
El Sagrario	7.202	14,03%	53
Total	51.332	100,00%	381

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Elaboración: Las Autoras

POBLACIÓN Y MUESTRA OFERTA

La población tomada para la oferta de este proyecto es la integrada por puestos de mercados, micro-mercados, tiendas y supermercados; ya que son estos negocios los que ofrecen carne a las familias de la ciudad de Loja. Según información proporcionada por el Ilustre Municipio del Cantón Loja, están registradas en el 2013, 1176 tiendas, 203 puestos en los distintos mercados, 80 micro - mercados y 5 supermercados, dando una poblacional total de 1.464 negocios. Para conocer la muestra de la oferta se aplicó la siguiente formula:

Fórmula de la muestra

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N = Población 51.332

Z = Nivel de confianza. 95% (1.96)

P = Probabilidad de que el evento ocurra. 50% (0.5)

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra. 50% (0.5)

E = Error permitido. 5% (0.05)

N-1= Factor de correlación finita.

$$n = \frac{(1464) (1.96)^2 (0.50)(0.50)}{(1464 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50)(0.50)} = 304,47$$

$$n = 304$$

Se aplicaron 304 encuestas a los negocios de la ciudad de Loja.

f. RESULTADOS

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA.

Pregunta N°1

¿Cuáles son sus ingresos económicos mensuales?

Cuadro 2

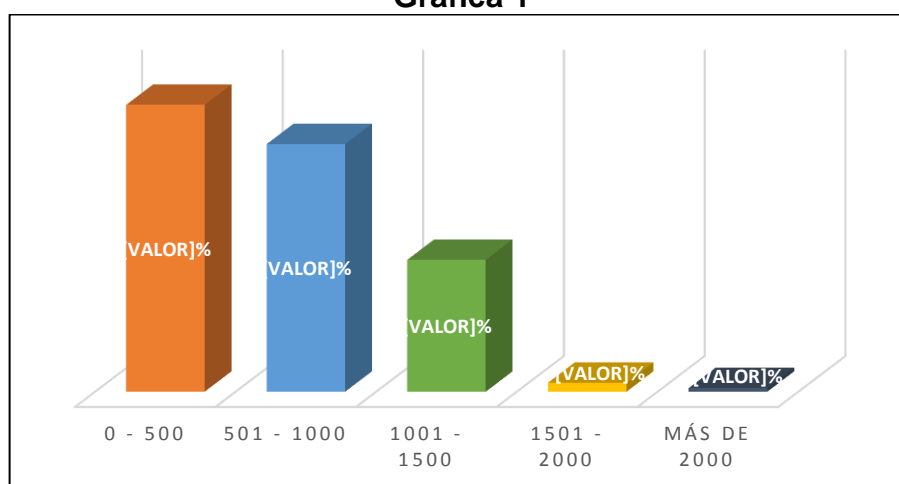
Ingresos Económicos Mensuales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 – 500	161	42,26
501 – 1000	139	36,48
1001 – 1500	74	19,42
1501 – 2000	5	1,31
Más de 2000	2	0,52
Total	381	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Gráfica 1



Análisis e Interpretación: Del total de familias encuestadas se pudo conocer que el 42,26% tienen ingresos entre 0 y 500 dólares, el 36,48% poseen ingreso entre 501 y 1000 dólares, el 19,42% posee ingresos entre 1001 y 1500 dólares, el 1,31% tienen ingresos entre 1501 y 2000 dólares, mientras que el 0,52% posee ingresos mayores a 2000 dólares, lo que nos da a entender que las familias si poseen ingresos como para adquirir la cecina.

Pregunta N°2

¿Dentro de su alimentación, consume usted carne?

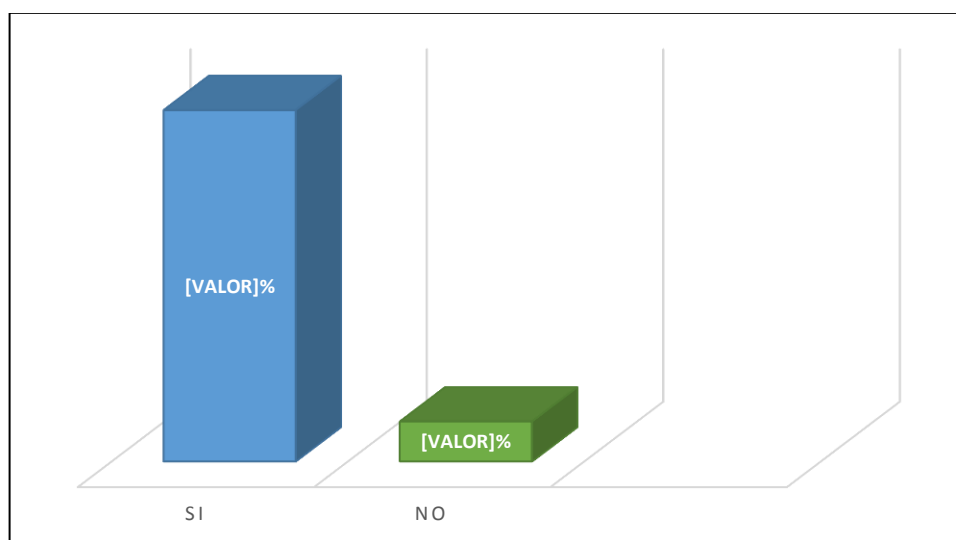
Cuadro 3
Consumo de carne

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	342	89,76
No	39	10,24
Total	381	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 2



Análisis e Interpretación: Con respecto esta pregunta se pudo conocer que el 89,76% si consumen carne en su alimentación, mientras que el 10,24% no lo hace. En esta pregunta encontramos la primera segmentación del mercado, determinando aquí la **demanda potencial**, ya que solo entran en el estudio las familias que consumen carne.

Pregunta N°3

¿Consume usted carne de cerdo?

Cuadro 4

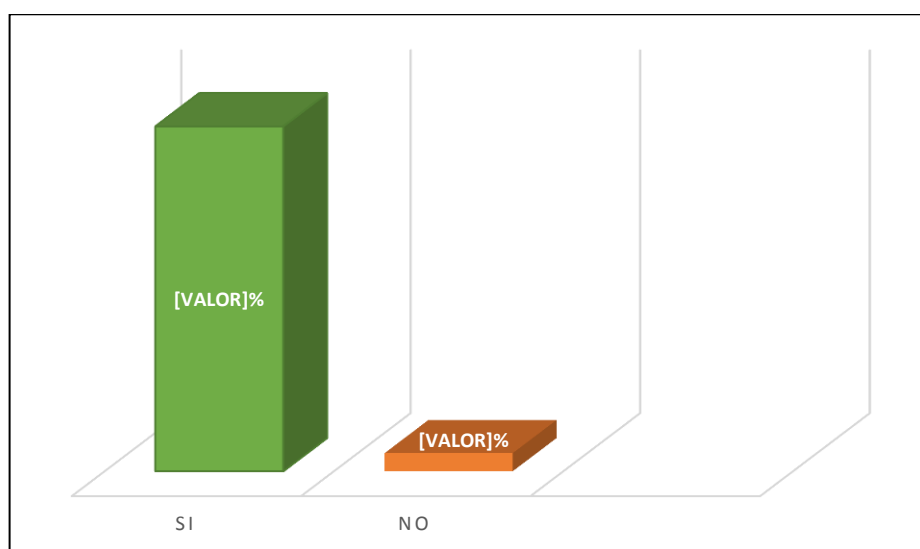
Consumo de carne de cerdo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	325	95,03
No	17	4,97
Total	342	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 3



Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados se pudo conocer que el 95,03% de las familias encuestadas si consumen carne de cerdo, mientras que el 4,97% no lo hace. En esta pregunta encontramos la segunda segmentación del mercado, determinando aquí la **demanda real**, ya que solo entran en el estudio las familias que consumen carne de cerdo.

Pregunta N° 4

¿Cuántas libras de carne de cerdo consume usted semanalmente?

Cuadro 5

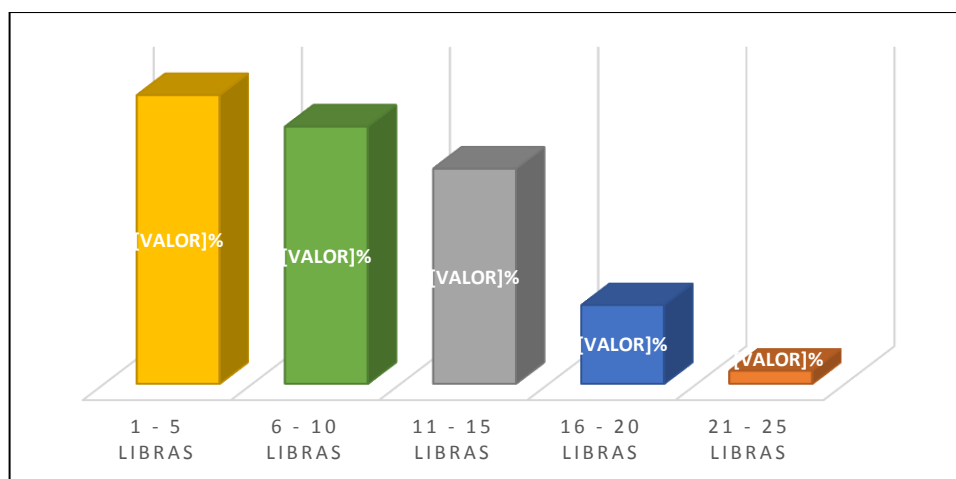
Cantidad de consumo semanal

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 - 5 Libras	110	33,85
6 - 10 Libras	98	30,15
11 - 15 libras	82	25,23
16 - 20 libras	30	9,23
21 - 25 libras	5	1,54
TOTAL	325	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 4



Análisis e Interpretación: Del total de familias encuestadas, el 33,85% compra semanalmente entre 1 y 5 libras de carne de cerdo, el 30,15% adquiere entre 6 y 10 libras, el 25,23% compra entre 11 y 15 libras, el 9,23% compras entre 16 y 20 libras, mientras que el 1,54% restante adquiere entre 21 y 25 libras.

Pregunta N°5

¿Al momento de adquirir carne de cerdo, qué toma en cuenta?

Cuadro 6

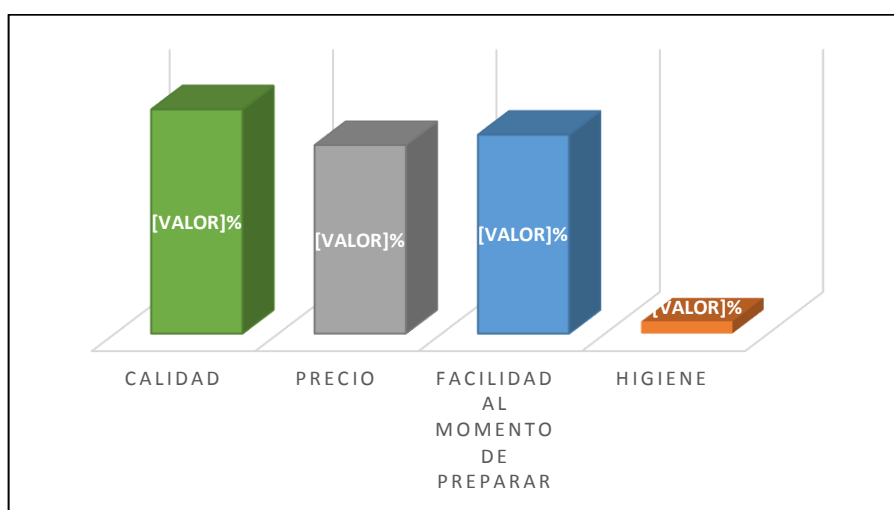
Características que toma en cuenta al momento de comprar

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	301	92,62
Precio	253	77,85
Facilidad al momento de preparar	267	82,15
Higiene	16	4,92

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 5



Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados se pudo conocer que el 92,62% de las familias, al momento de comprar carne de cerdo toma en cuenta la calidad, el 82,15% prefieren que está sea fácil de preparar, es decir que este fileteada y con alineo, el 77,85% se inclinan por el precio, mientras que el 4,92% toman en cuenta la higiene.

Pregunta N°6

¿Cuánto paga usted por una libra de carne cerdo “Cecina”?

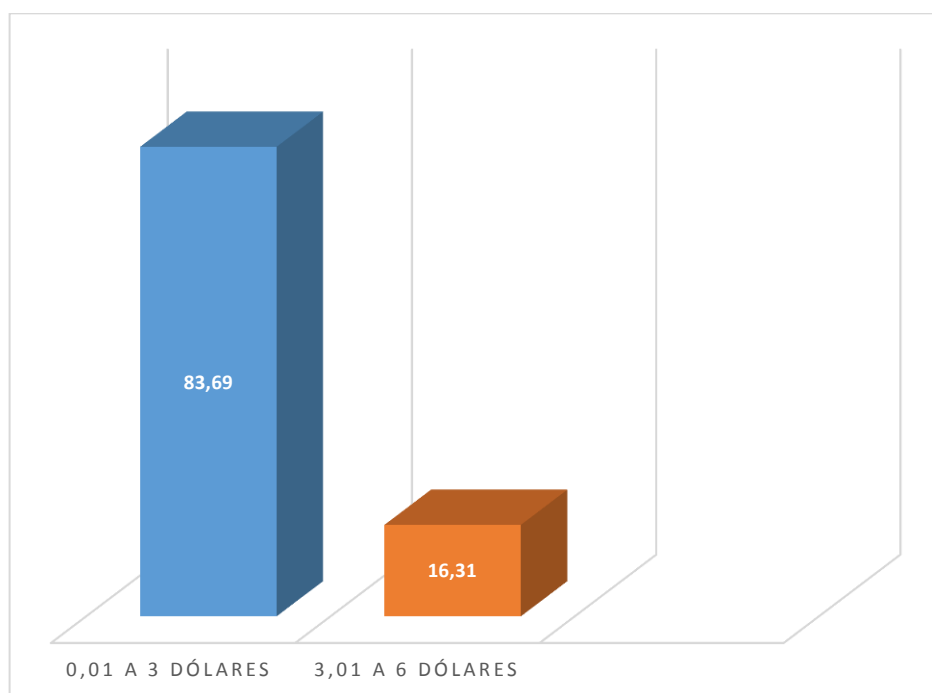
Cuadro 7
Precio por una libra de cecina

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
0,01 a 3 dólares	272	83,69
3,01 a 6 dólares	53	16,31
Total	325	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 6



Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo conocer que el 83,69% paga por una libra de carne de cerdo (cecina) entre 0,01 y 3 dólares, mientras que el 16,31% restante paga entre 3,01 y 6 dólares.

Pregunta N°7

¿La carne de cerdo que consume qué tipo de envase posee?

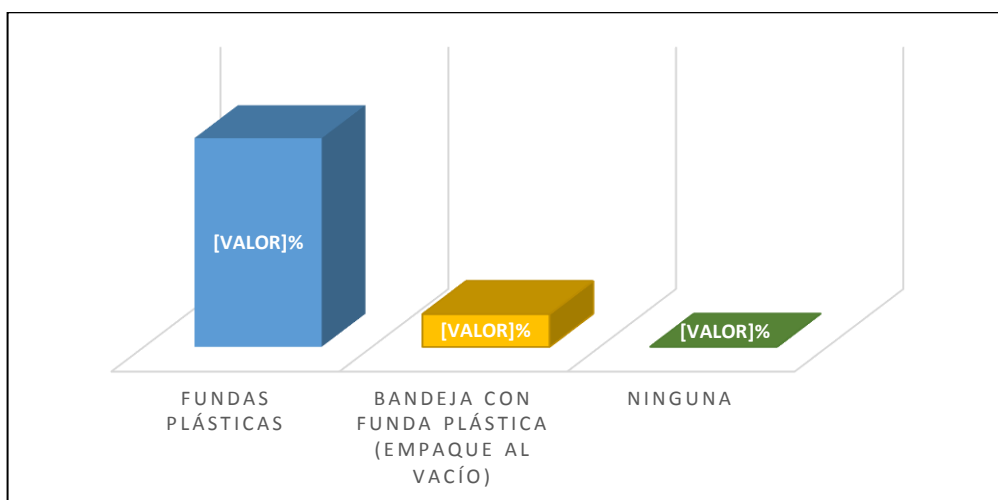
Cuadro 8
Tipo de envase o empaque de la carne

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Fundas Plásticas	281	86,46
Bandeja con funda plástica (empaque al vacío)	44	13,54
Ninguna	0	0,00
Total	325	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 7



Análisis e Interpretación: El 86,46% de las familias encuestadas con respecto a esta pregunta, manifiestas que el tipo de envase o envoltura que tiene la carne de cerdo al momento de comprarla es una funda plástica, mientras que el 13,54% restante dice que la carne que compran es empacada al vacío.

Pregunta N°8

¿A través de que medio se enteró sobre la existencia de este producto?

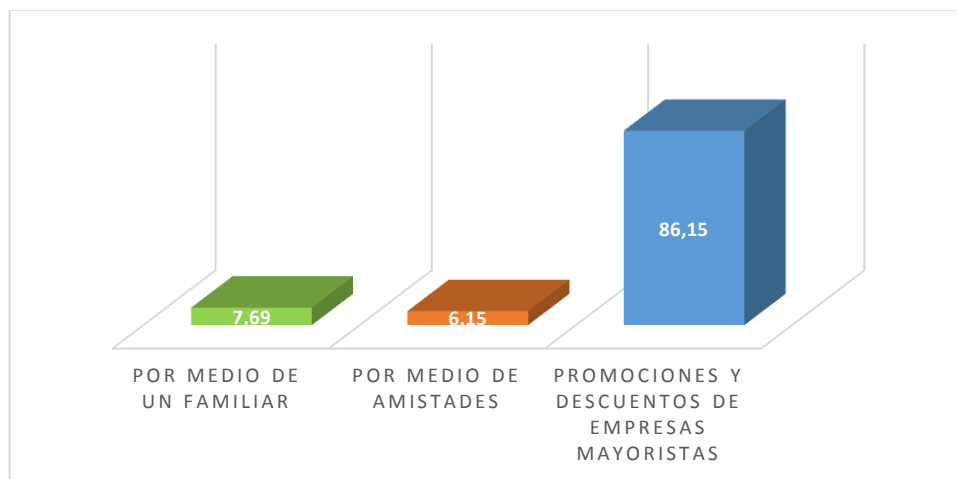
Cuadro 9
Medio por el que se entero

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Por medio de un familiar	25	7,69
Por medio de amistades	20	6,15
Promociones y descuentos de empresas mayoristas	280	86,15
Total	325	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 9



Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados se pudo conocer que el 86,15% de las personas encuestadas no se han enterado por ningún medio, ya que es un producto de consumo masivo y por lo general se lo encuentra en el mercado, el 7,695% manifiesta que fue por medio de un amigo o conocido y el 5,15% dice que fue por medio de un familiar.

Pregunta N°9

Si en la ciudad de Loja se creará una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío. ¿Compraría usted a la nueva empresa?

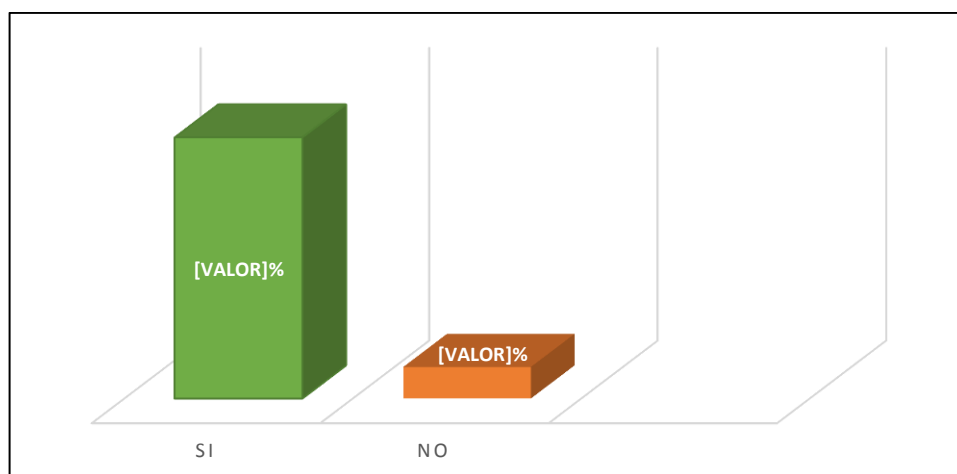
Cuadro 10

Compraría a la nueva empresa

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	290	89,23
No	35	10,77
Total	325	100,00

Fuente: Familias de la ciudad de Loja
Elaboración: Las Autoras

Grafica N°9



Análisis e Interpretación: Con respecto a esta pregunta, el 89,23% de las familias si compraría a la nueva empresa carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío, mientras que el 10,77% restante no lo haría. En esta pregunta determinamos la tercera segmentación de mercado, estableciendo la **demanda efectiva**, pasa a formar parte del presente estudio todas las personas que contestaron afirmativamente.

Pregunta N° 10

¿Para su consumo, en qué lugar le gustaría adquirir la carne de cerdo (cecina)?

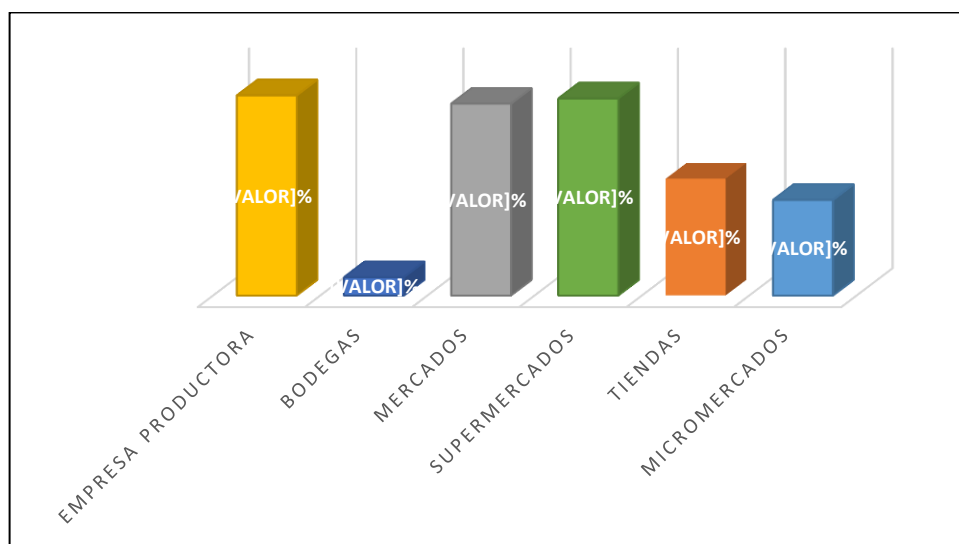
Cuadro 11
Lugar donde adquirir la cecina

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Empresa Productora	264	91,03
Bodegas	24	8,28
Mercados	253	87,24
Supermercados	260	89,66
Tiendas	154	53,10
Micro mercados	126	43,45

Fuente: Familias de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 10



Análisis e Interpretación: El 91,03% de las familias encuestadas dicen que el lugar donde les gustaría adquirir el nuevo producto sea en la propia empresa, el 89,66% que sea en los supermercados, el 87,24% en los mercados, el 53,10% en las tiendas, el 43,45% en los micro mercados y el 8,28% prefiere encontrar este producto en las bodegas.

Pregunta N° 11

¿A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer acerca de la existencia de este nuevo producto?

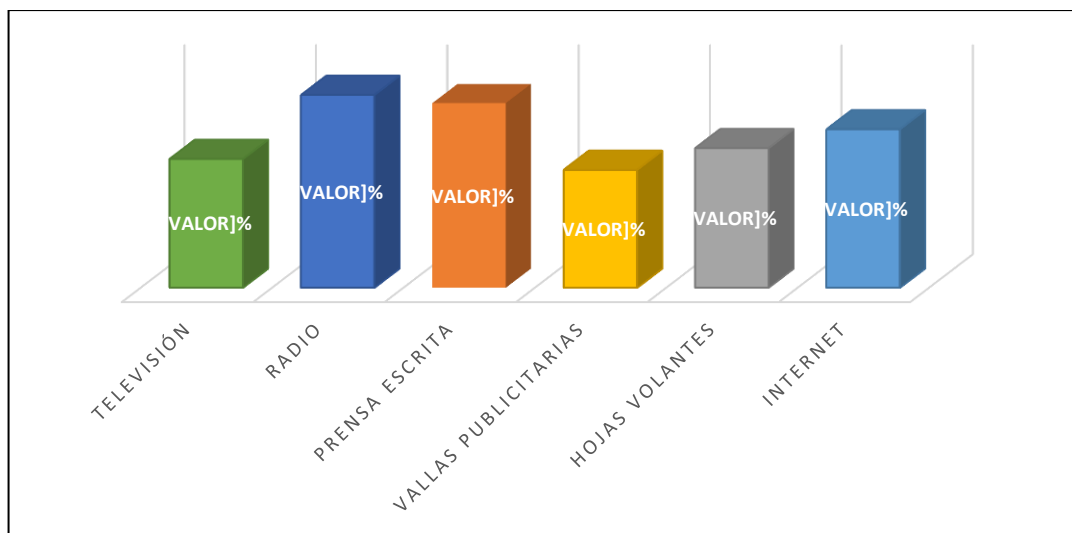
Cuadro N°12
Medios de Comunicación de preferencia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	143	49,31
Radio	214	73,79
Prensa Escrita	205	70,69
Vallas Publicitarias	131	45,17
Hojas Volantes	155	53,45
Internet	176	60,69

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las Autoras

Grafica N°11



Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados se pudo conocer que el 73,79% de las familias encuestadas prefieren la radio para conocer la existencia del nuevo producto, el 70,69% optan por la prensa escrita, el 60,69% por el internet (redes sociales), el 53,45% por las hojas volantes, el 49,31% por la televisión, y el 45,17% restante por las vallas publicitarias.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES DE CARNE DE CERDO DE LA CIUDAD DE LOJA.

Pregunta N°1

¿En su negocio vende usted carne de cerdo (cecina)?

Cuadro 13

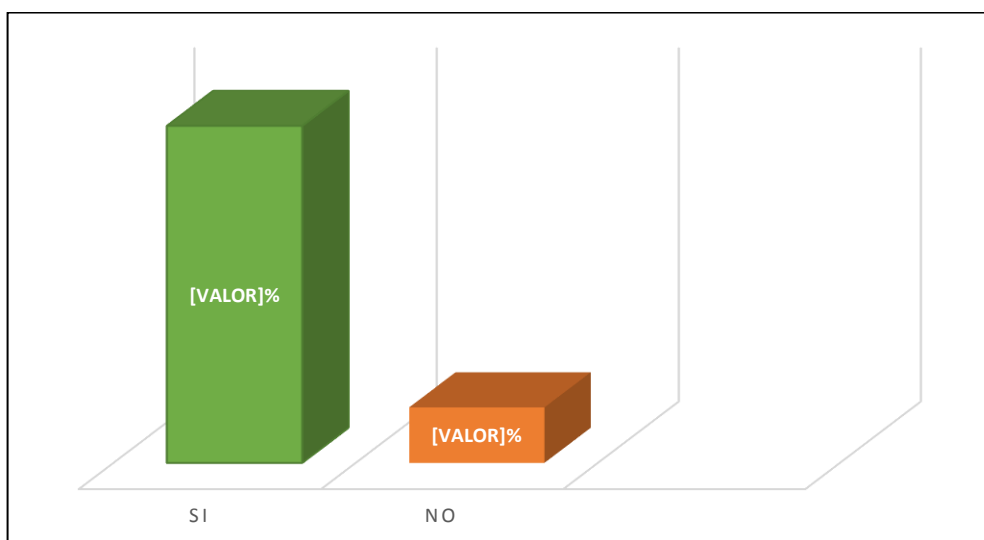
Venta de carne de cerdo cecina

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	261	85,87
No	43	14,13
Total	304	100,00

Fuente: Negocios de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 12



Análisis e Interpretación: 261 negocios que corresponden al 85,87% venden carne de cerdo en su establecimiento, mientras que los 43 negocios restantes que representan el 14,13% no lo hacen.

Pregunta N°2

¿Cuántas libras de carne de cerdo vende usted semanalmente?

Cuadro 14

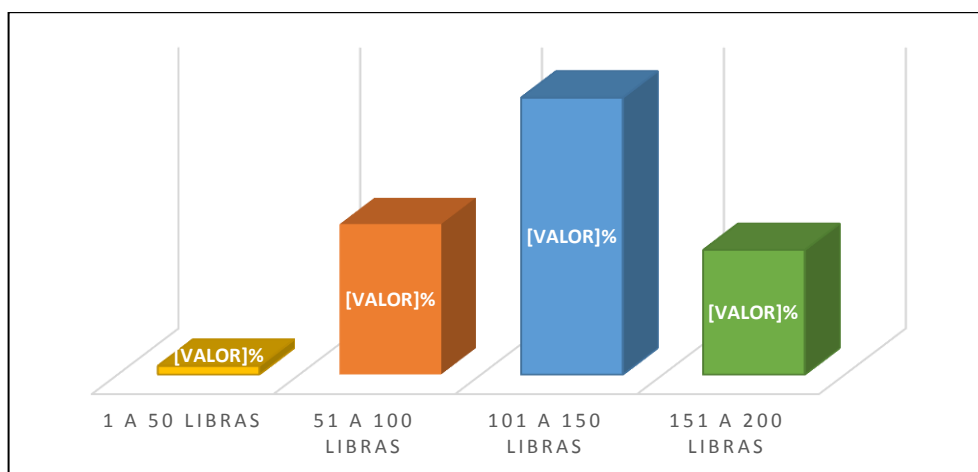
Venta en libras de carne de cerdo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 a 50 libras	4	1,53
51 a 100 libras	70	26,82
101 a 150 libras	129	49,43
151 a 200 libras	58	22,22
TOTAL	261	100,00

Fuente: Negocios de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 13



Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados se pudo conocer que el 49,43% de los negocios venden entre 101 y 150 libras semanales de carne de cerdo, el 26,82% vende entre 51 y 100 libras, el 22,22% entre 151 y 200 libras, mientras que el 1,53% restante vende entre 1 y 50 libras.

Pregunta N°3

¿A qué precio comercializa usted una libra de carne de cerdo (cecina)?

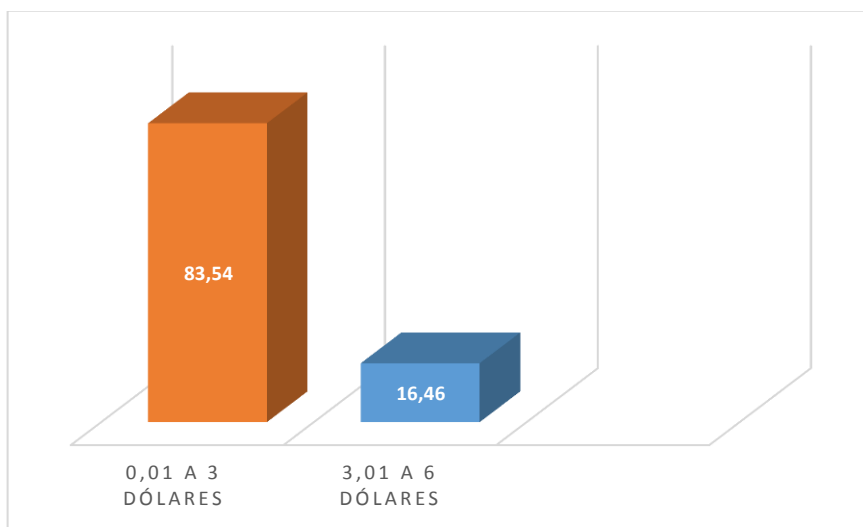
Cuadro 15
Precio por una libra de cecina

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
0,01 a 3 dólares	218	83,54
3,01 a 6 dólares	43	16,46
Total	261	100,00

Fuente: Negocios de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 14



Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados se pudo conocer que el 83,54% de los negocios encuestados venden una libra de carne de cerdo cecina entre 0,01 y 3 dólares, mientras que el 16,46% restante manifiesta que vende el mismo producto entre 3,01 y 6 dólares.

Pregunta N°4

¿En qué tipo de envase o envoltura usted distribuye la carne de cerdo?

Cuadro 16

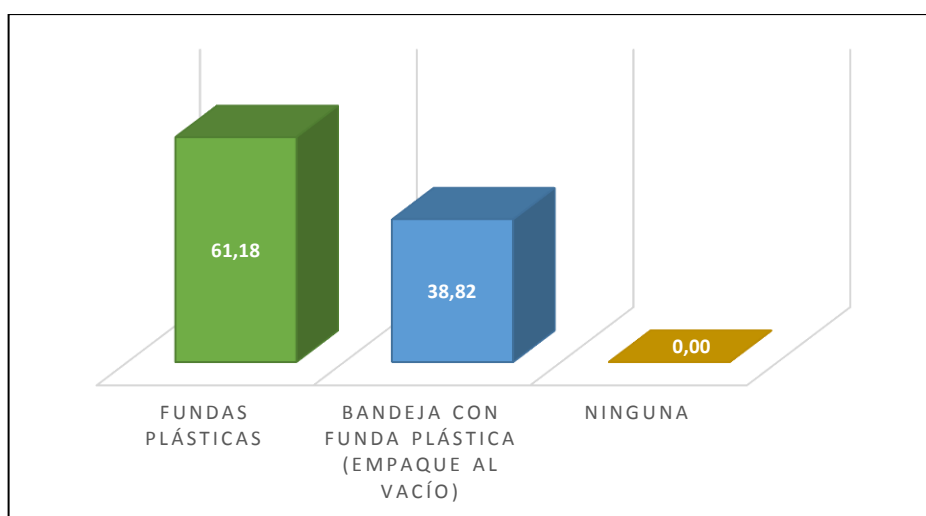
Tipo de envase o empaque de la carne

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Fundas Plásticas	197	61,18
Bandeja con funda plástica (empaque al vacío)	125	38,82
Ninguna	0	0,00
Total	322	100,00

Fuente: Negocios de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 15



Análisis e Interpretación: El 61,18% de las personas encuestadas dicen que el empaque o envoltura en donde ellos venden carne de cerdo son fundas plásticas, mientras que el 12,73% restante dice que la vende en bandeja con funda plástica en la parte superior es decir empacada al vacío.

Pregunta N°5

¿Dónde adquiere usted la carne de cerdo para su distribución?

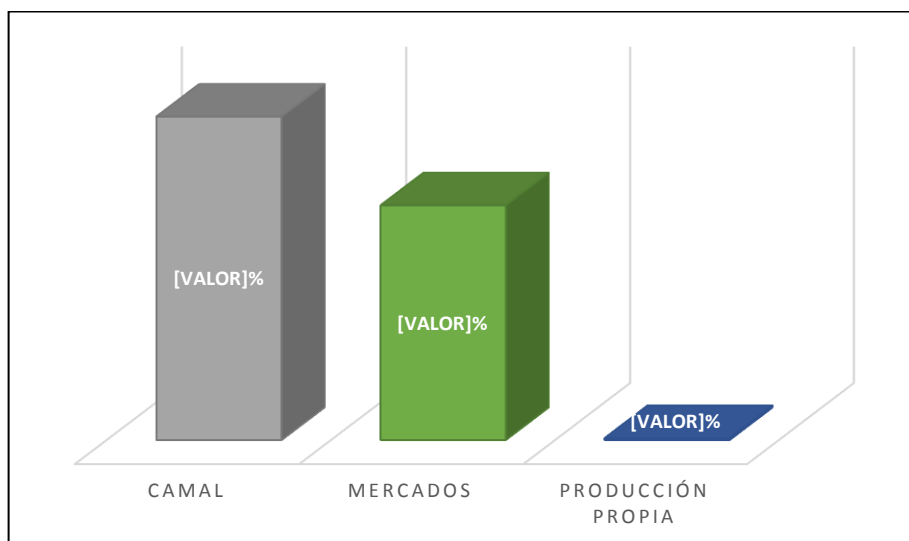
Cuadro 17
Lugar donde adquiere la carne

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Camal	151	57,76
Mercados	109	41,93
Producción propia	1	0,31
TOTAL	261	100,00

Fuente: Negocios de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 16



Análisis e Interpretación: De acuerdo con esta pregunta se pudo conocer que el 57,76% de los negocios compran la carne de cerdo en el camal de la ciudad de Loja, el 41,93% lo hace en los mercados, mientras que el 0,31% vende de su producción propia.

Pregunta N°6

La forma que utiliza para realizar el pago de la carne de cerdo es:

Cuadro 18

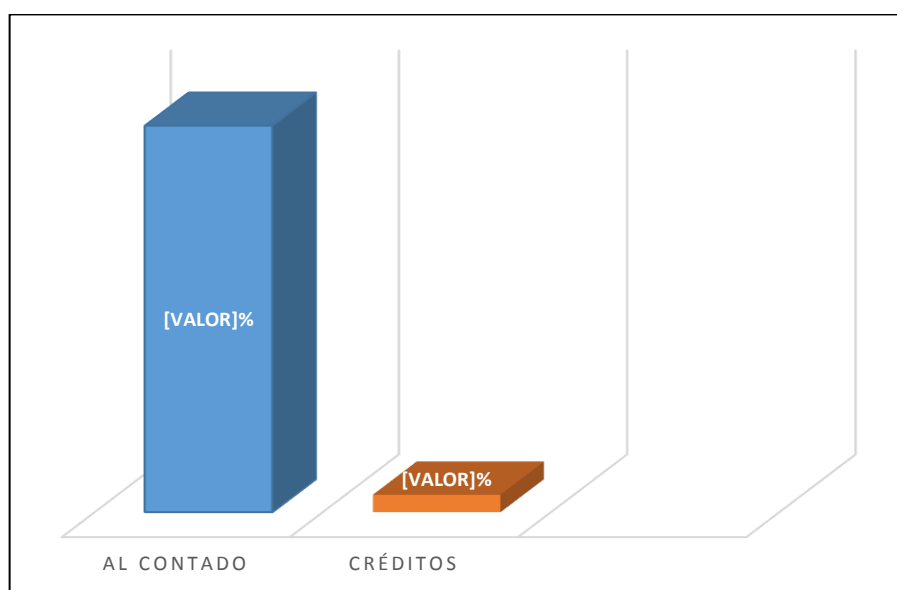
Forma de pago de la carne

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Al contado	250	95,65
Créditos	11	4,35
TOTAL	261	100,00

Fuente: Negocios de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 17



Análisis e Interpretación: El 95,65% de los negocios encuestados dicen que la forma de pago por la carne de cerdo que ellos distribuyen es al contado, mientras que el 4,35% manifiesta que es a crédito.

Pregunta N°7

¿Para dar a conocer sus productos usted realiza publicidad?

Cuadro 19

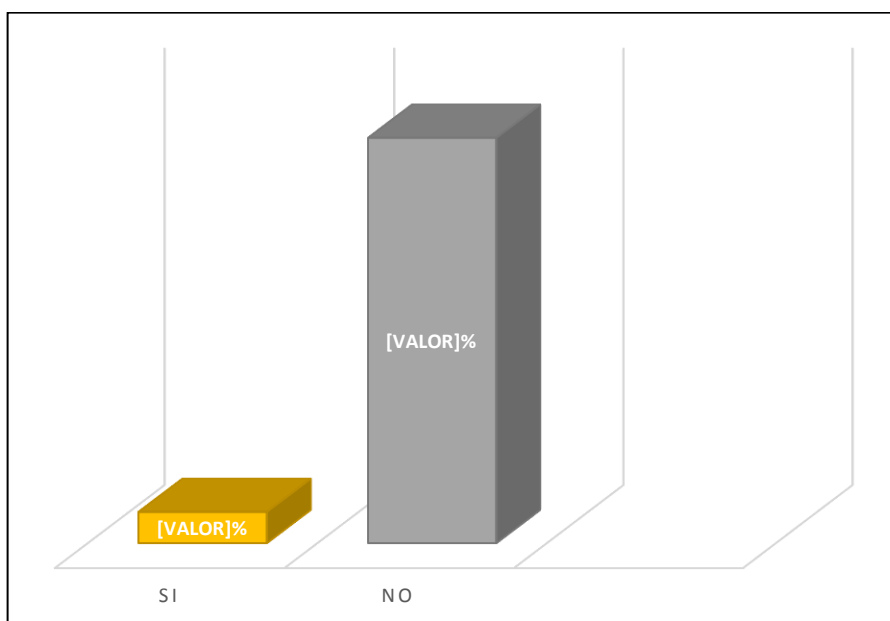
Publicidad para dar a conocer la carne

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	7,14
No	242	92,86
Total	261	100,00

Fuente: Negocios de la ciudad de Loja

Elaboración: Las Autoras

Grafica 18



Análisis e Interpretación: De acuerdo con esta pregunta, se pudo conocer que el 92,86% no realiza publicidad para dar a conocer los productos que distribuye especialmente la carne de cerdo, mientras que el 7,14% restante manifiesta que si realiza publicidad.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado es una herramienta que sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de tiempo determinado, en otras palabras un estudio de mercado permite minimizar los riesgos en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio, por lo tanto en todo proyecto de inversión es de vital importancia.

Entre los factores que se analizan en un estudio de mercado están:

- Promedio de consumo.
- Número de consumidores potenciales, reales y efectivos (Demanda).
- Competidores (oferta).
- Demanda insatisfecha.
- Plan de comercialización.

Para realizar el estudio de mercado del presente proyecto de factibilidad se aplicaron dos encuestas, una a 381 familias de la ciudad de Loja, con el objeto de conocer sus gustos y preferencias en cuanto a carne de cerdo; y otra a 375 propietarios de los diferentes negocios donde se comercializa

este tipo de producto como: tiendas, mercados, micro-mercados, y supermercados.

PROMEDIO DE CONSUMO

Para conocer el promedio de consumo se les preguntó a los encuestados **¿Cuántas libras de carne de cerdo consume usted semanalmente?**, el cálculo del promedio se presenta a continuación.

Cuadro 20
Cantidad de compra

Descripción	Frecuencia	XM	F.XM
1 - 5 Libras	110	$(1+5)/2=3$	330
6 - 10 Libras	98	8	784
11 - 15 libras	82	13	1066
16 - 20 libras	30	18	540
21 - 25 libras	5	23	115
TOTAL	325		2835

Fuente: Cuadro 5

Elaboración: Las Autoras

Aplicando la fórmula del promedio se tiene:

$$X = \frac{\sum F.XM}{N} = \frac{2835}{325} = 8,72 = 9$$

La cantidad de compra de carne de cerdo por parte de las familias de la ciudad de Loja es de 9 libras por semana, a esta cantidad la multiplicamos

por las 52 semanas que tiene el año y obtenemos un promedio de consumo anual de 468 libras.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda, a la cantidad de bienes y servicios que un consumidor está dispuesto a comprar en un determinado tiempo, bajo ciertas condiciones de precio, calidad, capacidad de ingresos y otros factores económicos, con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

La demanda del proyecto está constituida por las familias de la ciudad de Loja, ya que son ellas las que tienen la capacidad y necesidad de adquirir la cecina para su alimentación.

La demanda consta de tres tipos:

- Demanda potencial.
- Demanda real, y
- Demanda efectiva.

Demanda Potencial

Para conocer la demanda potencial del presente estudio, fue necesario aplicar 381 encuestas a las familias de la ciudad de Loja, de las cuales 342 que equivale al 89,76%, consumen carne dentro de su alimentación. En

términos generales de las 51.332 familias registradas en el 2014, solo 46.076 consumen carne, lo que representa la demanda potencial del presente estudio.

En el siguiente cuadro se detalla lo anteriormente dicho.

Cuadro 221

Demanda Potencial Familias

N° de familias 2014	Porcentaje de aceptación	Demandantes Potenciales en estudio
51.332	89,76%	46.076

Fuente: Cuadros 1 y 3

Elaboración: Las Autoras

Demanda Real

La demanda real está directamente relacionada con la demanda potencial, para su determinación fue necesario realizar el siguiente análisis. De los 46.076 demandantes potenciales, se obtiene el 95,03%, porcentaje que representa a las familias que consumen carne de cerdo, se obtiene como resultado 43.786 demandantes reales, todo esto se explica en el siguiente cuadro.

Cuadro 22
Demanda Real Familias

Demandantes Potenciales	Porcentaje de aceptación	Demandantes Reales
46.076	95,03%	43.786

Fuente: Cuadro 4

Elaboración: Las Autoras

Demanda efectiva

Son todas aquellas personas que efectivamente pueden adquirir el bien y/o servicio a la nueva empresa porque tienen todas las condiciones para hacerlo.

Para establecer la demanda efectiva se tomó como referencia el 89,23%, porcentaje de aceptación por parte de los encuestados en adquirir la carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío a la nueva empresa.

Cuadro 23
Demanda Efectiva Familias

Demandantes Reales	Porcentaje de aceptación	Demandantes Efectivos
43.786	89,23%	39.070

Fuente: Cuadro 10

Elaboración: Las Autoras

Demanda efectiva en libras

Para determinar la demanda efectiva en libras se multiplica la demanda efectiva por el promedio de consumo. En el siguiente cuadro se explica lo antes dicho.

Cuadro 24
Demanda Efectiva (Libras)

Demanda Efectiva	Promedio de Consumo (Libras)	Demanda Efectiva (Libras)
39.070	468 libras	18.284.760

Fuente: Cuadro 23

Elaboración: Las Autoras

Cuadro resumen de la Demanda

Cuadro 25

Demanda

AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA POTENCIAL 89,76%	DEMANDA REAL 95,03%	DEMANDA EFECTIVA 89,23%	PROMEDIO DE CONSUMO (libras)	DEMANDA EFECTIVA (libras)
2014	51.332	46.076	43.786	39.070	468	18.284.760
2015	52.692	47.297	44.946	40.105	468	18.769.140
2016	54.089	48.550	46.137	41.168	468	19.266.624
2017	55.522	49.837	47.360	42.259	468	19.777.212
2018	56.993	51.157	48.615	43.379	468	20.301.372

Fuente: Cuadros 19,20,21,22,23

Elaboración: Las Autoras

Nota: La proyección de la demanda fue calculada en base a la tasa de crecimiento de la ciudad de Loja que según el censo del año 2010 es del 2,65%.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La Oferta se define como la cantidad de bienes, productos o servicios que un cierto número de oferentes (productores) ponen a disposición del mercado en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar.

Para el estudio de la oferta se aplicaron 304 encuestas a propietarios de los diferentes negocios donde se comercializa carne de cerdo, con el objeto de obtener referencias acerca del producto que se pretende lanzar al mercado. De los 304 negocios, el 85,87% vende carne de cerdo, es así que del total de 1464 negocios registrados en el 2013, solo 1257 venden carne de cerdo.

Promedio de venta anual

Para conocer el promedio de venta, se preguntó a los encuestados **¿Cuántas libras de carne de cerdo vende usted semanalmente?**

Cuadro 26

Promedio de venta semanal

Descripción	Frecuencia	XM	F.XM
1 a 50 libras	4	$(1+50)/2=25,5$	102
51 a 100 libras	70	75,5	5285
101 a 150 libras	129	125,5	16189,5
151 a 200 libras	58	175,5	10179
TOTAL	261		31755,5

Fuente: Cuadro 14

Elaboración: Las Autoras

Aplicando la fórmula del promedio se tiene:

$$X = \frac{\sum FXM}{N} = \frac{31755,5}{261} = 221,66 = 222$$

En promedio de venta semanal es de 222 libras de carne de cerdo, esta información se la multiplica por las 52 semanas que tiene el año y por los 1.257 negocios, se obtiene una oferta anual de 14.510.808 libras de carne de cerdo.

Proyección de la oferta para los 5 años de vida útil del proyecto.

Para proyectar la oferta se consideran los 5 años de vida útil del proyecto, se toma como base el año 2014 y la tasa de crecimiento de 2,65%, tasa que se utilizó para proyectar la demanda.

Cuadro 27

Oferta carne de cerdo (libras)

AÑOS	OFERTA
2014	14.510.808
2015	14.895.344
2016	15.290.071
2017	15.695.258
2018	16.111.182

Fuente: Cuadro 26

Elaboración: Las Autoras

DEMANDA INSATISFECHA

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

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permite obtener la demanda insatisfecha, esta información es fundamental para el cálculo de la capacidad instalada y utilizada en el estudio técnico.

En el siguiente cuadro se establece la demanda insatisfecha del presente trabajo de investigación.

Cuadro 28
Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2014	18.284.760	14.510.808	3.773.952
2015	18.769.140	14.895.344	3.873.796
2016	19.266.624	15.290.071	3.976.553
2017	19.777.212	15.695.258	4.081.954
2018	20.301.372	16.111.182	4.190.190

Fuente: Cuadros 25, 27

Elaboración: Las Autoras

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para el diseño de las estrategias de mercado para la nueva empresa, se tomará en cuenta los elementos de la mezcla de mercadotecnia (marketing mix) que son: producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

El Producto

El producto desde la perspectiva del consumidor o usuario es cualquier bien/servicio o idea capaz de motivar y satisfacer a un comprador, es el elemento más importante de la estrategia de marketing de una empresa.

El producto que se pretende producir y comercializar es la carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío, garantizando su calidad con el fin de obtener una buena aceptación y rentabilidad de dicho producto en el mercado.

Características:



Nombre de la empresa:

La Delicia

Slogan de la empresa:

La mejor cecina Loja

Etiqueta:



Precio

El Precio del Producto se lo establecerá sobre la base de los costos que incurra la producción, además marginando el porcentaje de utilidad que la empresa planifica recibir, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva del consumidor, y será también un indicador de calidad del producto.

Plaza

Se define como el lugar dónde comercializar el producto o el servicio que se ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Para la comercialización del producto se establece el siguiente canal de comercialización.

Canal Indirecto:



Publicidad

Toda empresa que pretende ingresar a un mercado tiene que enfrentar la competencia, por lo cual debe plantearse interrogantes como: ¿para quién se va a producir?, ¿qué se va a producir?, ¿dónde se va a producir?, por tales razones la empresa debe emprender en una efectiva publicidad, dando a conocer las características, beneficios y ventajas del producto que se oferta. Para incentivar la compra de un bien o servicio se lo realizará a través de los diferentes medios de comunicación.

La empresa pondrá énfasis en los siguientes aspectos para realizar una buena publicidad:

Publicidad en radio: Se la realizara en una emisora de la ciudad de Loja como es Súper Laser por ser la de mayor sintonía.

Prensa escrita, Diario la Hora: Este medio de comunicación tiene buena aceptación por parte de lectores y enunciantes, se realizará una publicación diaria de lunes a viernes para dar a conocer el producto que ofrece la empresa LA DELICIA.

ESTUDIO TÉCNICO

Tiene como objetivo verificar la posibilidad técnico-operativa del procesamiento y comercialización de carne cerdo (cecina) empacada al vacío en la ciudad de Loja, así mismo se realizará el análisis del tamaño, la localización óptima y la ingeniería de la planta.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño cuantifica la capacidad de producción y determina todos los requisitos necesarios para el desarrollo del bien y/o servicio, toma en cuenta la demanda y determina la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

Capacidad Instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que pueden alcanzar los recursos de la empresa en un periodo de tiempo determinado.

La capacidad instalada de la empresa LA DELICIA está relacionada directamente con el proveedor de materia prima, que en este caso será el camal CAFRILOSA, ya que esta empresa cuenta con grandes cantidades de producción (carne de cerdo), así como también el precio que ofrece a mayoristas es el más conveniente, cabe recalcar que del total de la producción el camal solo vende el 25% a una persona natural o jurídica.

A continuación se presenta los volúmenes de producción semanal (carne de cerdo) del camal CAFRILOSA.

Cuadro 29

Producción semanal de carne de cerdo CAFRILOSA

Descripción	Número de porcinos	Peso Promedio	Cantidad/ Libras
Lunes	185	162,5	30.062,50
Martes	73	162,5	11.862,50
Miércoles	107	162,5	17.387,50
Jueves	136	162,5	22.100,00
Viernes	214	162,5	34.775,00
Total semanal			116.187,50
Total anual			1.394.250,00

Fuente: Camal CAFRILOSA

Elaboración: Las Autoras

Para conocer el peso promedio, se preguntó al Dr. Patricio Sotomayor, veterinario y encargado del faenamiento en el camal CAFRILOSA, **¿Cuánto pesa un porcino?**, el cual nos supo manifestar, que pesa en promedio 6,5 arrobas, a esta información se la multiplicó por 25 libras que tiene una arroba y se obtiene un peso promedio de 162,50 libras. Del total de la producción del camal Cafrilosa, se ha considerado acceder al 20% esto es a 278.850 libras, ya que se pueden presentar diversos problemas que impidan acceder al cupo máximo del 25%, es importante también indicar que la empresa solo adquirirá piernas y lomos, ya que son estos los que tienen mayor cantidad de carne. La capacidad instalada de la empresa es de 278.850 libras anuales, a esta información la dividimos para 260 días laborales en el año y tenemos una producción diaria de 1.073 libras.

En cuanto a la maquinaria, se contará con una máquina fileteadora semi-industrial con una capacidad de producción de 130 kilos por hora, es decir,

(130 x 2,2) 286 libras que multiplicado por las 8 horas que laborará la empresa, nos da una producción de 2288 libras.

En relación a la máquina empacadora, tiene una capacidad de producción de 5 empaques por minuto, lo que multiplicado por los 60 minutos y las 8 horas laborables, nos da un total de empacado de 2.400 bandejas de 1 libra.

El congelador tiene una capacidad máxima de 1000 empaques de 1 libra.

Cuadro 30

Capacidad máxima de la maquinaria

Maquina	Número de unidades diarias (8 horas)
Máquina fileteadora semi-industrial	2288 libras
Máquina empacadora	2.400 bandejas de 1 libra
Congelador	1000 empaques de 1 libra

Fuente: Descripciones de la maquinaria

Elaboración: Las Autoras

Una vez determinada la capacidad instalada de la empresa, la misma que es 278.850 libras, se la relaciona directamente con la demanda insatisfecha, es decir que de los 3.773.952, la empresa cubrirá el 7,3888% de dicha demanda. A continuación se detalla lo explicado.

Cuadro 31

Capacidad Instalada de Producción Anual

DEMANDA INSATISFECHA Primer año	PORCENTAJE A CUBRIR	CAPACIDAD INSTALADA Libras
3.773.952	7,3888%	278.850
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA 100%		278.850

Fuente: Cuadro 27

Elaboración: Las Autoras

Capacidad Utilizada

Como en todo proceso productivo, no se puede empezar a trabajar con toda su capacidad debido a varios factores como son: apertura de mercado, acoplamiento del proceso productivo, cantidad de carne de cerdo a la que se puede acceder, capacitación del personal, etc. Por todo ello se planifica comenzar a trabajar con el 80% de la capacidad instalada de la empresa, esto es, en el primero y segundo año de funcionamiento se producirán 223.080 libras, a partir del tercero se utilizará el 85%, es decir una producción de 237.023 libras, el cuarto año se cubrirá el 90%, que corresponde a una producción de 250.965 libras, y finalmente el quinto año se utilizará el 95% de la capacidad instalada, lo que representa 264.908 libras.

Cuadro 32

Capacidad Utilizada de Producción Anual

AÑOS	CAPACIDAD ISTALADA	% DE PARTICIPACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA Libras
1	278.850	80	223.080
2	278.850	80	223.080
3	278.850	85	237.023
4	278.850	90	250.965
5	278.850	95	264.908

Fuente: Cuadro 29

Elaboración: Las Autoras

LOCALIZACIÓN

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta industrial para la elaboración de un determinado producto, y que generalmente se denominan factores de localización, entre los que podemos mencionar: materia prima, terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.

- **Disponibilidad de Materia Prima:** El factor localización al que tiene mayor incidencia en esta clase de empresas, es la disponibilidad de materia prima, por tanto se considera que es de fácil abastecimiento, ya que la ciudad cuenta con el Camal CAFRILOSA como principal proveedor de materia prima.

- **Disponibilidad de Mano de Obra:** En este aspecto es importante indicar que la empresa necesitará mano de obra eficiente y eficaz. Además es necesario manifestar, que el presente proyecto no tendrá ningún tipo de problemas, en cuanto a la movilización de la fuerza de trabajo, ya que donde va estar localizada la empresa existe facilidad de transporte.

Talento Humano para la empresa

✓ **Personal Administrativo**

- Gerente.
- Asesor Jurídico (Temporal).
- Secretaria – Contadora.

✓ **Personal Operativo**

- Jefe de Producción.
- Jefe de Ventas – Chofer.
- Obreros (3).

- **Disponibilidad de Servicios Básicos:** Este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la planta, por lo tanto estos servicios deben ser óptimos.

- ✓ **Agua,** este es uno más de los elementos básicos en el proceso productivo, del cual no se podrá prescindir, es así que tendrá una gran influencia dentro del factor localizacional y su disponibilidad para su utilización.

- ✓ **Energía eléctrica**, Es uno de los factores que inciden en la localización de la empresa, aun en contra de otros factores que puedan indicar una ubicación diferente, aunque la energía eléctrica puede ser transportable a largas distancias, hay casos en que las empresas tienen que obligatoriamente instalar planta propia. La empresa contará con este servicio tan importante.
 - ✓ **Telefonía**, este servicio está a cargo de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, que extiende sus redes para cubrir el servicio a nivel provincial, además como servicios tecnológicos en comunicación, la ciudad de Loja cuenta con telefonía celular.
- **Factores Legales:** Para la correcta ubicación se dispone de una normativa apropiada en cuanto a ordenanzas municipales, en razón de la existencia de terrenos sin prohibiciones legales, hecho que beneficia su implementación.

Macro - Localización de la Empresa

La empresa se ubicará en la ciudad de Loja debido a que existe mercado de consumo y mano de obra calificada; en cuanto a la materia prima será adquirida al camal Cafrilosa. Ponemos a consideración el lugar exacto donde estará ubicada la empresa:

País: Ecuador

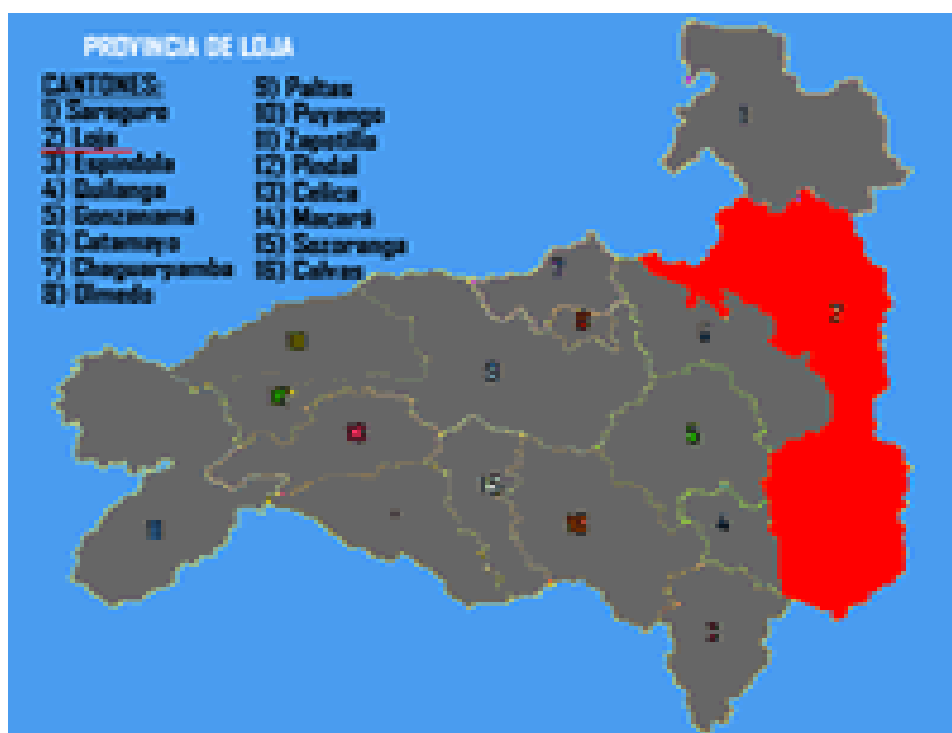
Región: Sur

Provincia: Loja

Ciudad: Loja

Grafico 19

Mapa de la provincial de Loja



Elaboración: Las Autoras

Micro - Localización de la Empresa

Matriz de Valoración

Para la micro-localización se ha considerado tres alternativas de localización que se someterán a la matriz de valoración:

- Opción 1: Parte Norte de la ciudad de Loja

- Opción 2: Parte Centro de la ciudad de Loja
- **Opción 3: Parte Sur de la ciudad de Loja**

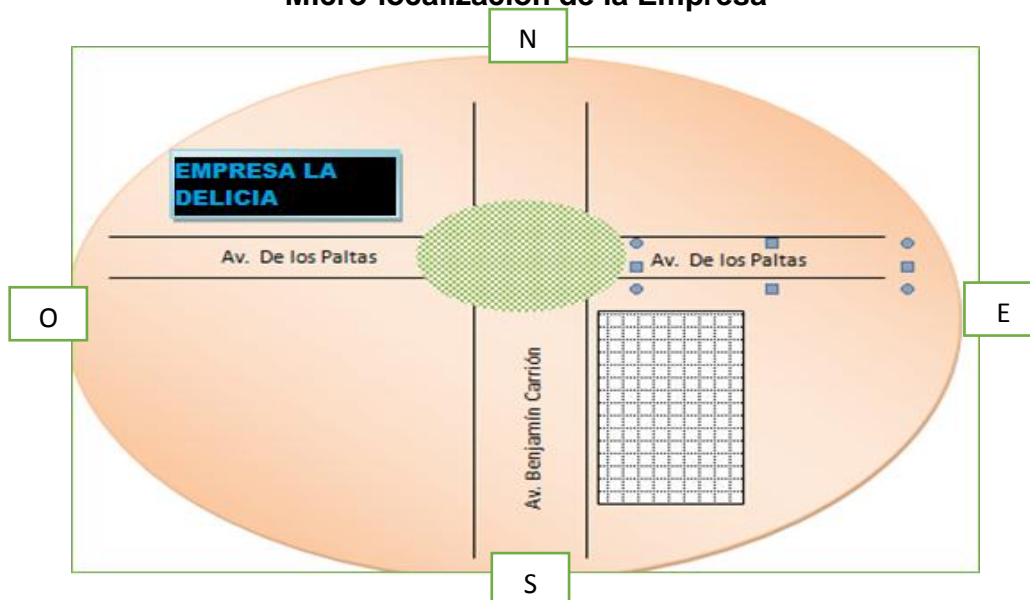
Cuadro 33
Matriz de Valoración

Factores de Localización	Ponderación /100	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Precio del arriendo	100	90	100	90
Cercanía proveedores	100	80	80	100
Infraestructura	90	80	85	90
Abastecimiento de energía	80	75	80	80
Servicio de agua potable	80	80	75	80
Disponibilidad mano de obra	70	70	70	70
Acceso a transporte	60	60	60	60
Comunicaciones	60	60	60	60
Estado de vías	60	55	60	60
Clima social	40	30	35	40
Total	740	680	705	730

La empresa LA DELICIA estará ubicada en la ciudad de Loja, en el sector “EL OPERADOR”, Av. Benjamín Carrión y los Paltas, diagonal al redondel, por ser un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación.

Gráfico 20

Micro-localización de la Empresa



Elaborado por: Las Autoras

Ingeniería del Proyecto

La ingeniería se refiere específicamente a aquella parte donde se determinan las etapas del estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, ayuda a determinar la magnitud de los costos para las inversiones, también permite seleccionar un proceso productivo óptimo que ayude a determinar las necesidades de los equipos, maquinaria, personal, espacios físicos y obras físicas.

Descripción del Proceso Productivo

Para un correcto proceso de producción, se realizan los siguientes pasos:

- 1. Adquisición y Selección de Materia Prima:** La adquisición de las piezas de carne (lomos y piernas) se realizará en el Camal Cafilosa, para la selección se realiza un chequeo manual del producto, con la finalidad de detectar si el olor, color y frescura es el apropiado. Tiempo estimado 18 minutos.
- 2. Corte de piezas:** Se procede a desmembrar las piezas grandes: lomo y piernas, en piezas más pequeñas, de manera que brinde mayor facilidad al momento de limpiarla. Tiempo empleado para el efecto 20 minutos.
- 3. Limpieza de piezas:** Consiste en limpiar las piezas pequeñas de aglomeraciones de grasas, venas, y demás impurezas que contenga la carne pura. Tiempo requerido 20 minutos.
- 4. Filetear la carne:** Consiste en ubicar las piezas de carne más pequeñas en la máquina cortadora para proceder a filetearla, con un espesor de 10 milímetros, que es el más recomendado para su posterior adobo. Tiempo estimado 180 minutos.
- 5. Adobo de la carne:** Utilizando el adobo (aliño preparado) que vende la Industria Lojana de Especerías ILE se procede a adobar la carne de cerdo (cecina). Tiempo empleado para el efecto 20 minutos.

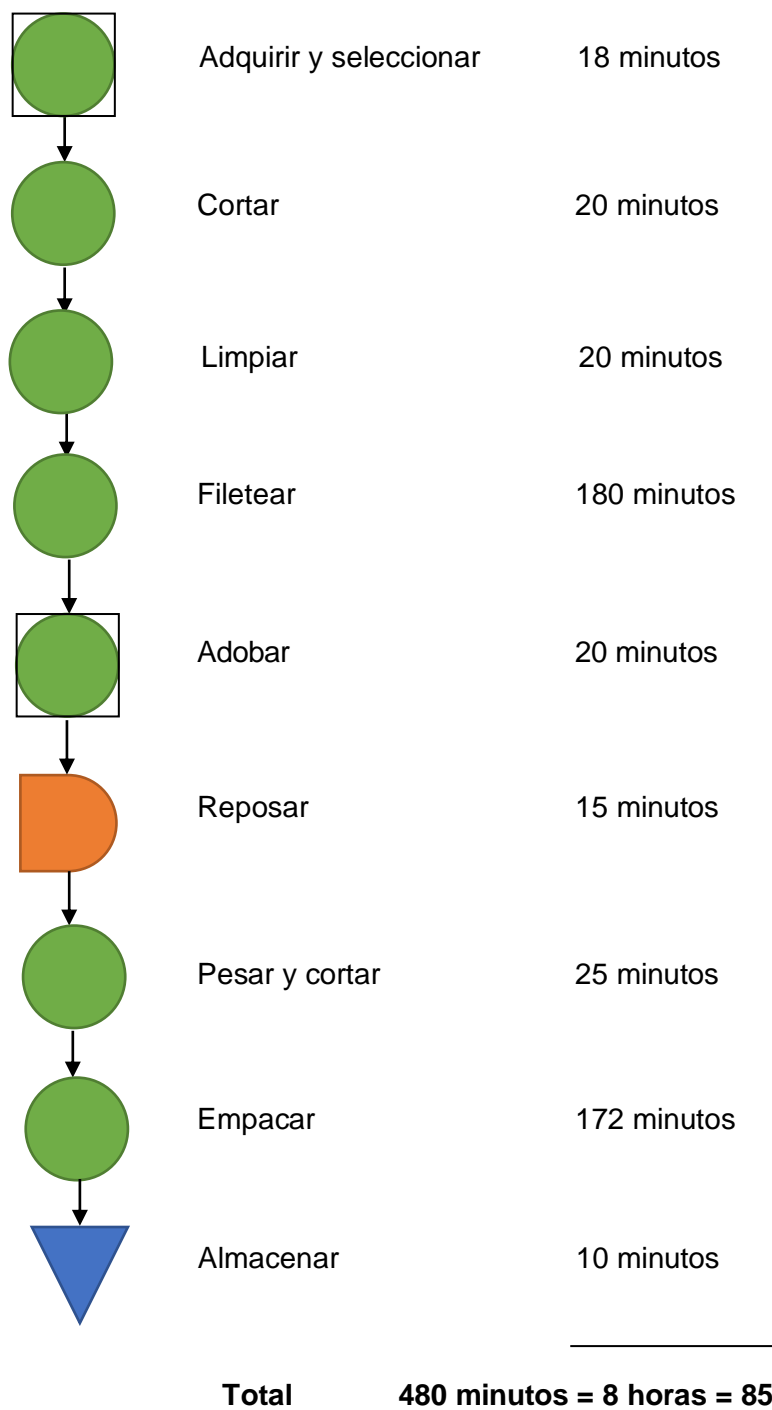
6. **Reposo:** La carne adobado se mantiene en reposo de 15 minutos para que el aliño penetre en la carne.

7. **Pesado y corte:** Con ayuda de una balanza se procede a realizar el pesado de una libra de carne de cerdo ya adobada, la misma que será empacada utilizando el sistema de empaque al vacío. Tiempo estimado 25 minutos.

8. **Empacado:** Utilizando la maquina empacadora al vacío se procede a ubicar 3 bandejas de carne en el repositorio, para que sean ingresadas a la máquina y se proceda al empaque utilizando las fundas requeridas para el empaque al vacío. Tiempo empleado 172 minutos.

9. **Almacenamiento:** La cecina empacada al vacío será almacenada a temperaturas que oscilan entre 0° C a 4° C, hasta el momento de su venta. El tiempo de empacado es de 10 minutos.

Diagrama de procesos para producir 858 libras de carne de cerdo cecina (bandejas de una libra).



DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTOS

Descripción de Maquinaria y Equipo

- Máquina para filetear carne



Características:

- Construidas con chasis compactos indeformables.
- Indicadas para cortar carne fresca con hueso o congelado.
- Efectúa unos cortes limpios gracias a los dispositivos de limpieza de la cinta.
- Se elimina el problema de astillas de los cortes a mano.
- Reduce casi al 50% la merma respecto al corte manual.
- Dotadas de la máxima seguridad (freno motor con parada en > 4 segundos al accionar botón paro o al intentar abrir la puerta).
- Equipadas con apretador basculante.
- Construcción: totalmente en acero inoxidable.
- Motores: diferentes voltajes y frecuencias disponibles

- Capacidad máxima de producción 130 kilos por hora.

- **Máquina empacadora Henkovac E 453**



Características:

Máquina empacadora al alto vacío con estructura en acero inoxidable, multiciclo, doble sello y sello bioactivo, etc., capacidad máxima de producción 5 empaques por minuto.

- **Congelador Horizontal Marca Torrey**



Características:

Ahorro de energía: Bajo uso de energía, mantenimiento mínimo y un compresor de larga vida.

Mayor equipamiento: Incluye canastas deslizables, termostato ajustable, drenaje de descongelamiento y adaptador de manguera.

Amigable con el medio ambiente: Usa refrigerante R-134^a.

Capacidad máxima: 1.000 libras

Descripción de Materia Prima

- **Carne de cerdo (cecina)**



- **Aliño**



- **Bandeja plana desechable**



	Color	Medidas	std.	unid.	caja
Bandeja	Blanco	21,5 * 16	50	0,430	21,50

- **Plástico para empaque al vacío Lacor**



Bobina de plástico para envasar alimentos al vacío de la marca Lacor de 28 cm de ancho x 10 metros de longitud, ha sido especialmente fabricada para su uso con productos alimenticios con todas las prestaciones higiénicas y de resistencia necesarias.

Descripción de muebles y enseres

- ✓ 4 Escritorios
- ✓ 4 sillas giratorias
- ✓ 12 Sillas de espera plegables de hierro
- ✓ 4 Archivadores
- ✓ 5 sillas plásticas
- ✓ Mesa de centro

Descripción de equipo de computación

- ✓ 4 Computadoras de escritorio
- ✓ 4 Impresoras

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de la planta es el lugar en donde se ubicará la maquinaria para la obra física industrial, además se determina la disponibilidad del espacio para todos los puestos de trabajo y sitios de constante actividad. Se debe tomar en cuenta en este punto que es muy importante atender las necesidades que se dan en el movimiento de materia prima, trabajos indirectos y servicios auxiliares.

La distribución física de la planta tiene como objetivo principal localizar la maquinaria de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el

diagrama de proceso de operación. El ordenamiento de la maquinaria en la planta permite la ejecución sin contratiempos de las operaciones y la minimización del transporte del producto en el proceso.

La empresa LA DELICIA distribuirá adecuadamente su planta industrial para facilitar mejores condiciones de trabajo que permitan minimizar económicamente sus operaciones, manteniendo un adecuado sistema de seguridad y bienestar de sus trabajadores y el ordenamiento de la maquinaria en la planta que facilite la ejecución sin contratiempos.

El área del local tendrá un espacio de 100 m², los mismos que serán distribuidos de la siguiente forma:

Oficinas Administrativas

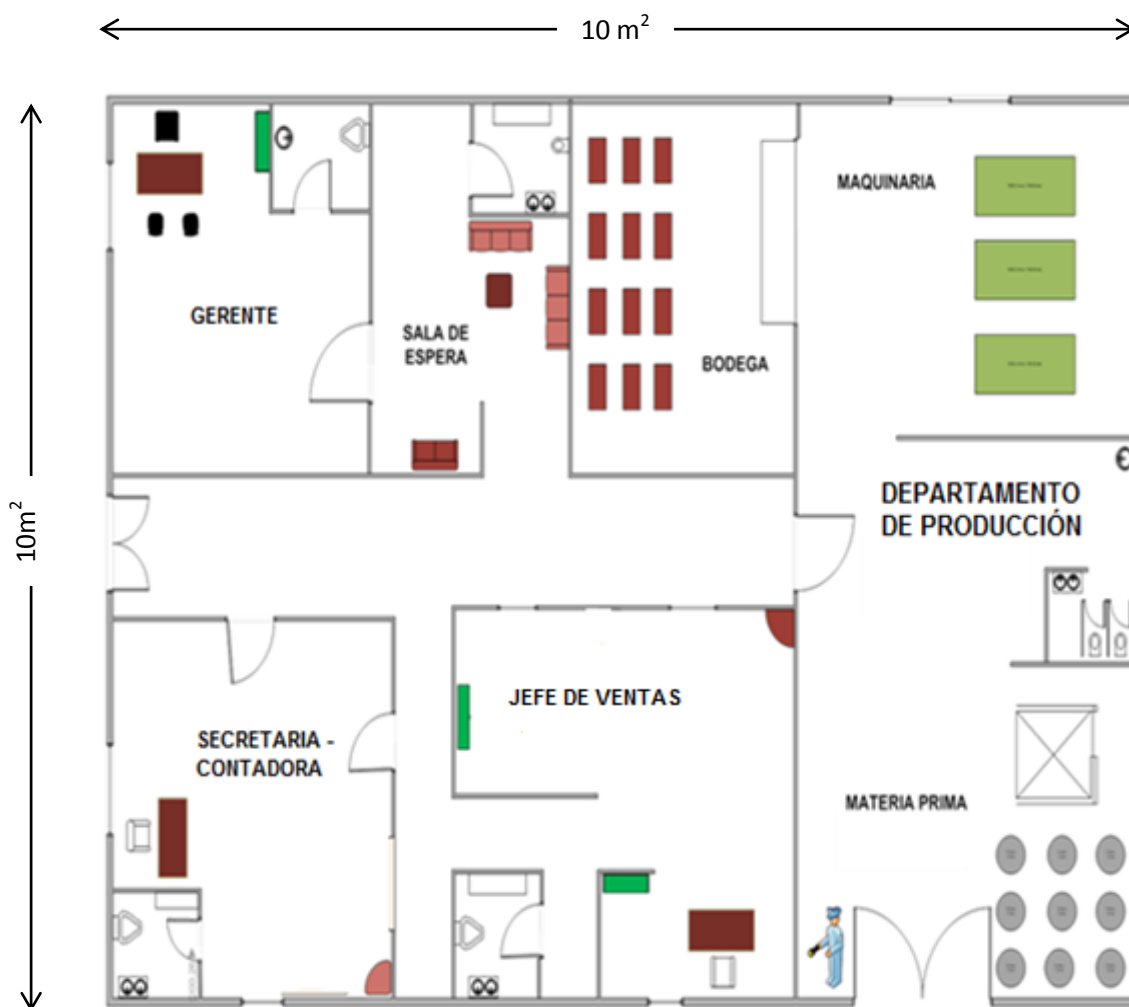
• Gerencia	10 m ²
• Secretaria - Contadora	10 m ²
• Ventas	8 m ²
• Sala de espera	8 m ²
• Sanitarios	4 m ²
• Total	40 m²

Área de Producción

• Recepción de materia prima	8 m ²
• Maquinaria	30 m ²
• Bodega de almacenamiento	18 m ²
• Sanitarios	4 m ²
• Total	60 m²

Gráfico 21

Distribución de la planta de producción



Elaboración: Las autoras

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El análisis administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

MINUTA DE CONSTITUCION DE LA COMPANIA

SEÑOR NOTARIO.- En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, díguese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada “LA DELICIA”, de acuerdo a las siguientes estipulaciones.-

PRIMERA COMPARECIENTES.- Concorre al otorgamiento de esta escritura las señoritas Ana Victoria Morocho Luna, soltera, con cedula de identidad 1104367931; Silvia Janeth Guerrero Ordoñez, soltera, con cedula de identidad 1900570340 y la Sra. Berta Marina Tamay León, casada, con cedula de identidad 1104462914; todas de nacionalidad ecuatoriana, domiciliadas en la Ciudad de Loja, legalmente capaces, sin prohibición para establecer esta compañía; quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA.- Los comparecientes convienen en crear la Compañía “**LA DELICIA**”.

CAPITULO PRIMERO

NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

Art. 1.- La compañía llevara el nombre de “**LA DELICIA**”.

Art. 2.- El domicilio principal de la Compañía es la Ciudad de Loja, en el sector “EL OPERADOR”, Av. Benjamín Carrión y los Paltas, diagonal al redondel.

Art. 3.- La Compañía tiene como objeto principal la producción y comercialización de carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío.

Art. 4.- El plazo de duración de la compañía es de cinco años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil del Cantón Loja; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prolongar su paso si así lo resolviere la Junta General de socios en la forma prevista en la Ley y en este Estatuto.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

Art. 5.- El capital social de la Compañía es de **\$ 65.660,15** USD, el cual será aportado por los socios en partes iguales.

CAPITULO TERCERO

DE LA DISOLUCIÓN Y LA DURACIÓN

Art. 5.- La disolución y liquidación de la compañía se rige por las disposiciones pertinentes de la ley de compañías.

Art. 5.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

Ana Victoria Morocho L.

Silvia Janeth Guerrero O.

Berta Marina Tamay L.

ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

Toda empresa se define como una comunidad integrada por socios, empleados, clientes y terceras personas que de alguna manera se relacionan con esta; todas las relaciones de una empresa están reguladas por la Ley de Compañías a partir de la formación de la compañía como tal. Existen reconocidas en la legislación ecuatoriana varios tipos de compañías: Anónimas, de Responsabilidad Limitada, de Economía Mixta, Comandita Simple y Comandita por Acciones.

Para efectos del presente estudio, y luego de un análisis de los tipos de compañías, se ha llegado a la conclusión que para obtener una mayor eficiencia organizativa de la empresa, esta será una “Compañía de Responsabilidad Limitada”. Para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- **Razón Social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: **“LA DELICIA Cía. Ltda.”**

- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será la Producción y comercialización carne de cerdo (cecina), empacada y preparada al vacío.
- **Domicilio:** La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, en el sector “EL OPERADOR”, Av. Benjamín Carrión y los Paltas, diagonal al redondel.
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren.
- **Duración:** El Plazo de duración para esta empresa es de cinco años a partir de la fecha de su inscripción en el registro mercantil.
- **Capital:** La empresa estará conformada por tres socios, los cuales en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerán el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Niveles Jerárquicos

Los niveles jerárquicos lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posee, independientemente de las funciones que realicen.

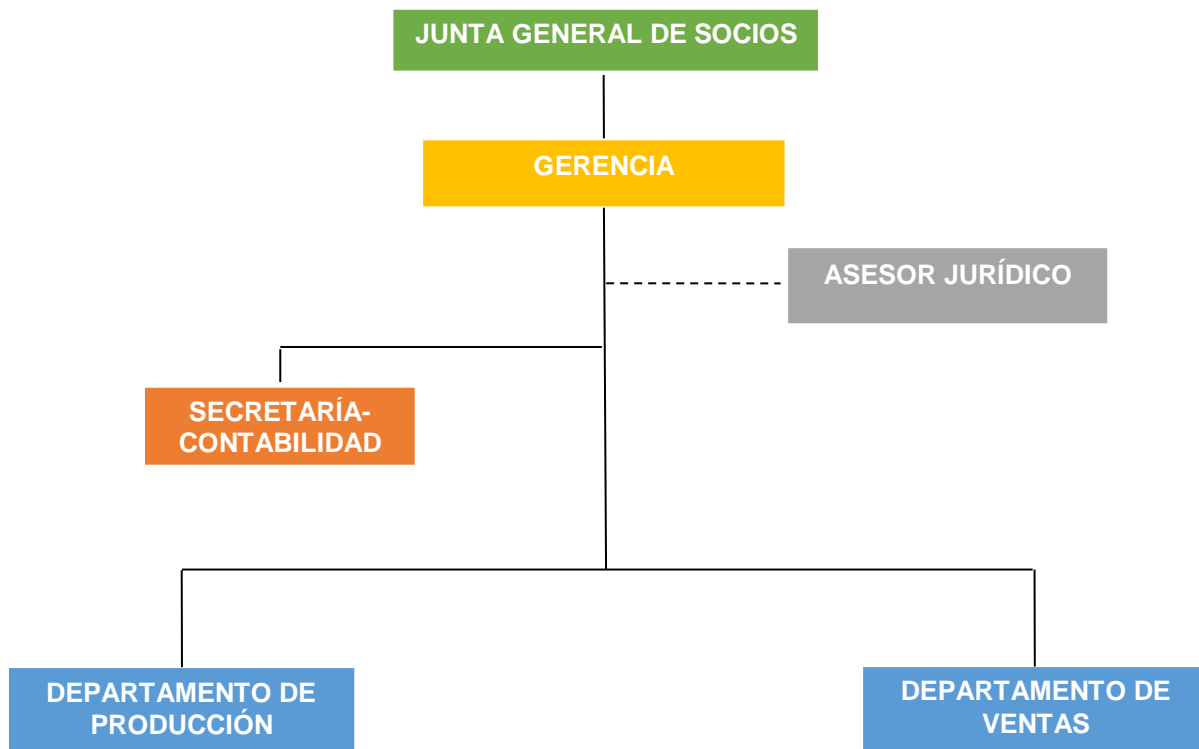
- **Nivel Legislativo:** Representa el primer de autoridad de la empresa lo constituye la Junta General de Socios cuya función es la de legislar sobre la política que debe seguir la empresa, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas y resoluciones.
- **Nivel Ejecutivo:** Es el segundo nivel de autoridad y lo constituye el gerente, este nivel toma decisiones, sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para su fiel cumplimiento.
- **Nivel Asesor:** La empresa tendrá un Asesor Jurídico, en el área legal, quien asesorara al gerente para la constitución de la compañía. Este nivel será temporal, se lo contratara de acuerdo a los requerimientos de la empresa.
- **Nivel Auxiliar:** Este nivel lo integra la secretaria / contadora, la cual servirá de apoyo al nivel ejecutivo, coordinara las actividades con los demás niveles administrativos y se encargara de la contabilidad de la empresa.
- **Nivel Operativo:** Estará integrado por el departamento de producción y ventas, estos serán los responsables directos de ejecutar, las actividades de la empresa.

ORGANIGRAMAS

Un organigrama es una representación gráfica que indica la constitución interna de la empresa, desde el nivel superior hasta el nivel inferior

- **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, permite conocer de manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo aprovechar la organización de la empresa como un todo.
- **Organigrama Funcional:** Es una modalidad de la estructura, consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por la más importante y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA
LA DELICIA CÍA. LTDA.



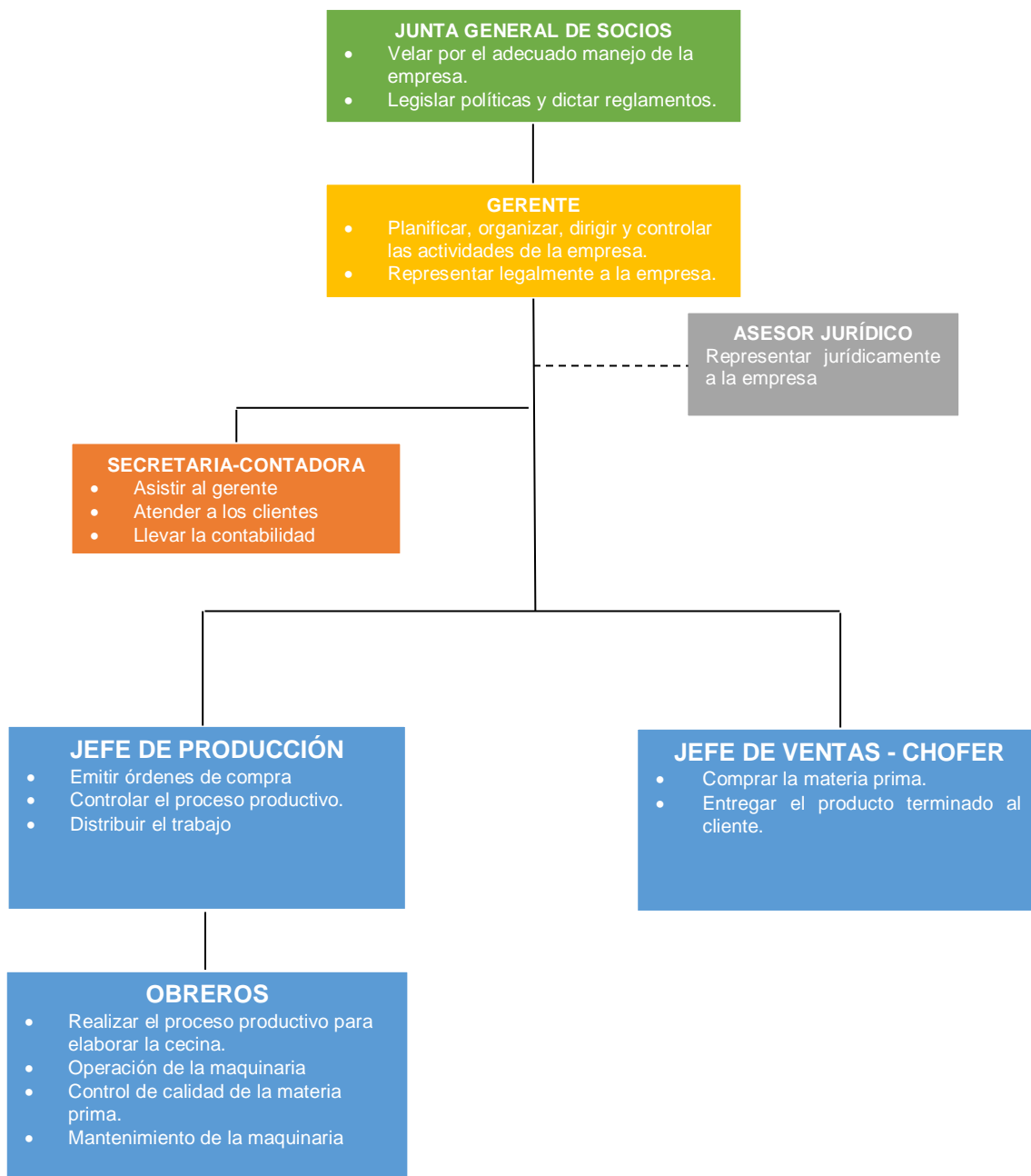
Simbología:

- NIVEL LEGISLATIVO
- NIVEL EJECUTIVO
- NIVEL ASESOR
- NIVEL AUXILIAR
- NIVEL OPERATIVO

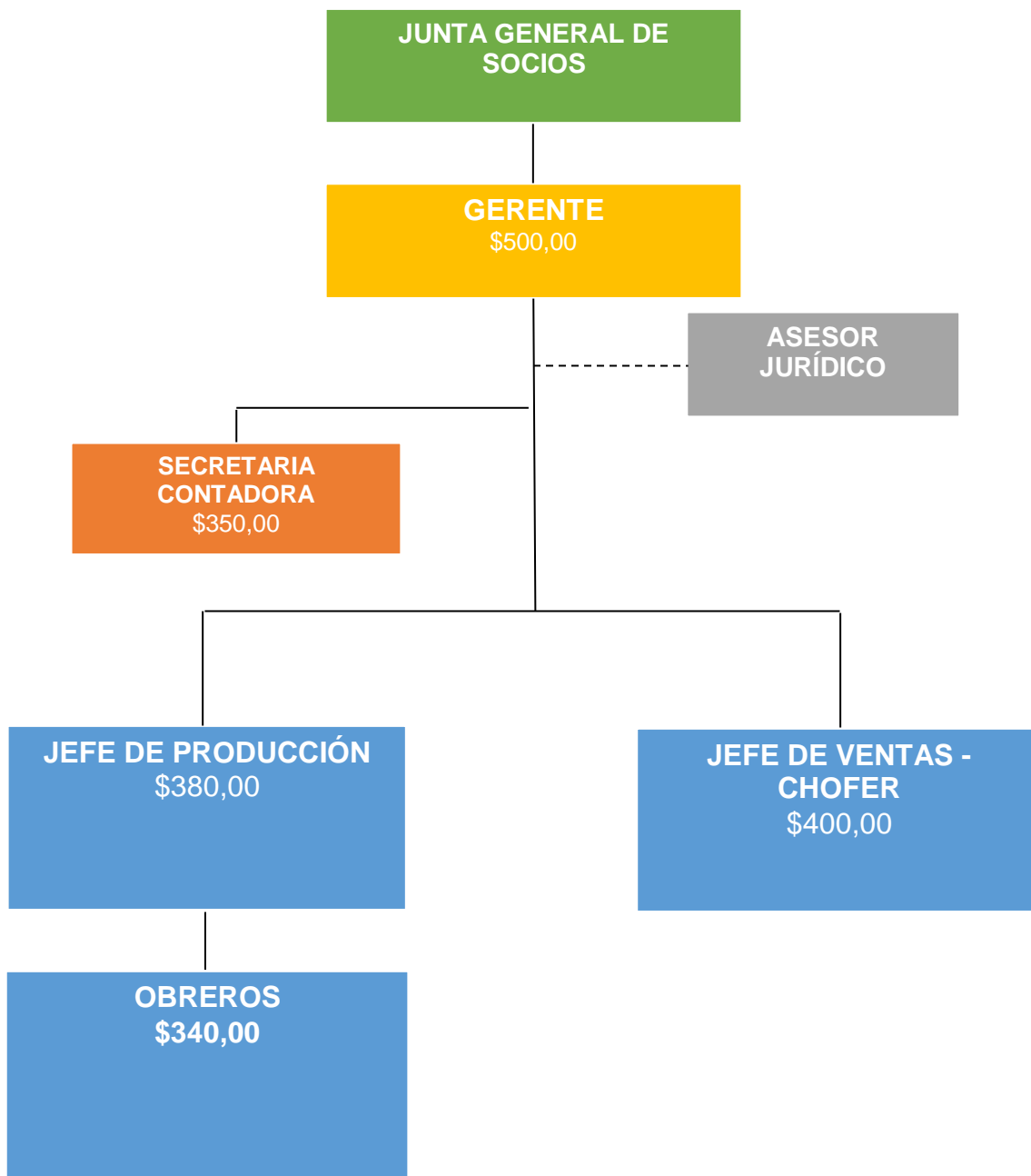
ELABORACIÓN: Las Autoras

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

LA DELICIA CÍA. LTDA.



ELABORACIÓN: Las Autoras

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA**LA DELICIA CÍA. LTDA.**

ELABORACIÓN: Las Autoras

MANUAL DE FUNCIONES

Contiene información básica respecto de las tareas que debe cumplir cada puesto de trabajo o cada nivel administrativo para facilitar una mejor selección del personal para los distintos cargos de la empresa.

Las partes que integran el presente manual de funciones son las siguientes:

- Código
- Título del puesto
- Naturaleza del trabajo
- Funciones
- Características
- Requisitos

A continuación se hace el detalle del Manual de Funciones para los diferentes puestos de trabajo:

Código:	01
Título del Puesto:	Gerente
Nivel Jerárquico:	Ejecutivo

Naturaleza del Trabajo: Realizar toda la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la empresa.

Funciones Típicas:

- Representar legalmente a la empresa.
- Establecer las políticas administrativas y de ventas para lograr las metas previstas de la empresa.
- Hacer cumplir las normas de seguridad e higiene en el trabajo.
- Compensar y remunerar en forma adecuada a los empleados.
- Solicitar información contable-financiera al Contador.
- Autorizar contrataciones o liquidaciones de contratos de trabajo.
- Supervisar las funciones de todos los puestos de trabajo.
- Ordenar la elaboración de los presupuestos.

Características de la clase:

- ✓ Requiere de iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa.
- ✓ Supervisa trabajo del personal que labora en la empresa.

Requisitos mínimos:

- Título en Ingeniería Comercial
- Experiencia mínima 1 año

Código: 02
Título del Puesto: Asesor Jurídico
Nivel Jerárquico: Asesor

Naturaleza del Trabajo: Asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

Funciones Típicas:

- Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- Mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.
- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en procesos contractuales.
- Participar en sesiones de Junta de Socios.

Características de la clase:

- ✓ Requiere de iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa de carácter legal.

Requisitos mínimos:

Educación: Título universitario, Abogado
Experiencia: Dos años en funciones similares.

Código: 03
Título del Puesto: Secretaria-Contadora
Nivel Jerárquico: Auxiliar

Naturaleza del Trabajo: Tramitar documentos e información confidencial de la empresa, ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.

Funciones Típicas:

- Atender directamente a los clientes.
- Manejar caja y comprobación de cobros.
- Ordenar y clasificar comprobantes contables y elaborar el rol de pagos.
- Operar los libros contables.
- Formular las declaraciones fiscales del IVA y SRI.
- Ayudar a la preparación de presupuestos.
- Realizar actividades concernientes a contabilidad computarizada Mónica, Tmax. Visual Fac.
- Y las demás que le asigne el Jefe inmediato superior de acuerdo a las características del puesto.

Características del Puesto:

- Requiere de iniciativa y criterio en la ejecución de su trabajo.
- Conocimientos básicos en computación (hojas de cálculo)

Requisitos mínimos:

- Título en Contabilidad y Auditoría o carreras afines.
- Cursos de computación
- Experiencia de 2 años en labores similares.

Código:	04
Título del Puesto:	Jefe de Producción
Nivel Jerárquico:	Operativo

Naturaleza del Trabajo: Organizar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria y equipo para el personal de obreros en el Departamento a su cargo.

Funciones Típicas:

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores.
- Receptar la materia prima e insumos.
- Controlar de inventarios.
- Organizar actividades para ser desarrolladas en planta.
- Controlar la ejecución de las tareas en cada uno de los miembros subalternos.
- Realizar el control de calidad del producto elaborado.
- Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento.
- Y las demás que le asigne el Jefe inmediato superior de acuerdo a las características del puesto.

Características de la clase:

- Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en este departamento.

Requisitos mínimos:

- Ingeniero Comercial
- Experiencia mínima 1 año

Código:	05
Título del Puesto:	Obrero
Nivel Jerárquico:	Operativo

Naturaleza del Trabajo: Realizar todas las actividades concernientes a la elaboración de la cecina.

Funciones Típicas:

- Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de la materia prima, y dar mantenimiento a la misma.
- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Revisar la cantidad de materia prima a procesar
- Vigilar el proceso productivo.
- Controlar el mantenimiento y conservación del equipo y maquinaria.
- Operar el equipo y maquinaria bajo su cargo
- Y las demás que le asigne el Jefe inmediato superior de acuerdo a las características del puesto.

Características de la clase:

- Requiere de actitud, iniciativa y concentración

Requisitos mínimos:

- Título de Bachiller
- Experiencia mínima 1 año

Código:	06
Título del Puesto:	Jefe de Ventas - Chofer
Nivel Jerárquico:	Operativo

Naturaleza del Trabajo: Es el encargado de recolectar la materia prima, y de entregar el producto final.

Funciones Típicas:

- Realizar planes de venta.
- Receptar las sugerencias de los clientes en cuanto al producto.
- Distribuir el producto final en el lugar donde lo requiera el cliente.
- Dar mantenimiento constante al vehículo.
- Informar las novedades al término de su labor diaria.
- Dar ideas a sus superiores sobre el producto, por estar en contacto directo con el cliente.
- Y las demás que le asigne el Jefe inmediato superior de acuerdo a las características del puesto.

Características de la clase:

El puesto requiere de responsabilidad y de iniciativa propia.

Requisitos Mínimos:

- Tener Licencia tipo C
- Experiencia mínima 2 años.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina cual será el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, la que a su vez permitirá determinar su rentabilidad.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

En este punto se detallan clasificadamente los rubros o las cuentas en que se invertirán los recursos, estos rubros son: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

ACTIVOS FIJOS.

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones, comprenden bienes tangibles que están sujetos a depreciación. Dentro de este género de activos tenemos: maquinaria y equipo, herramientas, muebles y enseres de oficina y

planta, equipo de computación, equipo de oficina, vehículo, e imprevistos, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 34
Inversiones en Activos Fijos

Especificación	Anexos	Valor Total
Maquinaria y equipo	4	\$ 3.600,00
Herramientas	5	\$ 165,00
Muebles y enseres de planta y oficina	6	\$ 1.032,00
Equipo de computación	7	\$ 2.800,00
Equipo de oficina	8	\$ 320,00
Vehículo	9	\$ 10.000,00
Imprevistos 5%		\$ 895,85
TOTAL		\$ 18.812,85

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: Las Autoras

ACTIVOS DIFERIDOS

Al afianzar la idea de formular e implementar un proyecto se debe cubrir con algunos gastos pre-operativos u organizativos, por ello dentro de la inversión en activos diferidos, se agrupan costos por efectos de requerimientos de carácter intangible, no recuperables y con una amortización distribuida en los primeros años de vida del proyecto, cuyo cargo recae en el producto final. En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo; por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

Cuadro 35**Inversiones en Activos Diferidos**

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Estudio y elaboración del proyecto	\$ 300,00
Constitución Legal de la empresa	\$ 350,00
Gastos de organización	\$ 250,00
Permiso de funcionamiento y patente	\$ 300,00
Imprevistos 5%	\$ 60,00
TOTAL	\$ 1.260,00

Fuente: Instituciones Locales

Elaboración: Las Autoras

Amortización de Activo Diferido

La liquidación de los activos diferidos se realiza dividiendo el monto de activos diferidos para los cinco años de duración del proyecto, este proceso se realiza a continuación:

Cuadro 36**Amortización de Activo Diferido**

Denominación	Vida Útil	Monto Amortizar	Valor Anual
Activos Intangibles	5	\$ 1.260,00	\$ 252,00
TOTAL			\$ 252,00

Fuente: Cuadro 33

Elaboración: Las Autoras

ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Se denominan de esta manera, a los valores en que se debe incurrir para proporcionar a la empresa de todos los componentes que hagan posible

laborar con normalidad, permitiendo cubrir todas las necesidades y obligaciones económicas.

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, es importante indicar que el valor de este activo está calculado para un mes, el cual se lo detalla a continuación.

Cuadro 37
Inversiones en Activo Circulante

Descripción	Anexos	Valor Total
Materia Prima Directa	10	\$ 38.104,00
Mano de Obra Directa	11	\$ 1.435,93
Materia Prima Indirecta	12	\$ 370,66
Mano de Obra Indirecta	13	\$ 531,84
Sueldos Administrativos	14	\$ 1.733,29
Servicios Básicos	15	\$ 85,00
Material de Aseo	16	\$ 12,61
Suministros de oficina	17	\$ 49,36
Arriendo	18	\$ 400,00
Mantenimiento de vehículo	19	\$ 100,80
Combustible	20	\$ 33,00
Publicidad	21	\$ 560,00
Imprevistos 5%		\$ 2.170,82
TOTAL		\$ 45.587,30

Fuente: Anexos

Elaboración: Las Autoras

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 38
Inversión Total

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y equipo	\$ 3.600,00
Herramientas	\$ 165,00
Muebles y enseres de planta y oficina	\$ 1.032,00
Equipo de computación	\$ 2.800,00
Equipo de oficina	\$ 320,00
Vehículo	\$ 10.000,00
Imprevistos 5%	\$ 895,85
subtotal	\$ 18.812,85
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudio y elaboración del proyecto	\$ 300,00
Constitución Legal de la empresa	\$ 350,00
Gastos de organización	\$ 250,00
Permiso de funcionamiento y patente	\$ 300,00
Imprevistos 5%	\$ 60,00
subtotal	\$ 1.260,00
ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	\$ 38.104,00
Mano de Obra Directa	\$ 1.435,93
Materia Prima Indirecta	\$ 370,66
Mano de Obra Indirecta	\$ 531,84
Sueldos Administrativos	\$ 1.733,29
Servicios Básicos	\$ 85,00
Material de Aseo	\$ 12,61
Suministros de oficina	\$ 49,36
Arriendo	\$ 400,00
Mantenimiento de vehículo	\$ 100,80
Combustible	\$ 33,00
Publicidad	\$ 560,00
Imprevistos 5%	\$ 2.170,82
TOTAL	\$ 45.587,30
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 65.660,15

Fuente: Cuadros 34, 35, 37

Elaboración: Las Autoras

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo y, en consecuencia a la inversión total del proyecto, se requerirá analizar la manera de financiamiento. El estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, describir los mecanismos mediante los cuales se canalizaran estos recursos hacia los usos específicos del proyecto. De acuerdo con su origen existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Fuente interna - capital propio: Es el capital que aportan los socios y que se utiliza con el fin de obtener utilidades. El monto del capital propio de la empresa será de \$ 35.660,15 dólares.

Fuente externa- capital ajeno: Es un capital pedido a una tasa de interés establecida y que se rembolsará a una fecha específica. Es una obligación a largo plazo que generalmente incurre un riesgo. Para poder adquirir el financiamiento externo, se requerirá acceder a los créditos de entidades financieras particulares, en este caso se utilizará a la institución financiera Banco del Pichincha, ya que las condiciones en las cuales proporciona el respectivo préstamo es sin duda la más conveniente, debido a que la tasa de

interés del 22% es baja, por tanto se accede al préstamo bancario por el monto de \$ 30.000,00 dólares americanos.

Cuadro 39

Financiamiento del Proyecto

Financiamiento	Porcentaje	Valor
Fuente Externa	45,69	\$ 30.000,00
Fuente Interna	54,31	\$ 35.660,15
TOTAL	100,00	\$ 65.660,15

Fuente: Cuadro 38

Elaboración: Las Autoras

AMORTIZACIÓN

La amortización es un procedimiento utilizado para distribuir los costos de los activos fijos e intangibles durante el tiempo en el cual van a derivarse los beneficios.

Cuadro 40
CUADRO DE AMORTIZACIÓN

Monto del préstamo: 30.000,00

Tasa de interés : 22 %

Periodo	Saldo Anterior	Interés	Amortización	Dividendo Semestral	Saldo Actual
0					30000,00
1	30000,00	6600,00	6726,06	126,06	29873,94
2	29873,94	6572,27	6726,06	153,79	29720,16
3	29720,16	6538,43	6726,06	187,62	29532,53
4	29532,53	6497,16	6726,06	228,90	29303,63
5	29303,63	6446,80	6726,06	279,26	29024,38
6	29024,38	6385,36	6726,06	340,69	28683,69
7	28683,69	6310,41	6726,06	415,65	28268,04
8	28268,04	6218,97	6726,06	507,09	27760,95
9	27760,95	6107,41	6726,06	618,65	27142,31
10	27142,31	5971,31	6726,06	754,75	26387,56
11	26387,56	5805,26	6726,06	920,79	25466,76
12	25466,76	5602,69	6726,06	1123,37	24343,40
13	24343,40	5355,55	6726,06	1370,51	22972,89
14	22972,89	5054,04	6726,06	1672,02	21300,87
15	21300,87	4686,19	6726,06	2039,87	19261,00
16	19261,00	4237,42	6726,06	2488,64	16772,37
17	16772,37	3689,92	6726,06	3036,14	13736,23
18	13736,23	3021,97	6726,06	3704,09	10032,14
19	10032,14	2207,07	6726,06	4518,98	5513,16
20	5513,16	1212,90	6726,06	5513,16	0,00
TOTAL	120970,58		134521,12	30000,00	

PRESUPUESTO DE COSTO E INGRESOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Para calcular y presentar los costos de producción y operación del proyecto, se empieza desglosando en rubros parciales agrupándolos en función de su evaluación, la técnica a utilizarse es trabajar a lo largo de la vida útil del proyecto. En todo proyecto es fundamental conocer cuánto va a costar elaborar el producto y que ingreso se tendrá lo que es clave para la implementación de una empresa.

La estimación de los costos para los cinco años del proyecto constituye aspectos básicos para la realización del mismo; aquí se determina la rentabilidad del proyecto así como la valoración de los desembolsos del mismo.

Al iniciar el funcionamiento de la empresa se incurre en algunos gastos, los mismos que están basados en los precios del mercado y también están dados por la inflación, que para este proyecto se ha considerado el 2,70%, del año 2013 (Banco Central del Ecuador).

Cuadro 41
PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	\$ 457.248,00	\$ 469.593,70	\$ 482.272,73	\$ 495.294,09	\$ 508.667,03
Mano de Obra Directa	\$ 17.231,16	\$ 17.696,40	\$ 18.174,20	\$ 18.664,91	\$ 19.168,86
Total Costo Primo	\$ 474.479,16	\$ 487.290,10	\$ 500.446,93	\$ 513.959,00	\$ 527.835,89
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Materia Prima Indirecta	\$ 97.853,18	\$ 100.495,22	\$ 103.208,59	\$ 105.995,22	\$ 108.857,09
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.382,04	\$ 6.554,36	\$ 6.731,32	\$ 6.913,07	\$ 7.099,72
Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00	\$ 324,00
Depreciación de Herramientas	\$ 26,40	\$ 26,40	\$ 26,40	\$ 26,40	\$ 26,40
Depreciación de Vehículo	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Mantenimiento de vehículo	\$ 1.209,60	\$ 1.242,26	\$ 1.275,80	\$ 1.310,25	\$ 1.345,62
Combustible	\$ 396,00	\$ 406,69	\$ 417,67	\$ 428,95	\$ 440,53
Amortización del Activo diferido	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00	\$ 252,00
Total Costo de Fabricación	\$ 108.043,22	\$ 110.900,93	\$ 113.835,79	\$ 116.849,89	\$ 119.945,37
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 582.522,38	\$ 598.191,02	\$ 614.282,72	\$ 630.808,88	\$ 647.781,26
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Sueldo Personal Administrativo y de Ventas	\$ 20.799,50	\$ 21.361,09	\$ 21.937,84	\$ 22.530,16	\$ 23.138,47
Servicios Básicos	\$ 1.020,00	\$ 1.047,54	\$ 1.075,82	\$ 1.104,87	\$ 1.134,70
Materiales de Aseo	\$ 151,31	\$ 155,40	\$ 159,59	\$ 163,90	\$ 168,33
Útiles de oficina	\$ 592,26	\$ 608,25	\$ 624,67	\$ 641,54	\$ 658,86
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 92,88	\$ 92,88	\$ 92,88	\$ 92,88	\$ 92,88
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 51,20	\$ 51,20	\$ 51,20	\$ 51,20	\$ 51,20
Depreciación Equipo de Computación	\$ 622,25	\$ 622,25	\$ 622,25	\$ 622,25	\$ 622,25
Publicidad	\$ 6.720,00	\$ 6.901,44	\$ 7.087,78	\$ 7.279,15	\$ 7.475,69
Total Gastos de Administración y Ventas	\$ 30.049,40	\$ 30.840,05	\$ 31.652,04	\$ 32.485,95	\$ 33.342,38
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	\$ 26.207,86	\$ 25.361,54	\$ 23.486,67	\$ 19.333,19	\$ 10.131,86
Total Gastos Financieros	\$ 26.207,86	\$ 25.361,54	\$ 23.486,67	\$ 19.333,19	\$ 10.131,86
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	\$ 56.257,26	\$ 56.201,59	\$ 55.138,70	\$ 51.819,14	\$ 43.474,24
COSTO TOTAL	\$ 638.779,65	\$ 654.392,61	\$ 669.421,42	\$ 682.628,03	\$ 691.255,50

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Los costos se clasifican en costos fijos y variables como se demuestra a continuación:

COSTOS FIJOS

Está representado por los gastos que incurre la empresa por el solo hecho de existir. Es un gasto que se incurre así no produzca la empresa y normalmente dentro de estos gastos están los administrativos entre otros que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

COSTOS VARIABLES

Los costos variables por su parte están representados por todos los componentes del costo total a excepción del costo fijo, es decir, los costos que están íntimamente relacionados con la capacidad productiva.

Cuadro 42
Costos Fijos y Variables del Proyecto

RUBROS	AÑO 1	
	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO DE PRODUCCIÓN		
COSTO PRIMO		
Materia Prima Directa		\$ 457.248,00
Mano de Obra Directa		\$ 17.231,16
Total Costo Primo		
GASTOS DE FABRICACIÓN		
Materia Prima Indirecta		\$ 97.853,18
Mano de Obra Indirecta	\$ 6.382,04	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ 324,00	
Depreciación de Herramientas	\$ 26,40	
Depreciación de Vehículo	\$ 1.600,00	
Mantenimiento de vehículo		\$ 1.209,60
Combustible		\$ 396,00
Amortización del Activo diferido	\$ 252,00	
Total Costo de Fabricación		
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		
COSTO DE OPERACIÓN		
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		
Sueldo Personal Administrativo y de Ventas	\$ 20.799,50	
Servicios Básicos		\$ 1.020,00
Materiales de Aseo		\$ 151,31
Útiles de oficina		\$ 592,26
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 92,88	
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 51,20	
Depreciación Equipo de Computación	\$ 622,25	
Publicidad	\$ 6.720,00	
Total Gastos de Administración y Ventas		
GASTOS FINANCIEROS		
Interés del préstamo	\$ 26.207,86	
Total Gastos Financieros		
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN		
COSTO TOTAL	\$ 63.078,13	\$ 575.701,51

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas.

$$CUP = \frac{CTP}{\#UP}$$

En Donde:

CUP = Costo Unitario de Producción
CTP = Costo Total de Producción
UP = Número de unidades producidas

$$CUP = \frac{\$ 638.779,65}{223.080} = 2,86$$

$$CUP = 2,86$$

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (PVP)

Para establecer el precio de venta al público se debe considerar siempre como base el costo unitario de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad que en este caso será del 10%.

$$PVP = CUP + MU$$

$$PVP = 2,86 + (0,29) 10\%$$

$$PVP = 3,15$$

En Donde:

PVP = Precio de Venta al Público
CUP = Costo Unitario de Producción
MU = Margen de Utilidad

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de la producción, para la proyección de los ingresos se toma en cuenta la tasa de inflación del año 2013, la misma que es de 2,70%, en el siguiente cuadro se puede observar el detalle de los ingresos.

Cuadro 43

Ingresos para los 5 Años de Vida Útil del Proyecto

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	PVP	INGRESOS TOTALES
1	223.080	\$ 3,15	\$ 702.657,61
2	223.080	\$ 3,23	\$ 721.629,37
3	237.023	\$ 3,32	\$ 787.434,61
4	250.965	\$ 3,41	\$ 856.263,85
5	264.908	\$ 3,50	\$ 928.239,33

Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: Las Autoras

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias. Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas.

PRIMER AÑO:**Forma Matemática:****1. En Función de Ventas.**

$$PE = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{VentasTotales}}} = \frac{\$ 63.078,13}{1 - \frac{\$ 575.701,51}{\$ 702.657,61}} = \$ 349.115,41$$

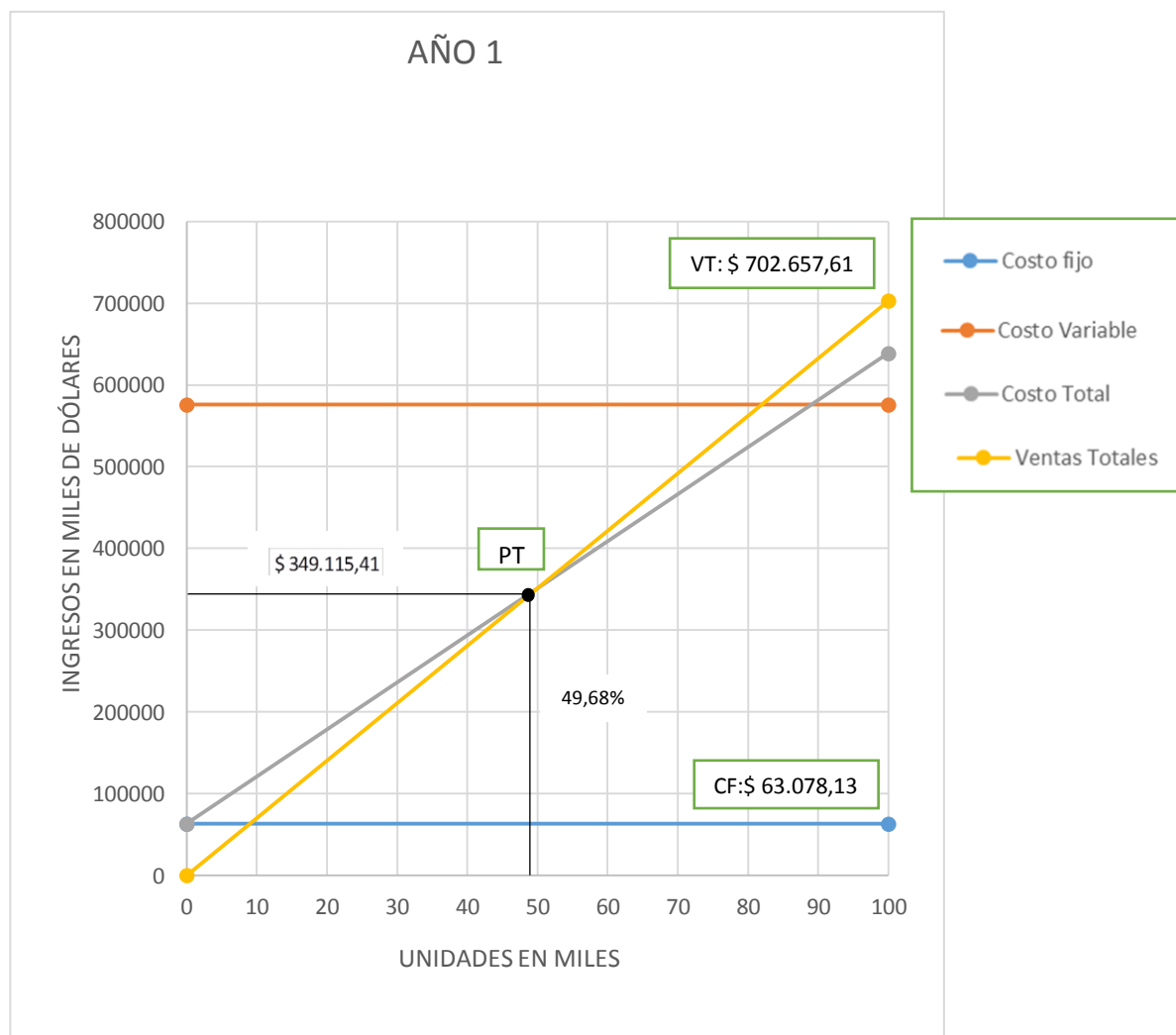
2. En Función de la Capacidad Instalada.

$$PE = \frac{\text{CostoFijo}}{\text{VentasTotales} - \text{CostosVariables}} * 100 = \frac{\$ 63.078,13}{\$ 702.657,61 - \$ 575.701,51} * 100 = 49,68\%$$

Forma Gráfica:

La representación gráfica del punto de equilibrio para la empresa se presenta a continuación:

Gráfico 21
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA
Y LAS VENTAS



Análisis: El punto de equilibrio, es decir, el punto donde la empresa no genera ganancias ni presenta pérdidas, se produce cuando la empresa utiliza el 49,68% de su capacidad instalada o cuando obtiene ingresos por ventas de \$349.115,41 dólares. A partir de estos valores la empresa comienza a obtener utilidades. Por debajo de ellos se producen pérdidas.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un estado financiero que tiene como finalidad mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio contable, clasificándolos de acuerdo a las principales operaciones del negocio y mostrando las ganancias o pérdidas obtenidas.

Cuadro 44

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$ 702.657,61	\$ 721.629,37	\$ 787.434,61	\$ 856.263,85	\$ 928.239,33
Valor Residual			\$ 933,24		\$ 2.097,00
Total ingresos	\$ 702.657,61	\$ 721.629,37	\$ 788.367,85	\$ 856.263,85	\$ 930.336,33
EGRESOS					
Costo de Producción	\$ 582.522,38	\$ 598.191,02	\$ 614.282,72	\$ 630.808,88	\$ 647.781,26
Costos de Operación	\$ 56.257,26	\$ 56.201,59	\$ 55.138,70	\$ 51.819,14	\$ 43.474,24
Total Egresos	\$ 638.779,65	\$ 654.392,61	\$ 669.421,42	\$ 682.628,03	\$ 691.255,50
Utilidad Gravable	\$ 63.877,96	\$ 67.236,75	\$ 118.946,42	\$ 173.635,82	\$ 239.080,83
15% Para Trabajadores	\$ 9.581,69	\$ 10.085,51	\$ 17.841,96	\$ 26.045,37	\$ 35.862,13
Utilidad Antes de Impuestos (UAI)	\$ 54.296,27	\$ 57.151,24	\$ 101.104,46	\$ 147.590,45	\$ 203.218,71
25% Impuesto a la Renta	\$ 13.574,07	\$ 14.287,81	\$ 25.276,12	\$ 36.897,61	\$ 50.804,68
Utilidad Antes de Reserva Legal	\$ 40.722,20	\$ 42.863,43	\$ 75.828,35	\$ 110.692,83	\$ 152.414,03
10% Reserva Legal	\$ 4.072,22	\$ 4.286,34	\$ 7.582,83	\$ 11.069,28	\$ 15.241,40
UTILIDAD NETA	\$ 36.649,98	\$ 38.577,09	\$ 68.245,51	\$ 99.623,55	\$ 137.172,63

EVALUACIÓN FINANCIERA

A través de este análisis los inversionistas pueden decidir si la factibilidad del proyecto es o no positiva. Esto es posible conocer combinando operaciones matemáticas con la finalidad de obtener coeficientes de evaluación basados en valores actuales de ingresos y gastos para proyectarlos.

Para realizar evaluación financiera hay varios criterios, entre los que tenemos: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio-Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC), Análisis de Sensibilidad (AS). El primer paso para poder realizar la evaluación financiera, es obtener el Flujo de Caja; en base a los resultados que este arroje, se calcularán y se aplicarán los criterios para evaluar el proyecto.

Flujo de Caja

Es uno de los elementos básicos en el estudio de un proyecto. Este Estado Financiero muestra el cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente de efectivo de la empresa. El flujo de caja se obtiene de la diferencia entre ingresos y egresos totales de cada uno de los años de vida útil del proyecto.

Cuadro 45
FLUJO DE CAJA PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 702.657,61	\$ 721.629,37	\$ 787.434,61	\$ 856.263,85	\$ 928.239,33
Crédito Banco del Pichincha	\$ 30.000,00					
Capital propio	\$ 35.660,15					
Valor de rescate				\$ 799,92		\$ 2.484,80
Total de ingresos	\$ 65.660,15	\$ 702.657,61	\$ 721.629,37	\$ 788.234,53	\$ 856.263,85	\$ 930.724,13
EGRESOS						
Activo Fijo	\$ 18.812,85					
Activo Diferido	\$ 1.260,00					
Activo Circulante	\$ 45.587,30					
Presupuesto de operación		\$ 638.779,65	\$ 654.392,61	\$ 669.421,42	\$ 682.628,03	\$ 691.255,50
Depreciación y Amortización diferida		\$ 2.968,73	\$ 2.968,73	\$ 2.968,73	\$ 2.968,73	\$ 2.968,73
15% Utilidad a los trabajadores		\$ 9.581,69	\$ 10.085,51	\$ 17.841,96	\$ 26.045,37	\$ 35.862,13
25% Impuesto a la Renta		\$ 13.574,07	\$ 14.287,81	\$ 25.276,12	\$ 36.897,61	\$ 50.804,68
Reinversión Equipo de Computación					\$ 3.200,00	
Amortización de Capital		\$ 26.904,22	\$ 26.904,22	\$ 26.904,22	\$ 26.904,22	\$ 26.904,22
Total de egresos	\$ 65.660,15	\$ 691.808,37	\$ 708.638,89	\$ 742.412,46	\$ 778.643,97	\$ 807.795,26
FLUJO DE CAJA	\$ 0,00	\$ 10.849,24	\$ 12.990,47	\$ 45.822,07	\$ 77.619,88	\$ 122.928,87

VALOR ACTUAL NETO (V.A.N.)

Este criterio de evaluación de proyectos expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del período de duración del proyecto de inversión. En resumen, corresponde a la estimación del valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En el cálculo del V.A.N. es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si el VAN es mayor que 1, el proyecto es conveniente financieramente.
- Si el VAN tiene un valor de 0, puede o no emprenderse en el proyecto.
- Si el VAN es negativo y menor que 1, el proyecto no es conveniente financieramente.

Factor de Actualización.- Se utiliza para calcular el valor actual, para este proyecto se ha tomado en cuenta la tasa de interés del préstamo el mismo que es del 22%.y se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n} = \frac{1}{(1+0,22)^1} = 0,819672131$$

Cuadro 46

Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización 22%	Flujo descontado
0	-65.660,15		
1	10.849,24	0,819672131	8.892,82
2	12.990,47	0,671862403	8.727,81
3	45.822,07	0,550706887	25.234,53
4	77.619,88	0,451399088	35.037,54
5	122.928,87	0,369999252	45.483,59
		Total	123.376,30
		Inversión	-65.660,15
		VAN	57.716,14

$$\text{VAN} = \sum \text{VAN} (1 \text{ a } 5 \text{ años}) - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = \$ 123.376,30 - \$ 65.660,15$$

$$\text{VAN} = \$ 57.716,14$$

El VAN del proyecto es de \$ 57.716,14 positivo y mayor a uno por lo tanto el proyecto es aceptable, de acuerdo a este indicador.

TASA INTERNA DE RETORNO T.I.R.

Este método de evaluación considera el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante los 5 años de vida útil del proyecto.

Los criterios que se consideran para aceptar o rechazar un proyecto en base a la TIR son los siguientes:

- TIR mayor que la tasa del costo del capital se acepta el proyecto
- TIR igual que la tasa del costo del capital es indiferente ejecutar el proyecto
- TIR menor que la tasa del costo de capital se rechaza el proyecto

A continuación se presenta el cálculo de este indicador:

Cuadro 47

Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		44,00%	Tm	45,00%	TM
0	-65.660,15		-65.660,15		-65.660,15
1	10.849,24	0,69444444	7.534,20	0,68965517	7.482,24
2	12.990,47	0,48225309	6.264,70	0,47562426	6.178,58
3	45.822,07	0,33489798	15.345,72	0,32801673	15.030,40
4	77.619,88	0,23256804	18.051,90	0,22621843	17.559,05
5	122.928,87	0,16150558	19.853,70	0,15601271	19.178,47
VAN Tm			1.390,06	VAN TM	-231,41
				TIR	44,86%

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

$$TIR = 44 + 1 \left(\frac{1.390,06}{1.390,06 - (-231,41)} \right)$$

$$TIR = 44,86\%$$

La tasa interna de retorno calculada es 44,86% lo cual indica que si es factible realizar el proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO R.B.C.

Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio o renta por cada dólar que se ha invertido. Es por esto que para tomar decisiones se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Si el Beneficio / Costo es mayor que 1, el proyecto se puede realizar.
- Si el Beneficio / Costo es igual a 1, puede o no realizarse el proyecto, es cuestión de decisión del inversionista.
- Si el resultado del cálculo Beneficio / Costo es menor que 1, se debe rechazar el proyecto ya que no es factible.

Cuadro 48

RELACION BENEFICIO COSTO						
Años	Actualización del Costo Total			Actualización de Ingresos		
	Costo Total Original	Factor de Actualización 22%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor de Actualización 22%	Ingreso Actualizado
0						
1	638.779,65	0,819672131	523.589,87	702.657,61	0,819672131	575.948,86
2	654.392,61	0,671862403	439.661,79	721.629,37	0,671862403	484.835,64
3	669.421,42	0,550706887	368.654,99	787.434,61	0,550706887	433.645,66
4	682.628,03	0,451399088	308.137,67	856.263,85	0,451399088	386.516,72
5	691.255,50	0,369999252	255.764,02	928.239,33	0,369999252	343.447,86
			1.895.808,34			2.224.394,74
					RBC	1,17

$$R\ B/C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} = \frac{2.224.394,74}{1.895.808,34} = 1,17$$

Este valor significa que por cada dólar invertido en la ejecución del proyecto se obtendrá un beneficio de 17 centavos de dólar, lo que ratifica la conveniencia de realizar el proyecto.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el tiempo que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. A través de este criterio se determina el número de períodos necesarios para recaudar la inversión.

En otras palabras, el periodo de recuperación del capital, permite conocer el tiempo que se recuperara el capital invertido en el proyecto.

Cuadro 49

Periodo de Recuperación de Capital

Años	Inversión	Flujo Neto	Flujo Acumulado
0	-65.660,15		
1		10.849,24	10.849,24
2		12.990,47	23.839,72
3		45.822,07	69.661,79
4		77.619,88	147.281,66
5		122.928,87	270.210,54

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año Supera Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{65.660,15 - 69.661,79}{45.822,07} = \mathbf{2,91}$$

Años = 2 años

Meses = $0,91 \times 12 = 10,92 = 10$ meses

Días = $0,92 \times 30 = 27$ días

La inversión se espera recuperar en 2 años, 10 meses, y 27 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto de factibilidad es necesario realizar el Análisis de Sensibilidad, en razón de que se debe conocer si le afectarán o no tanto el aumento en los costos como una posible disminución de los ingresos, que son dos circunstancias que se presentan dentro de la economía diaria.

El Análisis de Sensibilidad no es más que una interpretación que matemáticamente se da a las situaciones inciertas que se presentarán en la implementación de un proyecto; esto debido a que influyen diversas condiciones económicas internas o externas que se presentarán en el futuro.

Para el análisis de sensibilidad de un proyecto se considera:

- Si el coeficiente de sensibilidad es igual a la unidad, el proyecto es indiferente
- Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a la unidad, el proyecto es sensible.

- Si el coeficiente de sensibilidad es menor a la unidad, entonces el proyecto no es sensible, y por lo tanto soporta el incremento o decremento analizado.

Incremento en los Egresos: Las condiciones del Ecuador económicamente hablando hace que los proyectos se evalúen, a más de las variaciones en los presupuestos, considerando hasta cuanto puede soportar los incrementos en los costos, determinados ya sea por factores internos y/o externos de la empresa y para que el empresario tome decisiones sobre la selección de proveedores y personal que permita optimizar los recursos. El proyecto soporta un 12,36% de incremento en los egresos por lo tanto es factible implementarlo.

Disminuyendo los Ingresos: La variación en los ingresos permite dar información a los inversionistas hasta qué punto se pueden tomar políticas de precios frente al a competencia. En el presente caso la sensibilidad del soporta una disminución en los ingreso de 10,61%, por lo tanto es factible realizar el proyecto.

Cuadro 50

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 12,36% EN LOS COSTOS								
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		12,36%			31,0%		32,0%	
0				-65.660,15				
1	638.779,65	717.732,81	702.657,61	-15.075,20	0,76335878	-11.507,79	0,7575758	-11.420,61
2	654.392,61	735.275,54	721.629,37	-13.646,17	0,58271662	-7.951,85	0,5739210	-7.831,83
3	669.421,42	752.161,91	787.434,61	35.272,70	0,44482185	15.690,07	0,4347887	15.336,17
4	682.628,03	767.000,85	856.263,85	89.262,99	0,33955866	30.310,02	0,3293853	29.401,92
5	691.255,50	776.694,68	928.239,33	151.544,66	0,25920509	39.281,15	0,2495344	37.815,60
					Total	65.821,60	Total	63.301,26
					Inversión	-65.660,15	Inversión	-65.660,15
					VAN Tm	161,45	VAN TM	-2.358,90
							NTIR	31,06%

TIR del Proyecto 0,4486

1) Diferencia de TIR = 0,1379

2) % de Variación = 0,3075

3) Sensibilidad 0,99

Tasa mayor 0,32

Tasa menor 0,31

Diferencia de Tasa 0,01

VAN Tasa menor 161,45

VAN Tasa mayor -2358,90

NTIR 0,31

Cuadro 51

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 10,61% EN LOS INGRESOS								
Años	Ingreso Original	Ingreso original disminuido	Costo Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		10,61%			31,0%	Tm	32,0%	TM
0				-65.660,15				
1	702.657,61	628.105,64	638.779,65	-10.674,01	0,76335878	-8.148,10	0,7575758	-8.086,37
2	721.629,37	645.064,49	654.392,61	-9.328,12	0,58271662	-5.435,65	0,5739210	-5.353,61
3	787.434,61	703.887,79	669.421,42	34.466,37	0,44482185	15.331,40	0,4347887	14.985,59
4	856.263,85	765.414,25	682.628,03	82.786,22	0,33955866	28.110,78	0,3293853	27.268,57
5	928.239,33	829.753,14	691.255,50	138.497,64	0,25920509	35.899,29	0,2495344	34.559,92
					Total	65.757,72	Total	63.374,10
					Inversión	-65.660,15	Inversión	-65.660,15
					VAN	97,57	VAN	-2.286,05
							NTIR	31,04%

TIR del Proyecto 0,4486

1) Diferencia de TIR = 0,14

2) % de Variación = 0,31

3) Sensibilidad 0,99

Tasa mayor 0,3200

Tasa menor 0,3100

Diferencia de Tasa 0,0100

VAN Tasa menor 97,5676

VAN Tasa mayor -2286,0503

NTIR 0,3104

h. CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios relacionados a la elaboración del proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de cecina preparada y empacada al vacío para la ciudad de Loja, se determinaron las siguientes conclusiones:

- En el Estudio de Mercado se obtuvo una demanda efectiva de 18.284.760 libras, así también una oferta de 14.510.808 libras, cuya diferencia da como resultado una demanda insatisfecha de 3.773.952 libras de carne de cerdo (cecina).
- Con respecto al Estudio Técnico se pudo conocer que la capacidad instalada de la empresa en el primer año de vida útil es de 278.850 libras, y la capacidad utilizada es de 223.080 libras de carne de cerdo (cecina).
- En el Estudio Organizacional se estable la constitución jurídica de la empresa como una Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social es **LA DELICIA Cía. Ltda.**
- En el Estudio Financiero se conoce que la inversión del proyecto es de \$65.660,15 dólares, el financiamiento será interno y externo; el interno estará conformado por la aportación de los socios, cuyo valor total es de \$35.660,15 dólares, que representa el 54,31%, del total de la inversión; y

el externo será otorgado por el Banco del Pichincha a una tasa de interés del 22%, cuyo monto total es de \$30.000,00 dólares, lo que representa el 45,69% del total de la inversión.

- También se pudo conocer que mediante la evaluación financiera, el proyecto es ejecutable por los siguientes indicadores financieros encontrados.
 - Valor Actual Neto positivo \$ 57.716,14 dólares.
 - Tasa Interna de Retorno de 44,86%.
 - Relación Beneficio Costo de 1,17 dólares.
 - Periodo de Recuperación de Capital 2 años, 10 meses, y 27 días.
 - El análisis de sensibilidad nos indica que el proyecto soporta 12,36% de aumento en los costos, y el 10,61% de disminución en los ingresos.

i. RECOMENDACIONES

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

- Se recomienda la ejecución del proyecto, porque incentivaría el desarrollo del sector productivo en la ciudad y provincia de Loja y a la vez se bajarían los índices de desempleo existentes en la actualidad.
- Los inversionistas y empresarios deberían apoyarse en este tipo de estudios de factibilidad antes de implementar una empresa, para de esta manera disminuir los riesgos y evitar los fracasos.
- Para que el producto tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena publicidad, a fin de lograr difundir las características que lo hacen distinguir de los demás.
- A los futuros inversionistas considerar el presente proyecto de investigación como guía para la elaboración y creación de un proyecto de inversión, tomando en cuenta las regulaciones que se den hasta la fecha.
- Se recomienda que la contratación de personal para la empresa, sea escogido de forma técnica, es decir aplicando las fases de admisión y empleo: reclutamiento, selección, integración, inducción, contratación, etc. Logrando de esta manera el mejor desempeño de los empleados en sus actividades.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Abraham Gutiérrez M., Métodos y Técnicas de Investigación
- ACHIG, Lucas., Metodología de la Investigación Social., Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 2000.
- BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 2da Edic. 1994.
- DAVALOS ARCENALES, Nelson., Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría., Tomo II., 2002.
- GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas). Edit. Norma S.A., Vol. 4., 2004.
- HENDRIKSEN, Eldon “Teoría de la Contabilidad”, pág. 337
- LAWRENCE J, Gitman, fundamentos de la administración financiera, Editorial Harla
- MARIÑO TAMAYO, Wilson, 500 ideas de negocios no tradicionales, Tercera Edición, Editorial Ecuador F.B.T., Quito - Ecuador, 2003.
- QUILODRAN, Federico, MANUAL DE PREPARACION DE PROYECTOS, publicaciones UNL, 1987.
- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, Mc Graw Hill Quinta Edición.
- VAN HORNE, James: Administración financiera. 7ma edición, Editorial Prentice Hall. México, 1988.

- WESTON, J. Fred y Eugene F. BRIGHAM: Fundamentos de administración financiera, 10ma. edición, Editorial McGraw-Hill. México, 1993.

k. ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

1. TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CARNE DE CERDO “CECINA” PREPARADA Y EMPACADA AL VACÍO EN LA CIUDAD DE LOJA”

2. PROBLEMÁTICA

La crisis económica que viene atravesando el país desde algunos años, ha llevado al pueblo ecuatoriano a una situación de pobreza cada vez más alarmante, esto debido especialmente a la ineficiencia de los gobiernos para conducir correctamente los destinos del país, hacia el progreso económico y el bienestar de la población.

Este problema se acentúa aún más con la crisis moral, falta de credibilidad en los políticos, corrupción en todas las esferas de la sociedad, crisis económica internacional, globalización, problemas limítrofes, etc.

En este marco, el cantón Loja, ha resultado el más afectado en su desarrollo económico y empresarial, debido a diversas causas como la distancia a los polos de desarrollo, falta de capacitación para la formación de microempresas, falta de inversión por parte de los empresarios, intereses muy altos en los créditos, etc.

Por estos antecedentes se ha creído necesario investigar la propuesta para implementar una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío en la ciudad de Loja.

Determinando las causas, efectos y posibles soluciones a la problemática encontrada.

Causas:

- La carne de cerdo que es expandida en los mercados de la ciudad de Loja no cuenta con un control sanitario adecuado.
- En la ciudad no existe una empresa que se dedique a transformar la carne de cerdo en producto terminado en este caso en cecina empacada al vacío.

Efectos:

- Este tipo de producto afecta a la salud de las personas, y pérdida de confianza para comprar este tipo de carne sin un control de calidad adecuado.

- No existe diversificación con la implementación de nuevos procesos ocasionando que el sector agroindustrial no se desarrolle adecuadamente, de acuerdo con las exigencias actuales y tecnológicas del momento.

Posibles soluciones:

- Crear una empresa que se dedique a transformar la carne de cerdo en cecina preparada y empacada al vacío, manteniendo un sistema higiénico de alta calidad.
- Con la creación de esta empresa se generaría fuentes de trabajo y se cambiaría los hábitos alimenticios de la población, logrando con ello explotar al máximo el sector agroindustrial de la ciudad.

Es por eso que nos hemos permitido analizar algunas ventajas que ofrece el sector como es la gran cantidad de materia prima existente en el mercado, lo que da lugar a la implementación de la empresa; otra ventaja es que existe una población deseosa de adquirir la carne de cerdo (cecina) ya que esta será procesada con maquinaria de última tecnología y expedida en condiciones higiénicas adecuadas.

Con todos estos antecedentes se plantea el problema central:

“La falta de una empresa dedicada a la producción y comercialización de carne de cerdo (cecina) empacada al vacío, ha originado una limitada

diversificación de nuevos productos, y por consiguiente un bajo crecimiento del sector agroindustrial en la ciudad de Loja”.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo “cecina” preparada y empacada al vacío en la ciudad de Loja.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para medir el grado de aceptación de la carne de cerdo (cecina) en los consumidores potenciales, reales y efectivos de la ciudad de Loja.
- Ejecutar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño, y la ingeniería del proyecto, para obtener una eficiente producción y comercialización del producto.
- Diseñar un estudio administrativo, que determine la estructura organizacional y tipo de empresa a constituir.
- Realizar un estudio financiero, para establecer la inversión total del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera para determinar con los indicadores financieros la rentabilidad o no de proyecto en estudio.

4. METODOLOGÍA

La realización del presente trabajo investigativo: “**Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío en la ciudad de Loja**”, exige el manejo de diversos métodos y técnicas para el desarrollo eficiente del tema.

A continuación se describe los métodos y técnicas a utilizarse:

Métodos

- **Método Científico:** Contribuirá con la búsqueda y recolección de conceptos, definiciones, leyes o normas generales acerca del tema a investigar.
- **Método Analítico - Descriptivo:** Permitirá realizar un análisis de cuadros estadísticos desde su tabulación hasta llegar a explicar el porqué de los resultados.
- **Método inductivo:** Para la aplicación de este método es importante seguir un proceso que determine un desarrollo eficiente del proyecto de investigación. Para ello primeramente se utilizará la observación directa y luego se generalizará una vez analizado el tema propuesto.
- **Método analítico – sintético:** Método que nos ayudará a determinar las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo investigativo.

Técnicas

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizará algunas técnicas de investigación como:

- **Observación directa:** La observación directa nos permitirá identificar y determinar los principales problemas que existen en la ciudad con respecto a la carne principalmente la carne de cerdo.
- **La encuesta:** Para el presente trabajo de investigación se aplicaran dos tipos de encuestas; la primera a las familias de la ciudad de Loja, para conocer sus gustos y preferencias en cuanto a la cecina; y la segunda a los propietarios de los diferentes establecimientos donde se comercializa este tipo de producto.

POBLACIÓN Y MUESTRA DEMANDA

Para determinar el tamaño de la muestra de la demanda, fue necesario recurrir al Censo Poblacional realizado por el INEC en el año 2010, donde se establece que la población de la ciudad de Loja es de 184.932 habitantes, la que fue proyectada para el año 2014 con una tasa de crecimiento poblacional de 2,65%. A continuación se detallan los datos y cálculos realizados:

Fórmula para la proyección de la población

$$Pf = P_0 (1+r)^n$$

Dónde:

Pf	=	Población final
P ₀	=	Población actual
i	=	Tasa de crecimiento poblacional
1	=	Constante
n	=	Número de años

$$pf = 184.932(1 + 0,0265)^4 = 205.328$$

A la población de 205.328 habitantes de la ciudad de Loja en el 2014, se la divide para 4, que es el número promedio por familia, se tiene como resultado 51.332 familias, las cuales van a formar parte del presente estudio.

Cálculo del tamaño de la muestra de la demanda.

Fórmula de la muestra

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

Dónde:

n	=	Tamaño de la muestra.
N	=	Población 51.332
Z	=	Nivel de confianza. 95% (1.96)
P	=	Probabilidad de que el evento ocurra. 50% (0.5)
Q	=	Probabilidad de que el evento no ocurra. 50% (0.5)

E = Error permitido. 5% (0.05)
N-1= Factor de correlación finita.

$$n = \frac{(51.332) (1.96)^2 (0.50)(0.50)}{(51.332 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50)(0.50)} = 381,31$$

n = 381

Se aplicaron 381 encuestas a las familias de la ciudad de Loja.

Distribución Muestral

En el siguiente cuadro se indica el número de encuestas a aplicar por parroquia.

Cuadro No. 1

Distribución Muestra

Parroquia	Población	%	Numero de encuestas
Sucre	18.469	35,98%	137
San Sebastián	16.934	32,99%	126
El Valle	8.726	17,00%	65
El Sagrario	7.202	14,03%	53
Total	51.332	100,00%	381

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Elaboración: Las Autoras

ANEXO Nº 2

FORMATO DE LA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

1. ¿Cuáles son sus ingresos económicos mensuales?

1 – 500 ()
 501 – 1000 ()
 1001 – 1500 ()
 1501 – 2000 ()
 Más de 2000 ()

2. ¿Dentro de su alimentación, consume usted carne?

Si ()
 No ()

3. ¿Consume usted carne de cerdo?

Si ()
 No ()

4. ¿Cuántas libras de carne de cerdo consume usted semanalmente?

1 - 5 Libras ()
 6 - 10 Libras ()
 11 - 15 libras ()
 16 - 20 libras ()
 21 - 25 libras ()

5. ¿Al momento de adquirir carne de cerdo, qué toma en cuenta?

Calidad ()
 Precio ()
 Facilidad al momento de preparar ()
 Higiene ()

6. ¿Cuánto paga usted por una libra de carne cerdo “Cecina”?

1 a 3 dólares ()
 4 a 6 dólares ()

7. ¿La carne de cerdo que consume qué tipo de envase posee?

Fundas Plásticas ()
 Bandeja con funda plástica (empaquete al vacío) ()
 Ninguna ()

8. ¿A través de que medio se enteró sobre la existencia del producto?

Por medio de un amigo ()
 Por medio de un familiar ()
 Ninguna ()

9. Si en la ciudad de Loja se creará una empresa productora y comercializadora de carne de cerdo (cecina) preparada y empacada al vacío. ¿Compraría usted a la nueva empresa?

Si ()
 No ()

10. ¿Para su consumo, en qué lugar le gustaría adquirir la carne de cerdo (cecina)?

Empresa Productora ()
 Bodegas ()
 Mercados ()
 Supermercados ()
 Tiendas ()
 Micro-mercados ()

11. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer acerca de la existencia de este nuevo producto?

Televisión ()
 Radio ()
 Prensa Escrita ()
 Vallas Publicitarias ()
 Hojas Volantes ()
 Internet

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 3

FORMATO ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

1. ¿En su negocio vende usted carne de cerdo (cecina)?

Si ()
No ()

2. ¿Cuántas libras de carne de cerdo vende usted semanalmente?

1 a 50 libras ()
51 a 100 libras ()
101 a 150 libras ()
151 a 200 libras ()

3. ¿A qué precio comercializa usted una libra de carne de cerdo (cecina)?

1 a 3 dólares ()
4 a 6 dólares ()

4. ¿En qué tipo de envase o envoltura usted distribuye la carne de cerdo?

Fundas Plásticas ()
Bandeja con funda plástica (empaque al vacío) ()
Ninguna ()

5. ¿Dónde adquiere usted la carne de cerdo para su distribución?

Camal ()
Mercados ()
Producción propia ()

6. La forma que utiliza para realizar el pago de la carne de cerdo es:

Al contado ()
Créditos ()

7. ¿Para dar a conocer sus productos usted realiza publicidad?

Si ()
No ()

Gracias por su colaboración

PRESUPUESTOS

ACTIVOS FIJOS**ANEXO N°4****MAQUINARIA Y EQUIPO**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNIT	TOTAL
1	Máquina para filetear carne	\$ 980,00	\$ 900,00
1	Maquina empacadora	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
2	Congelador	\$ 600,00	\$ 1.200,00
TOTAL			\$ 3.600,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: Las Autoras

ANEXO N°4A**DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

Costo	3.600,00
Vida útil	10 años
Valor residual (10%)	360,00
Valor a depreciar	3.240,00
Valor anual a depreciar	324,00

Años	Valor Activo	valor residual	Depreciación	Valor total
0	3.600,00	360,00	-	3.240,00
1	3.240,00	360,00	324,00	2.916,00
2	2.916,00	360,00	324,00	2.592,00
3	2.592,00	360,00	324,00	2.268,00
4	2.268,00	360,00	324,00	1.944,00
5	1.944,00	360,00	324,00	1.620,00
6	1.620,00	360,00	324,00	1.296,00
7	1.296,00	360,00	324,00	972,00
8	972,00	360,00	324,00	648,00
9	648,00	360,00	324,00	324,00
10	324,00	360,00	324,00	0,00

**ANEXO N°5
HERRAMIENTAS**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNIT	TOTAL
1	Balanza	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Juego de cuchillos	\$ 20,00	\$ 20,00
3	Tinas plásticas grandes	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL			\$ 165,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°5A
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS**

Costo	165,00
Vida útil	5 años
Valor residual (10%)	33,00
Valor a depreciar	132,00
Valor anual a depreciar	26,40

Años	Valor Activo	valor residual	Depreciación	Valor total
0	165,00	33,00	-	132,00
1	132,00	33,00	26,40	105,60
2	105,60	33,00	26,40	79,20
3	79,20	33,00	26,40	52,80
4	52,80	33,00	26,40	26,40
5	26,40	33,00	26,40	0,00

**ANEXO N°6
MUEBLES Y ENSERES DE PLANTA Y OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNIT	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES OFICINA			
4	Escritorios	\$ 100,00	\$ 400,00
4	Sillas giratorias	\$ 50,00	\$ 200,00
9	Sillas de espera plegables de hierro	\$ 10,00	\$ 90,00
4	Archivadores de 4 gavetas	\$ 20,50	\$ 82,00
1	Mesa de centro	\$ 30,00	\$ 30,00
MUEBLES Y ENSERES PLANTA			
2	Mesas de madera (MDF- 18mm) de 2,60 m x 1,22 m	\$ 50,00	\$ 100,00
5	Sillas plásticas	\$ 15,00	\$ 75,00
1	Botiquín	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Extintor	\$ 35,00	\$ 35,00
Total			\$ 1.032,00

**ANEXO N°6A
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES DE PLANTA Y OFICINA**

Costo	1.032,00
Vida útil	10 años
Valor residual (10%)	103,20
Valor a depreciar	928,80
Valor anual a depreciar	92,88

Años	Valor Activo	valor residual	Depreciación	Valor total
0	1.032,00	103,20	-	928,80
1	928,80	103,20	92,88	835,92
2	835,92	103,20	92,88	743,04
3	743,04	103,20	92,88	650,16
4	650,16	103,20	92,88	557,28
5	557,28	103,20	92,88	464,40
6	464,40	103,20	92,88	371,52
7	371,52	103,20	92,88	278,64
8	278,64	103,20	92,88	185,76
9	185,76	103,20	92,88	92,88
10	92,88	103,20	92,88	0,00

**ANEXO N°7
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNIT	TOTAL
4	Computadora Core 2 Duo E2220 2.4 con impresora HP	\$ 700,00	\$ 2.800,00
TOTAL			\$ 2.800,00

Fuente: Master PC

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°7A
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Años	Valor Activo	valor residual	Depreciación	Valor total
0	2.800,00	933,24	-	1.866,76
1	1.866,76	933,24	622,25	1.244,51
2	1.244,51	933,24	622,25	622,25
3	622,25	933,24	622,25	0,00

**ANEXO N°7.1
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN (2da INVERSIÓN)**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNIT	TOTAL
4	Computadora Core 2 Duo E2220 2.4 con impresora HP	\$ 800,00	\$ 3.200,00
TOTAL			\$ 3.200,00

Fuente: Master PC

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°7.1A
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN (2da INVERSIÓN)**

	3.200,0
Costo	0
Vida útil	3 años
	1.066,5
Valor residual (33,33%)	6
	2.133,4
Valor a depreciar	4
Valor anual a depreciar	711,15

Años	Valor Activo	valor residual	Depreciación	Valor total
0	3.200,0 0	1066,56	-	2.133,44
1	2.133,4 4	1066,56	711,15	1.422,29
2	1.422,2 9	1066,56	711,15	711,15
3	711,15	1066,56	711,15	0,00

**ANEXO N°8
EQUIPO DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNIT	TOTAL
2	Telé-fax Panasonic KXF981	\$ 100,00	\$ 200,00
4	Grapadora Maped	\$ 5,00	\$ 20,00
4	Sumadora Casio MJ-100TW	\$ 20,00	\$ 80,00
4	Perforadora	\$ 5,00	\$ 20,00
TOTAL			\$ 320,00

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: Las Autoras

ANEXO N°8A
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

Costo	320,00
Vida útil	5 años
Valor residual (10%)	64,00
Valor a depreciar	256,00
Valor anual a depreciar	51,20

Años	Valor Activo	valor residual	Depreciación	Valor total
0	320,00	64,00	-	256,00
1	256,00	64,00	51,20	204,80
2	204,80	64,00	51,20	153,60
3	153,60	64,00	51,20	102,40
4	102,40	64,00	51,20	51,20
5	51,20	64,00	51,20	0,00

ANEXO N°9
VEHICULO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UNIT	TOTAL
1	Camioneta Mazda año 2006	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
TOTAL			\$ 10.000,00

Fuente: Patio de Carros

Elaboración: Las Autoras

ANEXO N°9A
DEPRECIACIÓN DE VEHICULO

Costo	10.000,00
Vida útil	5 años
Valor residual (10%)	2.000,00
Valor a depreciar	8.000,00
Valor anual a depreciar	1.600,00

Años	Valor Activo	valor residual	Depreciación	Valor total
0	10.000,00	2000,00	-	8.000,00
1	8.000,00	2000,00	1.600,00	6.400,00
2	6.400,00	2000,00	1.600,00	4.800,00
3	4.800,00	2000,00	1.600,00	3.200,00
4	3.200,00	2000,00	1.600,00	1.600,00
5	1.600,00	2000,00	1.600,00	0,00

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

ANEXO N°10 MATERIA PRIMA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL COSTO DIARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
858	Carne de cerdo	Libras	\$ 2,00	\$ 1.716,00		
3	Adobo (aliño)	kilos	\$ 4,80	\$ 14,40		
2	Sal	kilos	\$ 0,80	\$ 1,60		
TOTAL				\$ 1.732,00	\$ 38.104,00	\$ 457.248,00

Fuente: Camal Cafrilosa, ILE

Elaboración: Las Autoras

ANEXO N°11 MANO DE OBRA DIRECTA

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (11.15%)	APORTE IESS-SECAP (1%)	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
3	OBRAERO	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 3,40	\$ 478,64	\$ 1.435,93	\$ 17.231,16
TOTALES			\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 37,91		\$ 478,64	\$ 1.435,93	\$ 17.231,16

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Las Autoras

ANEXO N°12 MATERIA PRIMA INDIRECTA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
858	Bandeja Blanca de 21,5 * 16	Unidad	0,003	\$ 2,57
257,4	Plástico para envoltura	metros	1,43	\$ 368,08
Total diario				\$ 370,66
Total mensual				\$ 8.154,43
Total anual				\$ 97.853,18

**ANEXO N°13
MANO DE OBRA INDIRECTA**

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (11.15%)	APORTE IESS-SECAP (1%)	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	\$ 380,00	\$ 31,67	\$ 26,50	\$ 31,67	\$ 15,83	\$ 42,37	\$ 3,80	\$ 531,84	\$ 6.382,04
TOTALES			\$ 31,67	\$ 26,50	\$ 31,67	\$ 15,83	\$ 42,37		\$ 531,84	\$ 6.382,04

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°14
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	APORTE IESS-SECAP (1%)	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	GERENTE	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 686,42	\$ 8.237,00
1	SECRETARIA-CONTADORA	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 39,03	\$ 3,50	\$ 488,44	\$ 5.861,30
1	JEFE DE VENTAS-CHOFER	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 4,00	\$ 558,43	\$ 6.701,20
TOTALES			\$ 104,17	\$ 79,50	\$ 104,17	\$ 52,08	\$ 143,38	\$ 12,50	\$ 1.733,29	\$ 20.799,50

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°15
SERVICIOS BASICOS**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Teléfono	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
1	Agua Potable	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
1	Energía Eléctrica	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
1	Internet	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
	TOTAL		\$ 85,00	\$ 1.020,00

Fuente: Empresas que prestan estos servicios

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°16
MATERIALES DE ASEO**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4	Escobas	Unidad	\$ 2,50	\$ 10,00
4	Trapeador	Unidad	\$ 2,00	\$ 8,00
6	Papel Higiénico	Paquete	\$ 3,95	\$ 23,70
4	Desinfectante	Galón	\$ 5,00	\$ 20,00
6	Detergente	Kilos	\$ 2,71	\$ 16,26
6	Jaboncillos	Unidad	\$ 0,75	\$ 4,50
6	Ambiental	Galón	\$ 0,50	\$ 3,00
3	Lavador de baño	Unidad	\$ 3,15	\$ 9,45
6	Franelas	Metro	\$ 1,50	\$ 9,00
2	Fundas de basura	Paquete	\$ 1,00	\$ 2,00
2	Recogedor de basura	Unidad	\$ 1,50	\$ 3,00
2	Balde escurridor	Unidad	\$ 3,95	\$ 7,90
2	Basurero	Unidad	\$ 4,50	\$ 9,00
6	Toalla	Unidad	\$ 4,25	\$ 25,50
Total Anual				\$ 151,31
Total Mensual				\$ 12,61

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°17
SUMINISTROS DE OFICINA**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
24	Resma de papel bond	\$ 3,00	\$ 72,00
1	Caja de esferos color negro Bic 24 unidades	\$ 4,00	\$ 4,00
1	Caja de lápiz Mongol 24 unidades	\$ 3,00	\$ 3,00
5	Borradores	\$ 0,10	\$ 0,50
4	Cuaderno espiral grande de 100 hojas a cuadro	\$ 1,20	\$ 4,80
10	Carpetas (archivadores)	\$ 2,08	\$ 20,80
2	Cuaderno para apuntes contables	\$ 2,08	\$ 4,16
10	Carpetas Folder	\$ 0,20	\$ 2,00
4	Correctores	\$ 2,00	\$ 8,00
2	Sellos	\$ 5,00	\$ 10,00
15	Tinta de impresión	\$ 25,00	\$ 375,00
4	Flas memory	\$ 10,00	\$ 40,00
8	Clips(Caja)	\$ 3,00	\$ 24,00
8	Grapas(Caja)	\$ 3,00	\$ 24,00
TOTAL ANUAL			\$ 592,26
TOTAL MENSUAL			\$ 49,36

Fuente: Almacenes de la localidad

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°18
ARRIENDO**

ESPECIFICACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LOCAL DE 100m2	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL		\$ 4.800,00

Fuente: Propietario del local

Elaboración: Los Autores

**ANEXO N°19
MANTENIMIENTO DE VEHICULO**

DESCRIPCIÓN		GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Camioneta Mazda año 2006	Mantenimiento 0,84%	\$ 100,80	\$ 1.209,60

**ANEXO N°20
COMBUSTIBLE**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
Gasolina	Galones	22	\$ 1,50	\$ 33,00
Total Mensual				\$ 33,00
Total Anual				\$ 396,00

Fuente: Gasolinera 24 de Mayo

Elaboración: Las Autoras

**ANEXO N°21
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
20	Prensa (anuncios publicitarios)	\$ 8,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
20	Cuñas radiales 2 diarias lunes a viernes (mes)	\$ 20,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL			\$ 560,00	\$ 6.720,00

Fuente: Medios de Comunicación de la Localidad

Elaboración: Las Autoras

ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN LITERARIA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	38
f. RESULTADOS	44
g. DISCUSIÓN.....	62
h. CONCLUSIONES	140
i. RECOMENDACIONES	142
j. BIBLIOGRAFIA.....	143
k. ANEXOS	145
ÍNDICE.....	166