



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CRIANZA DE CABRAS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA.

AUTOR: HENRY PATRICIO CÓRDOVA LAGOS

DIRECTOR: Dr. FAUSTO LIMA

IBARRA, MAYO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de una pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, ubicada en la parroquia de San Vicente de Pusir, cantón Bolívar, provincia del Carchi". A continuación se presenta un informe de los hallazgos más importantes. Con el diagnóstico situacional se logró establecer aliados, oponentes, oportunidades y los riesgos que tendría el proyecto en su gestión. El estudio de mercado permitió identificar el comportamiento de la demanda actual representada por la población urbana de la ciudad de Ibarra de extracto social medio y alto con un nivel de aceptación alto por la leche y carne de la cabra; con respecto a la oferta en el área de influencia del proyecto es marginal, debido a que no existen muchos productores locales que comercialicen derivados de cabra, por tal motivo la pequeña empresa tiene un alto nivel de factibilidad. Por medio del estudio técnico se determinó que la parroquia San Vicente de Pusir, es el lugar estratégico para la gestión de la pequeña empresa porque cuenta con los requerimientos físicos, técnicos que se necesita para la crianza de cabras, como también se identificó las actividades más importantes que se utilizarán en la actividad productiva y comercial de los productos caprinos. El estudio financiero revela que los ingresos generados por la actividad de crianza y comercialización de leche y carne de cabra, respaldan las erogaciones efectuadas, aplicado los evaluadores financieros se determinó que el proyecto es rentable en las condiciones estudiadas. En la parte organizativa se definió un modelo administrativo para la pequeña empresa, que tiene como propósito primordial una gestión eficiente en el ámbito productivo comercial. En los impactos se aplicó un análisis a cada uno para conocer los efectos tanto negativos como positivos que se generarán, siendo estos positivos para el entorno.

EXECUTIVE SUMMARY

The present study aims to determine the feasibility of creating a small business marketing products derived from raising goats, located in the parish of St. Vincent de Pusir Region Bolivar, Carchi province . "A report of the key findings is presented. With the Situational Diagnosis was possible to know the main socio-economic aspects, as well as the current situation of allowing people to establish allies, opponents, opportunities and risks that have the project management. The Market Study allowed the behavior of the current demand represented by the urban population of the city of Ibarra social medium and high extract with a high level of acceptance by the derivatives of the goat, with respect to the offer in the area of influence of the project is marginal, because there are not many local producers marketing derivatives goat for that reason small business success has a high feasibility. Through the Technical Study determined that the parish of St. Vincent de Pusir, is the strategic place for the management of small business because it has the physical requirements, technicians needed for raising goats, as activities are also identified most important to be used in the production and trade of goat products. The Financial Study reveals that revenues generated by the activity of breeding and marketing of goat products, support expenditures made, applied financial evaluators determined that the project is profitable under the conditions studied. In the organizational part an administrative model for small business, whose primary purpose trade position was defined productive entity. Hits In an analysis was applied to each for both negative and positive effects that are generated, these being positive for the environment.

AUTORÍA

Yo, **Henry Patricio Córdova Lagos**, portador de la cédula de ciudadanía **No. 0401311105**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



.....
Henry Patricio Córdova Lagos

C.C. 0401311105

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado el egresado Henry Patricio Córdova Lagos, con cédula de ciudadanía No. 0401311105 para optar por el Título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**, cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CRIANZA DE CABRAS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 2 días del mes de julio del 2014.

Firma



.....
Dr. FAUSTO LIMA
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Henry Patricio Córdova Lagos, con cédula de ciudadanía No.0401311105, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CRIANZA DE CABRAS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....
Henry Patricio Córdova Lagos
C.C. 0401311105

Ibarra a los 2 días del mes de julio del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401311105		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Córdova Lagos Henry Patricio		
DIRECCIÓN:	Ciudad de Quito, Av. De La Prensa y Aurelio Espinoza Polit Oe4-389		
EMAIL:	hepcordoal_6113@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0997417480
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA CRIANZA DE CABRAS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR, CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI"		
AUTOR:	Henry Patricio Córdova Lagos		
FECHA: AAMMDD	2014/01/27		

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Fausto Lima

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Henry Patricio Córdova Lagos, con cédula de ciudadanía No. 0401311105 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 2 días del mes de julio del 2014

EL AUTOR:



Henry Patricio Córdova Lagos
C.C.: 0401311105

ACEPTACIÓN:



Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, quienes han sido las personas que han estado apoyándome incondicionalmente a lo largo de mi carrera profesional; a mi esposa Patricia Molina, a mi hijo Juan Sebastián Córdova Molina, quienes son los pilares que sustentan mi vida y a toda mi familia que de una u otra manera han estado animándome y colaborándome a fin de que termine mi carrera.

Henry Córdova

AGRADECIMIENTO

A todos mis maestros, de primaria, secundaria y superior quienes supieron demostrar su paciencia y profesionalismo al momento de compartir sus conocimientos.

Al Dr. Fausto Lima, mil gracias por su tiempo de fines de semana, paciencia y dedicación para poder terminar mi carrera profesional.

A la Universidad Técnica del Norte por haberme brindado la oportunidad de acceder a una educación de alto nivel profesional de la mano con la enseñanza de valores humanos.

Henry Córdova

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, ubicada en la parroquia de San Vicente de Pusir, cantón Bolívar, provincia del Carchi consta de siete capítulos que a continuación se detallan.

Capítulo I. Diagnóstico Situacional: Se desarrolló por medio de una investigación realizada en base a fuentes bibliográficas para caracterizar el lugar donde se implementará el proyecto y encuestas a los habitantes de la parroquia con la finalidad de identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Capítulo II. Marco Teórico: En este capítulo se estructura en base a fundamentos teóricos científicos relacionados al tema del proyecto, los mismos que tienen la finalidad de servir como una guía para la elaboración del presente trabajo investigativo.

Capítulo III. Estudio de Mercado: En esta parte se realiza una investigación a los consumidores y ofertantes de leche y carne de cabra en la ciudad de Ibarra, para establecer la demanda potencial a satisfacer y el nivel de participación del proyecto.

Capítulo IV. Estudio Técnico: En este capítulo se detalla la localización, tamaño, distribución de instalaciones, procesos de producción y comercialización e inversiones del proyecto, para efectuar las actividades en forma eficiente.

Capítulo V. Estudio Financiero: Con este estudio se plantea los ingresos, egresos, estados financieros y la respectiva evaluación de la inversión que permite determinar la viabilidad del proyecto.

Capítulo VI. Organización de la Pequeña Empresa: Se determina la estructura organizativa de la pequeña empresa considerando la misión, visión, objetivos, políticas, estructura, y aspectos legales de constitución, con la finalidad de alcanzar las metas empresariales.

Capítulo VII. Impactos: En este capítulo se realizó el análisis de impactos tanto positivos como negativos que se derivarán de la creación de la pequeña empresa.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE CUADROS	xxi
INDICE DE GRÁFICOS	xxv
INDICE DE ILUSTRACIONES	xxvi
INTRODUCCIÓN	xxvii
JUSTIFICACIÓN	xxviii
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxx
METODOLOGÍA	xxxii

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	32
Objetivos diagnósticos	33
Objetivo general	33
Objetivos específicos	34
Variables e indicadores	34
Situación sociodemográfica	34
Actividades productivas	35
Comercialización	35
Talento humano	35
Sistema organizativo	35
Matriz de relación diagnóstica	35

Mecánica operativa del diagnóstico	38
Identificación de la población	38
Determinación del tamaño de la muestra	38
Técnicas e instrumentos de recolección de la información	39
Información primaria	39
Información secundaria	39
Análisis de las variables	40
Sociodemográfica	40
Evaluación de la Información	51
Resultados de la encuesta aplicada a la población de san Vicente de Pusir	51
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	69
Aliados	69
Oponentes	69
Oportunidades	69
Riesgos	69
Cruce AORR	70
Aliados-opponentes	70
Aliados- riesgos	70
Oponentes-oportunidades	70
Oponentes-riesgos	71
Problema diagnóstico u oportunidad de inversión	71

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Estudio de factibilidad	72
Objetivos del estudio de factibilidad	72
Recursos del estudio de factibilidad	73
La pequeña empresa	73
Objetivos de la pequeña empresa	74
Características de la pequeña empresa	75

Estructura formal de la pequeña empresa	76
Clasificación de la pequeña empresa	77
Estructura organizacional	78
La administración	78
Objetivos de la administración	78
Planificación estratégica	79
Visión	79
Misión	80
Fundamentos del mercado	80
Estudio de mercado	80
Oferta	81
Demanda	82
Producto	82
Precio	83
Publicidad	83
Promoción	84
Comercialización	84
Estudio técnico	85
La macrolocalización	86
La microlocalización	86
Ingeniería del proyecto	86
Tamaño óptimo de la planta	87
Ingeniería del proyecto	87
Factores de localización	88
Aspectos contable financieros	88
Contabilidad	88
Objetivos de la contabilidad	89
Importancia de la contabilidad	90
Características de la contabilidad	91

Estudio financiero	92
Estado situación inicial	92
Estado de resultados	93
Estado de flujo de caja	93
Evaluación financiera	94
Valor actual neto	94
Tasa interna de retorno	94
Periodo de recuperación de la inversión	95
Beneficio costo	96
Punto de equilibrio	96
La crianza de cabras en el Ecuador	96
Los derivados de la cabra (la leche y carne de cabra y sus propiedades)	98
Producción y consumo	101
Información nutricional	101
Composición de leche de cabra e influencia sobre sus derivados	103

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos del estudio de mercado	104
Objetivo general	105
Objetivos específicos	105
Variables e indicadores	105
Producto	105
Demanda	106
Oferta	106
Precios	106
Estrategias comerciales	107
Matriz de relación estudio de mercado	107
Mecánica operativa del estudio de mercado	110
Identificación de la población	110

Muestra	110
Fuentes de información	111
Tabulación y análisis de la información	112
Entrevista realizada a los administradores del Supermaxi y Tía.	125
Identificación del producto	127
Naturaleza y uso de los productos	128
Características del producto	129
Segmentación del mercado	132
Análisis de la demanda	132
Población dispuesta consumir	133
Demanda actual de leche	133
Demanda actual de carne	134
Proyección de la demanda de los productos	134
Oferta de producción y mercadeo	135
Datos para determinar la oferta	135
Proyección de la oferta	136
Balance entre oferta y demanda	136
Análisis de precios	138
Determinación de los precios de los productos derivados	138
Sensibilidad del estudio	139
Comercialización	139
Publicidad	140
Conclusiones del estudio	140

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO

Presentación	142
Tamaño del proyecto	142
Tamaño del mercado	143
Materia prima e insumos	143
Mano de obra	143

Financiamiento	143
Aspectos administrativos	144
Localización del proyecto	144
Macrolocalización	144
Microlocalización	146
Factores determinantes de la microlocalización	148
Ingeniería del proyecto	149
Proceso para faenado y empaquetado de carne	149
Proceso de producción de leche de carne	151
Distribución de instalaciones	152
Diseño de la planta	154
Presupuesto técnico	156
Requerimiento de activos fijos	156
Resumen de activos fijos	159
Requerimiento de capital de trabajo	160
Inversión total del proyecto	160
Financiamiento del proyecto	161
Requerimiento de mano de obra	161

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Presupuestos de ingresos y egresos	162
Presupuesto de ingresos	162
Presupuestos de egresos	163
Costos de producción	163
Costos directos	163
Gastos administrativos	167
Sueldos y salarios	167
Gastos de ventas	169
Gastos financieros	171
Depreciaciones de activos fijos	173

Gastos de constitución	173
Resumen de egresos	174
Balance de situación financiera	174
Proyección de estado de resultados	175
Flujos de caja	175
Evaluación financiera	176
Determinación del costo de capital	176
Valor actual neto (VAN)	177
Tasa interna de retorno (TIR)	178
Período de recuperación de la inversión (PRI)	178
Relación beneficio – costo	179
Punto de equilibrio	179

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Aspecto estratégico	182
Nombre o razón social	182
Misión	182
Visión	183
Valores	183
Objetivos de la empresa	184
Estructura organizacional	184
Manual de funciones	185
Identificación de puestos y funciones	186
Aspecto legal	194
Base legal de constitución de la pequeña empresa	194
Requisitos para su funcionamiento	197

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

Impacto económico	200
Impacto social	202
Impacto comercial	204
Impacto empresarial	206
Impacto educativo-cultural	208
Impacto ambiental	210
Impacto general	212
Conclusiones	213
Recomendaciones	215
Bibliografía	216
Anexos	219

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Pág.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	36
2. POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SEGÚN SEXO	40
3. POBLACIÓN SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD	41
4. CENTROS EDUCATIVOS DE LA PARROQUIA	42
5. PORCENTAJE DE ANALFABETISMO EN LA PARROQUIA	42
6. ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES DEL SECTOR	43
7. SUBCENTROS DE SALUD EN LA PARROQUIA	44
8. INDICADORES DE SALUD EN LA PARROQUIA	45
9. PROCEDENCIA DEL AGUA EN LA PARROQUIA	46
10. CENTROS EDUCATIVOS DE LA PARROQUIA	47
11. AUTOIDENTIFICACION DE SU CULTURA Y COSTUMBRES	48
12. CATEGORÍA OCUPACIONAL DE SAN VICENTE DE PUSIR	49
13. RAMAS DE ACTIVIDAD DE SAN VICENTE DE PUSIR	51
14. TIPO DE ACTIVIDAD	52
15. TIPO DE GANADO	53
16. FACTORES PREFERENCIALES	54
17. NIVEL DE INGRESOS	55
18. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN	56
19. LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN	57
20. ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN	58
21. RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD	59
22. PRECIO DE VENTA	60
23. ASISTENCIA TÉCNICA	61
24. TIPO DE ORGANIZACIÓN	62
25. CONFLICTOS ORGANIZACIONALES	63
26. FINANCIAMIENTO	64
27. EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD	65
28. TIPO DE EMPLEO	66
29. CAPACITACIÓN	67

30. APOYO DE INSTITUCIONES	68
31. CLASIFICACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA	77
32. FACTORES DE LOCALIZACIÓN	88
33. INFORMACIÓN NUTRICIONAL	101
34. MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	108
35. CONSUMO DE PRODUCTOS	113
36. PREFERENCIA POR EL PRODUCTO	114
37. FRECUENCIA DE COMPRA	115
38. CANTIDAD DE CARNE CONSUMIDA	116
39. PRECIO DE LA LIBRA DE CARNE	117
40. CANTIDAD DE LECHE CONSUMIDA	118
41. PRECIO POR LITRO DE LECHE	119
42. LUGARES DE DISTRIBUCIÓN	120
43. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	121
44. SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO	122
45. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	123
46. EXISTENCIA DE EMPRESAS PRODUCTORAS	124
47. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	132
48. POBLACIÓN DEMANDANTE EN FAMILIAS	133
49. DEMANDA ACTUAL DE LECHE EN LITROS	133
50. DEMANDA ACTUAL DE CARNE EN LIBRAS	134
51. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS	134
52. OFERTA ANUAL DE LA LECHE Y CARNE DE CABRA	133
53. PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PRODUCTO	133
54. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN LITROS	137
55. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA SATISFACER EN LIBRAS	137
56. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS	138
57. POSIBLES SECTORES A UBICAR	146
58. FACTORES A UTILIZARSE EN LA UBICACIÓN	146
59. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES	154
60. INFRAESTRUCTURA	156

61. MAQUINARIA Y EQUIPO	156
62. HERRAMIENTAS	157
63. VEHÍCULO	157
64. MUEBLES Y ENSERES	158
65. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	158
66. EQUIPO DE OFICINA	159
67. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	159
68. CAPITAL DE TRABAJO	160
69. INVERSIÓN TOTAL	160
70. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	161
71. MANO DE OBRA	161
72. PRESUPUESTO DE INGRESOS	162
73. MATERIA PRIMA E INSUMOS	163
74. MANO DE OBRA	164
75. PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA	164
76. SERVICIOS BÁSICOS	164
77. COMBUSTIBLE	165
78. EMPAQUES	165
79. VESTIMENTA DE TRABAJO	166
80. IMPLEMENTOS PARA LIMPIEZA	166
81. REPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS	166
82. MANTENIMIENTO DE EQUIPO	167
83. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	167
84. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	167
85. PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS	167
86. SERVICIOS BÁSICOS	168
87. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	168
88. ÚTILES DE OFICINA	169
89. MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN	169
90. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	169
91. SUELDO EN VENTAS	169
92. PROYECCIÓN DE SUELDO EN VENTAS	169

93. PUBLICIDAD	170
94. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO	170
95. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	170
96. TABLA DE AMORTIZACIÓN	171
97. INTERÉS	172
98. DEPRECIACIONES	173
99. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	173
100. RESUMEN DE EGRESOS	174
101. BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA	174
102. ESTADO DE RESULTADOS	175
103. FLUJO DE CAJA	176
104. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE RENDIMIENTO	176
105. VALOR ACTUAL NETO	177
106. TASA INTERNA DE RETORNO	178
107. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	178
108. BENEFICIO COSTO	179
109. CLASIFICACIÓN DE COSTOS	180
110. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	181
111. SOCIOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA CAPRINA CÍA. LTDA	195
112. MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	199
113. IMPACTO ECONÓMICO	200
114. IMPACTO SOCIAL	202
115. IMPACTO COMERCIAL	204
116. IMPACTO EMPRESARIAL	206
117. IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL	208
118. IMPACTO AMBIENTAL	210
119. IMPACTO GENERAL	212

ÍNDICE DE GRÁFICOS

NO.	PÁG.
1. PEA SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD	50
2. TIPO DE ACTIVIDAD	52
3. TIPO DE GANADO	53
4. FACTORES PREFERENCIALES	54
5. NIVEL DE INGRESOS	55
6. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN	56
7. LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN	57
8. ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN	58
9. RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD	59
10. PRECIO DE VENTA	60
11. ASISTENCIA TÉCNICA	61
12. TIPO DE ORGANIZACIÓN	62
13. CONFLICTOS ORGANIZACIONALES	63
14. FINANCIAMIENTO	64
15. EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD	65
16. TIPO DE EMPLEO	66
17. CAPACITACIÓN	67
18. APOYO DE INSTITUCIONES	68
19. CONSUMO DE PRODUCTOS	113
20. PREFERENCIA POR EL PRODUCTO	114
21. FRECUENCIA DE COMPRA	115
22. CANTIDAD DE CARNE CONSUMIDA	116
23. PRECIO DE LA LIBRA DE CARNE	117
24. CANTIDAD DE LECHE CONSUMIDA	118
25. PRECIO POR LITRO DE LECHE	119
26. LUGARES DE DISTRIBUCIÓN	120
27. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	121
28. SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO	122
29. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	123
30. EXISTENCIA DE EMPRESAS PRODUCTORAS	124

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

NO.	PÁG.
1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO	85
2. PROTOTIPO DE CABRA	97
3. CARNE DE CABRA	127
4. LECHE DE CABRA	128
5. CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO	139
6. IMAGEN CORPORATIVA	140
7. LOCALIZACIÓN DEL CANTÓN BOLÍVAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI	144
8. MAPA DE LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR	145
9. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE LECHE DE CABRA	150
10. DISEÑO DE LA PLANTA	155

INTRODUCCIÓN

En la zona baja de la Subcuenca del Río El Ángel, en la Provincia del Carchi, se encuentra la Parroquia San Vicente de Pusir, fue una extensa hacienda de la Asistencia Social a inicios del siglo pasado. Esta parroquia se ubica al Sur Oeste del cantón, al margen norte del río Chota, asentada en una planicie interior alejada del río y cuyo único acceso se da a través de una sola carretera de segundo orden.

San Vicente de Pusir tiene aproximadamente 194 familias, de un total de 550 familias que tiene la zona baja de la Subcuenca del Río El Ángel. Se evidencia un predominio de población mestiza y en menor porcentaje población afrochoteña e indígenas inmigrantes de Imbabura. En este sector básicamente existen pequeños productores agropecuarios, en alrededor de 300 has. de terreno donde se cultiva principalmente fréjol, tomate, pepinillo, pimiento, caña de azúcar y frutales.

En San Vicente de Pusir se encuentran suelos escasamente profundos sobre cangahua, su textura es arcillosa y arenosa. La topografía es irregular y abrupta. Es una zona muy seca, con alto déficit hídrico, cuyos suelos para la actividad agrícola dependen necesariamente del riego, situación que se ve agudizada con apenas tres meses de lluvias al año.

La parroquia de San Vicente de Pusir, al igual que los otros caseríos de la zona baja de la Subcuenca, a pesar de encontrarse en la Ecoregión de El Ángel, tienen mayor proximidad y nexos con las comunidades de la Subcuenca del Chota-Mira, en la esfera de los valles del Chota y de Salinas.

En términos generales, los ingresos que tienen estas familias están relacionados con la agricultura y los egresos, tiene que ver con los gastos cotidianos de subsistencia y alimentación. Porcentualmente, los ingresos

más representativos se dan por la venta de productos agrícolas, después existen ingresos provenientes de trabajos remunerados en fincas, ventas de diversos productos y pequeños negocios.

De esta manera, se evidencia que la dinámica socio-económica de la zona depende básicamente de la producción agrícola. Así también, se debe analizar que las condiciones geográficas, ambientales y las evidentes zonas verdes no aptas para la agricultura pero de buenas condiciones para el pastoreo de cabras, cuya actividad generaría sustento económico a las familias del sector.

Con esta premisa, el emprendimiento mitigará la falta de empleo en la zona, servirá de ejemplo para nuevos proyectos los cuales aprovechen las condiciones del sector, la propuesta de comercializar derivados de cabra entregando al mercado nuevos productos tales como leche y carne, los cuales pueden sustituir a otros de menos calidad.

La existencia de áreas de pastoreo aptas para la explotación caprina en la parroquia genera altas expectativas económicas, como también la tendencia de hoy en día del consumo de productos de alto contenido nutricional favorece a la implementación del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

La información recopilada en el estudio de la comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras en la Parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, servirá como un aporte para fomentar la crianza de esta especie de animales pequeños, generando la utilización de la mano de obra de la misma parroquia como también generará ingresos económicos que servirá como desarrollo de la pequeña empresa, la misma que contribuiría a disminuir la migración a otros lugares por causas económicas.

El propósito de este proyecto es mejorar las expectativas que permita guiar a las personas emprendedoras con interés de superación para que conozcan las ventajas que representa la ejecución del proyecto, y las oportunidades que existen en el mercado para este tipo de productos.

La investigación realizada permite utilizar como una guía para dar una apropiada utilización y aprovechar a lo máximo los recursos que la parroquia de San Vicente de Pusir posee para este tipo de proyecto, los mismos permitirán con la creación de la pequeña empresa mejorar la calidad de vida de los habitantes.

El proyecto es factible realizarlo debido a que existe mercado para los derivados de la crianza de cabras y el sector en donde se llevará a cabo cuenta con las condiciones óptimas para su desarrollo, otro factor para el desarrollo de la pequeña empresa es que la comunidad se encuentra entusiasmada por la presencia de este tipo de empresa porque consideran que es un progreso para el sector.

En lo que se refiere como financiar los costos para la creación de la pequeña empresa se optará por créditos obtenidos de Instituciones Financieras de la Región, considerando ciertos parámetros al momento de realizarlos.

En fin, el proyecto es factible porque el producto no tiene competencia directa y se lo puede dar a conocer para que todas las personas estén al tanto de sus bondades nutritivas y lo consuman en su dieta diaria, como una fuente alimenticia completa, para que gocen de una excelente salud y buena nutrición.

Concomitantemente, la implementación del proyecto se torna en el mecanismo que dinamiza la economía, aportando al crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) y consecuentemente generando empleo.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, ubicada en la Parroquia de San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi.

ESPECÍFICOS

- Conocer la situación actual de la parroquia de San Vicente de Pusir para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.
- Establecer el marco teórico para sustentar teóricamente el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documental actualizada.
- Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado referente a los derivados de cabra, para determinar la demanda, oferta, precios y comercialización en la ciudad de Ibarra.
- Efectuar un estudio técnico para determinar la ubicación estratégica del proyecto y su proceso de producción basado en la eficiencia.
- Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.
- Establecer la organización de la pequeña empresa en el aspecto administrativo y legal para su funcionamiento.

- Analizar los posibles impactos que genere el proyecto en los ámbitos social, económico, empresarial, educativo y ambiental.

METODOLOGÍA

Para el presente estudio se utilizará el método deductivo, inductivo, analítico, por tratarse de una investigación descriptiva, donde se analizó la factibilidad para la creación de una pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, ubicada en la Parroquia de San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, Provincia del Carchi, por tanto fue importante conocer el lugar donde se va a producir y el lugar donde se va a comercializar, para promover una cadena productiva y comercial dinámica. Esto se alcanza a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, entrevistas observación directa, a posibles demandantes y ofertantes del producto y la utilización de fuentes secundarias para la caracterización del lugar donde va estar ubicado el proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

En los últimos años el cantón Bolívar presenta varios problemas, entre los más significativos tenemos: la cobertura de servicios básicos entre ellos alcantarillado a nivel rural es incipiente, las tasas de desnutrición y enfermedades infantiles son elevadas, los habitantes viven de la agricultura bajo modelos de producción de subsistencia lo que determina la baja calidad de vida junto con una deficiente cobertura del servicio de agua potable, escasa cantidad y baja calidad del agua potable y riego.

En la zona del Valle del Chota y Mira durante más de 200 años las familias existentes en todo este sector, criaron y pastorearon cabras, las mismas que fueron fuente de vida para sus habitantes, la actividad fue por demás rústica y el producto final era la carne y muy poco la leche para el autoconsumo.

Con estos antecedentes y tomando en cuenta las bondades climáticas de la zona de San Vicente de Pusir, se dispondría de las mejores condiciones para la crianza de cabras y dadas las bondades de las pasturas se puede lograr una producción significativa de leche que puede ofertarse al mercado en forma natural y de derivados. Tomando en cuenta el valor nutricional de la leche de cabra y la menor cantidad de grasa es un producto muy competitivo frente a la leche de vaca, además de las propiedades curativas que tiene, le hace aparecer como un producto verdaderamente atractivo y novedoso en el mercado. El precio de la leche de cabra y de los derivados es más alto que el de la vaca porque existe muy poca competencia y la demanda está creciendo en base a las nuevas tendencias nutricionales.

El proyecto además tendrá una proyección social porque a futuro va aglutinar a otros productores de la zona de influencia, generando ingresos sustantivos para remplazar a los de supervivencia que actualmente tienen en la actividad, esto se demuestra con la participación de la Asociación Nueva Esperanza de Pusir.

Según datos estadísticos del último censo nacional esta zona tiene el mayor índice de pobreza de la provincia del Carchi ya que el promedio de ingreso por familia va desde los 120 a 160 dólares mensuales.

El proceso productivo agrícola hasta el momento ha sido el único sustento familiar, llegando al cultivo intensivo y al monocultivo con resultados poco alentadores y los habitantes cada vez están sumidos en la pobreza y el subdesarrollo, siendo la necesidad la que ha despertado en los habitantes la iniciativa de buscar nuevas formas de sustento, como la crianza de animales para combinar lo agrícola con lo pecuario, pensando básicamente en la seguridad alimentaria y en la venta de los excedentes para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad; con este panorama, se lanza esta propuesta de desarrollo local y productivo basado en la crianza de cabras.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer la situación actual de la parroquia de San Vicente de Pusir para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la situación sociodemográfica de la parroquia San Vicente de Pusir.
- Analizar las actividades productivas que existen en la parroquia.
- Identificar las formas de comercialización que utiliza la población objeto de estudio.
- Determinar el talento humano que labora en las actividades productivas de la zona.
- Estudiar el sistema organizativo comunitario que existe en la parroquia.

1.3. VARIABLES E INDICADORES

1.3.1. Situación sociodemográfica

- Densidad poblacional
- Clima
- Precipitación
- Calidad del suelo
- Educación
- Salud
- Servicios básicos
- Cultural
- Población económicamente activa

1.3.2. Actividades productivas

- Tipo de actividad
- Tipo de ganado

- Factores preferenciales
- Nivel de Ingresos
- Rentabilidad
- Financiamiento

1.3.3. Comercialización

- Formas de comercialización
- Lugar de comercialización
- Alternativas de comercialización
- Precio de venta

1.3.4. Talento humano

- Experiencia
- Formación
- Asistencia técnica
- Tipo de empleo

1.3.5. Sistema organizativo

- Tipo de organización
- Conflictos organizacionales
- Apoyo de instituciones gubernamentales

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No.1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	ASPECTO-INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Analizar la situación sociodemográfica de la parroquia San Vicente de Pusir.	Situación sociodemográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Densidad poblacional • Clima • Precipitación • Calidad del suelo • Educación • Salud • Servicios básicos • Cultural • Población económicamente activa 	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Población de San Vicente de Pusir Documentos
Analizar las actividades productivas que existen en la parroquia.	Actividades productivas	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de actividad • Tipo de ganado • Factores preferenciales • Nivel de Ingresos • Rentabilidad • Financiamiento 	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Población de San Vicente de Pusir Documentos
Identificar las formas de comercialización que utiliza la población objeto de estudio.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de comercialización • Lugar de comercialización • Alternativas de comercialización • Precio de venta 	Primaria	Encuesta	Población de San Vicente de Pusir

Determinar el talento humano que labora en las actividades productivas de la zona.	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Formación • Asistencia técnica • Tipo de empleo 	Primaria	Encuesta	Población de San Vicente de Pusir
Estudiar el sistema organizativo comunitario que existe en la parroquia.	Sistema organizativo	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de organización • Conflictos organizacionales • Apoyo de instituciones gubernamentales 	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Población de San Vicente de Pusir Documentos

1.5. MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO

Para el desarrollo del diagnóstico se procede de la siguiente manera:

1.5.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población objeto de estudio para el diagnóstico son los habitantes de la parroquia San Vicente de Pusir siendo 2.044 habitantes, según el último censo del 2.010.

1.5.2. Determinación del tamaño de la muestra

Tomando en cuenta que el universo a investigar es significativo, se decidió obtener una muestra representativa, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{|e|^2 (N-1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 2.044

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (0,044)}{(0,05)^2 (0,044 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 324

Aplicando la fórmula, da como muestra a 324 personas a las que se debe levantar la información.

1.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para el desarrollo de este diagnóstico se aplicó las siguientes técnicas e instrumentos de investigación.

1.6.1. Información primaria

- Encuestas: Esta técnica fue aplicada a la población de la parroquia de San Vicente de Pusir.
- Observación directa: Se la realizó visitando personalmente el lugar objeto de estudio para recabar información directa.

1.6.2. Información secundaria

La información secundaria utilizada fue:

- Libros
- Documentos especializados.
- Revistas
- Internet
- Plan de Ordenamiento Territorial

1.7. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

1.7.1. Sociodemográfica

Para recabar información de la variable sociodemográfica se utilizó como fuente de consulta el Plan de Ordenamiento Territorial, INEC e internet.

- **Densidad poblacional**

La población de la parroquia es de 2.044 habitantes de los cuales 1.004 son hombres que corresponde al 49,12% de la población total y 1.040 mujeres que corresponde al 50,88%, datos que nos proporciona el censo de población y vivienda 2010.

CUADRO No. 2
POBLACIÓN DE LA PARROQUIA, SEGÚN SEXO

PARROQUIA	HOMBRE	PORCENTAJE %	MUJER	PORCENTAJE %	TOTAL
SAN VICENTE DE PUSIR	1004	49,12 %	1040	50,88 %	2044

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda CPV 2010.

Elaborado por: El autor

La estructura demográfica de población, se define en base a la clasificación de grupos de edades de un territorio, para lo cual se ha establecido siete grupos de edad, se observa que el 36.02% está en las edades de 0 a 18 años, el 42.50% corresponde de 19 a 64 años y el 11.48% de la población de la parroquia es mayor de 65 años, como se detalla en el cuadro.

CUADRO No. 3
POBLACIÓN DE LA PARROQUIA,
SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD

POBLACION DE LA PARROQUIA, SEGÚN GRUPOS DE EDAD	
Grupos de Edad	Casos
De 0 a 5 Años	243
De 6 a 12 Años	343
De 13 a 18 Años	283
De 19 a 32 Años	407
De 33 a 45 Años	275
De 46 a 64 Años	324
De 65 y Mas	169
Total	2.044

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda CPV 2010.
 Elaborado por: el autor

- **Clima**

De manera general se podría considerar que esta zona de la región interandina, la parroquia San Vicente de Pusir, según la clasificación climática de Pierre Pourrut (1995), presenta un clima mesotérmico seco.

- **Precipitación**

La parroquia de San Vicente de Pusir se caracteriza por presentar sus máximos lluviosos en los meses de Abril y Noviembre constituyendo un régimen de precipitaciones interanual de distribución bimodal, siendo esta notablemente regular a lo largo del año. La precipitación en el territorio oscila entre los 400 y 1500 mm al año.

- **Calidad del suelo**

La única zona apta para cultivos es una franja que sale desde el extremo sureste de la parroquia y que sigue la carretera principal hasta el oeste de Pusir Chiquito.

- **Educación**

La parroquia cuenta con 6 instituciones educativas, con ello se cubren las necesidades básicas prioritarias en materia de educación, las instituciones educativas se presentan en el cuadro.

CUADRO No. 4
CENTROS EDUCATIVOS DE LA PARROQUIA

NO.	INSTITUCIÓN	TIPO	LUGAR	SECTOR	TIPO D EDUCACIÓN
1	LUIS CLEMENTE DE LA VEGA	JARDIN	BARRIO SAN FRANCISCO	RURAL	Inicial y Educacción Básica
2	GUAYAQUIL	ESCUELA	YASCON		Educación Básica
3	JOSE MARIA GRIJALVA	ESCUELA	CASERIO TUMBATU		Educación Básica
4	JUAN SALINAS	ESCUELA	CALLE 23 DE AGOSTO		Educación Básica
5	RED EDUCATIVA PUSIR GRANDE	UNIDAD	CASERIO PUSIR GRANDE		Inicial Educación Básica y Bachillerato
6	GALO PLAZA LASSO	COLEGIO	EL ARENAL		Educación Básica y Bachillerato

Fuente: Dirección provincial de Educación de del Carchi
Elaborado por: el autor

El analfabetismo es la incapacidad de leer y escribir, que se debe generalmente a la falta de aprendizaje.

CUADRO No. 5
PORCENTAJE DE ANALFABETISMO EN LA PARROQUIA

PARROQUIA	PORCENTAJE ANALFABETISMO
BOLIVAR	4,48
GARCIA MORENO	5,92
LOS ANDES	7,32
MONTE OLIVO	9,06
SAN VICENTE DE PUSIR	8,26
SAN RAFAEL	8,94

Fuente: Censo de población y vivienda CPV 2010
Elaborado por: el autor

A nivel cantonal tiene el 8,67% de analfabetismo (CPV 2010) y a nivel parroquial tiene 8.26% este porcentaje es inferior a la media cantonal.

La Junta Parroquial mantiene una importante relación con las diferentes organizaciones e instituciones presentes en el sector, ésta cuenta con un

tejido de organizaciones sociales muy importante, desde el punto de vista cuantitativo. Entre ellos destacan: asociaciones y grupos de mujeres, grupos de adultos mayores, grupos de jóvenes, culturales, clubes deportivos, organizaciones de adultos mayores, comunidades, juntas administradoras de agua, de consumo y de riego, asociación de agricultores, tejido estudiantil. La parroquia cuenta con las siguientes comunidades, instituciones públicas, asociaciones, centros de desarrollo inicial, grupos, clubs deportivos, barrios y organizaciones económicas, se detallan en el cuadro.

CUADRO No. 6 ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES DEL SECTOR

SAN VICENTE DE PUSIR		
COMUNIDADES	ASOCIACIONES	
San Vicente del Tambo	Medallita Milagrosa	Sembrando el progreso
Pusir Grande	San Vicente Ferrer	Aso. De Productores Agropecuarios Pusir Grande
Tumbatu	SAGABRIA	Aso. de Productores e Innovación Agrícola
INSTITUTUCIONES PÚBLICAS	Asociación de Agricultores-Tumbatú	Organización Nueva Esperanza-Pusir Grande
Gobierno Parroquial	Asociación Pueblo social y Valiente-Pusir Grande	CDI
Centro de Salud	Asociación pequeños agricultores-Pusir Grande	San Vicente de Pusir, Tumbatú y Pusir Grande
Tenencia Política	Asociación Agrícola San Vicente de Pusir	
GRUPOS	CLUBES	ORGANIZACIONES ECON.
Grupo de Danza Mano Amiga	4 Clubes deportivos en San Vicente de P.	Caja Comunal San Vicente Ferrer
Grupo Multicultural San Vicente en Pusir Grande	4 Clubes deportivos en Tumbatú	2 Cajas Comunales en Tumbatú
Grupo de Danza Los Tropicales en Tumbatú	Club deportivo en Tambo	Cooperativa San Vicente en Tambo
Grupo Jóvenes con Cristo en Tumbatú	Club deportivo en Yascon	2 Bancos comunales en Pusir Grande.
Grupo de Jóvenes Pueblo Social y Valiente en Pusir Grande	BARRIOS	
Grupos para el Rescate Cultural y Social representantes de la CONAMUNE en San Vicente de Pusir, Tumbatú y Pusir Grande	San Francisco	
Asociación de Adultos Mayores virgen del Tránsito en Tumbatú	San José	
	Jesús del Gran Poder	

Fuente: Gobierno Parroquial
Elaborado por: el autor

La parroquia cuenta con: barrios, comunidades, instituciones públicas, escuelas, colegio, asociaciones, grupos, clubs deportivos centros de desarrollo inicial, subcentro de salud.

La mayoría de organizaciones están constituidas como entidades de hecho y no de derecho. Sin embargo y a pesar de la existencia de un marco normativo adecuado, desde la Constitución de Montecristi hasta leyes de rango inferior que propician la participación ciudadana, existe una notable falta de dinamismo en las organizaciones sociales existentes y a esto se suma la dificultad de cumplir con los requisitos solicitados para legalizar las organizaciones, lo que ha sido un limitante para éstas al momento de acceder a programas y proyectos.

- **Salud**

La parroquia cuenta con un subcentro de salud en la cabecera parroquial, y con puestos de salud en la comunidad Tumbatú y Pusir Grande, con lo cual tiene cubierta la atención primaria, tiene una cobertura de servicios de salud.

**CUADRO No.7
SUBCENTROS DE SALUD EN LA PARROQUIA**

UNIDAD OPERATIVA	TIPOLOGÍA	PARROQUIA
SAN VICENTE DE PUSIR	PS	SAN VICENTE DE PUSIR
PUSIR GRANDE	PS	
TUMBATU	PS	

Fuente: M.S.P. Sistema Común De Información
Elaborado por: el autor

Algunas personas de la Parroquia San Vicente de Pusir son afiliadas al seguro campesino de Chota y El Juncal.

La cobertura en materia de salud ofrecida en la parroquia cubre: medicina general, odontología, enfermería, visitas domiciliarias, salud escolar,

brigadas comunitarias, atención prenatal, planificación familiar, detección oportuna de cáncer, atención médica general.

En el cuadro, se detallan los indicadores de salud en donde la tasa de natalidad es del 15.04%, la tasa de mortalidad infantil y de la niñez está en 0%. La tasa de camas por 10.000 habitantes está en 0%.

CUADRO No.8
INDICADORES DE SALUD EN LA PARROQUIA

Sector	Indicador	Unidad	Valor
Salud	Tasa global de fecundidad	%	1,90
	Población con discapacidad	%	8,37
	** Tasa médicos por 10.000 habitantes	%	14,68
	Tasa de natalidad	%	15,04
	*** Tasa de mortalidad infantil	%	0,00
	*** Tasa de mortalidad de la niñez	%	0,00
	* Tasa de camas por 10.000 hab	%	0,00

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: El autor

Los indicadores meta de salud a nivel nacional son: aumentar al 70% la cobertura de parto institucional público al 2013; aumentar a 7 la calificación del funcionamiento de los servicios de Salud Pública al 2013; reducir en 25% el embarazo adolescente al 2013; disminuir en 35% la mortalidad materna al 2013 y reducir en un 35% la mortalidad neonatal precoz al 2013.

- **Servicios básicos**

La cabecera parroquial tiene un sistema de agua potable en las comunidades, el agua de consumo es entubada, los sistemas de agua en la parroquia y comunidades son manejados por las Juntas Administradoras de Agua.

Para el caso de parroquia la procedencia del agua recibida se detalla en el cuadro, situación que indica que el 40,37 % de la población todavía se abastece de agua procedente de ríos, vertientes, acequias o canales.

CUADRO No. 9
PROCEDENCIA DEL AGUA DE CONSUMO RECIBIDA EN LA
PARROQUIA

Procedencia principal del agua recibida	Casos	%
De red pública	244	45,19 %
De pozo	6	1,11 %
De río, vertiente, acequia o canal	218	40,37 %
De carro repartidor	59	10,93 %
Otro (Agua lluvia/albarrada)	13	2,41 %
Total	540	100,00 %

Fuente: INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010
Elaborado por: el autor

Las características del agua son de buena calidad aunque en época lluviosa el agua de las captaciones adquiere turbiedad, sin que esto afecte a la cantidad de agua requerida para la población aún en época de estiaje.

En la comunidad Tumbatú no tienen agua potable, la que consumen llega 2 veces por semana a través del tanquero municipal, en esta comunidad el agua es un problema en la salud principalmente para los niños en su mayoría presentan problemas gastrointestinales y hongos en la piel; el agua la reciben en PusirGrande, si existe agua le dan tratamiento pero no muy permanente, la infraestructura está en mal estado.

En Pusir Grande el sistema de agua de consumo está en mal estado, se requiere el mejoramiento del sistema, se dispone de una planta de tratamiento, para procesamiento del agua del canal de riego (no se

dispone del agua tratada cuando falta energía eléctrica o se suspende el canal de riego).

En la cabecera parroquial, comunidad Tumbatú y comunidad Pusir Grande se cuenta con sistemas de alcantarillado, su mantenimiento no es adecuado, existe un escaso tratamiento de las aguas servidas.

A nivel cantonal el 38.6% de las viviendas el servicio higiénico no está conectado al alcantarillado, a nivel parroquial está en 41.5%.

El agua de riego de la parroquia es abastecida principalmente de los ríos El Ángel y Apaquí, acequia San Vicente de Pusir, acequia San Victoriano, vertiente Payama, y vertiente Tumbatú. El mayor número de usuarios son los socios de la Junta de Aguas San Vicente de Pusir .

CUADRO No.10
CENTROS EDUCATIVOS DE LA PARROQUIA

NO.	INSTITUCIÓN	TIPO	LUGAR	SECTOR	TIPO D EDUCACIÓN
1	LUIS CLEMENTE DE LA VEGA	JARDIN	BARRIO SAN FRANCISCO	RURAL	Inicial y Educación Básica
2	GUAYAQUIL	ESCUELA	YASCON		Educación Básica
3	JOSE MARIA GRIJALVA	ESCUELA	CASERIO TUMBATU		Educación Básica
4	JUAN SALINAS	ESCUELA	CALLE 23 DE AGOSTO		Educación Básica
5	RED EDUCATIVA PUSIR GRANDE	UNIDAD	CASERIO PUSIR GRANDE		Inicial Educación Básica y Bachillerato
6	GALO PLAZA LASSO	COLEGIO	EL ARENAL		Educación Básica y Bachillerato

Fuente: Dirección provincial de Educación del Carchi
Elaborado por: el autor

- **Cultural**

En la parroquia existe una diversidad étnica porque hay una variedad de etnias o grupos humanos establecidos, de una u otra manera estos grupos establecen sus costumbres, tradiciones, vestimenta y actividades, aunque han recibido mucha influencia de afuera, esto se ve especialmente en los afroecuatorianos que han perdido su organización

social y muchas de sus costumbres se han ido adaptando al resto de la población mestiza.

Los habitantes de esta parroquia poseen una gran diversidad étnica y cultural, esto se refleja en su gran cantidad de manifestaciones culturales que se desarrollan a lo largo del año. Sus pobladores así lo destacan “en una fiesta hay música, danza, juegos, disfraces y más, intercalados muchas veces con actos católicos”. Por lo tanto el Patrimonio Cultural, lo conforman obras del pasado que muchas veces se mantienen vivas y manifestaciones culturales del presente.

En esta gran vivencia cultural intervienen indígenas, afroecuatorianos, montubios, mestizos, blancos y más.

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda CPV 2010, la población de la parroquia se autoidentifica según su cultura y costumbres, se detalla en el cuadro.

CUADRO No.11
AUTOIDENTIFICACIÓN SEGÚN SU CULTURA Y COSTUMBRES

Autoidentificación según su cultura y costumbres	Casos	%
1. Indígena	49	2,40%
2. Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	1.165	57,00%
3. Montubio/a	6	0,29%
4. Mestizo/a	788	38,55%
5. Blanco/a	36	1,76%
Total	2.044	100,00%

Fuente: INEC. Censo de Población y vivienda CPV 2010
Elaborado por: El autor

- **Población económicamente activa**

Según el censo de población y vivienda 2010, las categorías de ocupación de la población económicamente activa de la parroquia se dedica en un 40,05% a laborar por cuenta propia, un 30,80% labora como jornalero(a) o peón y el 7,73% labora como empleado(a) u obrero(a) privado. Quienes se encuentran en la categoría de ocupación cuenta propia, el 75,43% se dedican a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Así mismo quienes están en la categoría de ocupación jornalero, el 93,15% se dedican a la agricultura. De la categoría de empleado/a u obrero/a privado, el 43,39% se dedican a la agricultura. Una pequeña parte de la PEA (3,75%) se dedican a la enseñanza, administración pública y defensa.

Se puede observar que casi un tercio de la población trabaja como jornalero. Esta categoría de ocupación demuestra una fuerte precariedad laboral en la parroquia San Vicente de Pusir. Durante la cartografía participativa, los actores mencionaron que la gente trabajaba al partir.

CUADRO No.12
CATEGORÍA OCUPACIONAL DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE PUSIR

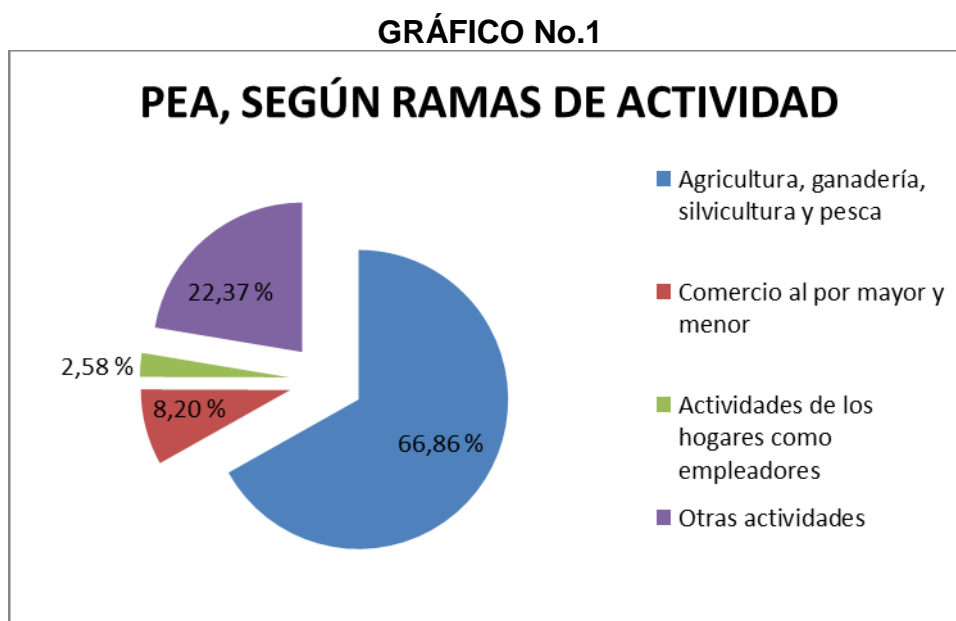
Categoría ocupacional de la parroquia San Vicente de Pusir		
Categoría de ocupación	Casos	%
Cuenta propia	342	40,05 %
Jornalero/a o peón	263	30,80 %
No declarado	66	7,73 %
Empleado/a u obrero/a privado	53	6,21 %
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	32	3,75 %
Empleado/a doméstico/a	28	3,28 %
Trabajador/a no remunerado	23	2,69 %
Trabajador nuevo	21	2,46 %
Patrono/a	17	1,99 %
Socio/a	9	1,05 %
Total	854	100,00 %

Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010
Elaborado por: el autor

Ramas de actividad

En el gráfico, se observa que el 66,86% de la PEA se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, el 8,20 % son comerciantes al por mayor y menor y el 2,58% se dedican actividades de los hogares como empleadores. En la categoría otras actividades que representan el 22,37% se encuentran: industrias manufactureras, enseñanza y construcción. De acuerdo a estos indicadores se puede afirmar que la economía de la parroquia está concentrada en el sector primario.

Las industrias manufactureras están representadas principalmente por la actividad de post cosecha de fréjol (Medallita Milograda) y la confección de ropa.



Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010
Elaborado por: el autor

CUADRO No. 13

RAMAS DE ACTIVIDAD DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE PUSIR

Ramas de actividad de la parroquia San Vicente de Pusir		
Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	571	66,86 %
No declarado	90	10,54 %
Comercio al por mayor y menor	70	8,20 %
Actividades de los hogares como empleadores	22	2,58 %
Trabajador nuevo	21	2,46 %
Construcción	12	1,41 %
Enseñanza	12	1,41 %
Industrias manufactureras	11	1,29 %
Transporte y almacenamiento	11	1,29 %
Administración pública y defensa	9	1,05 %
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	7	0,82 %
Actividades de la atención de la salud humana	7	0,82 %
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	4	0,47 %
Información y comunicación	3	0,35 %
Otras actividades de servicios	2	0,23 %
Explotación de minas y canteras	1	0,12 %
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1	0,12 %
Total	854	100,00 %

Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: el autor

1.8. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

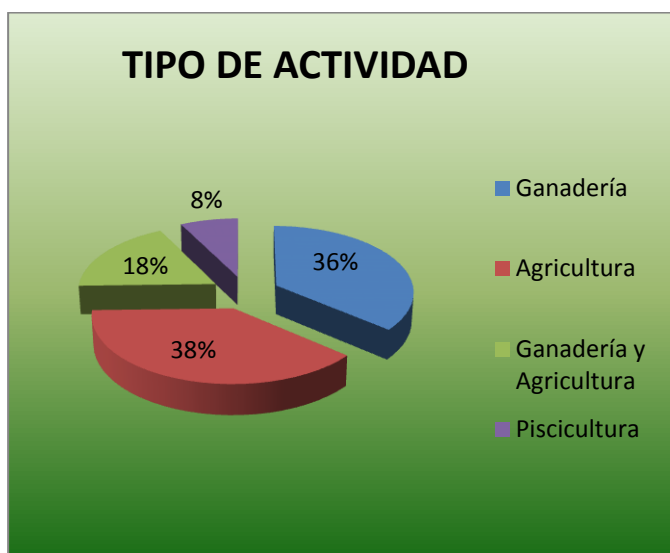
1.8.1 Resultados de la encuesta aplicada a la población de San Vicente de Pusir

1. ¿Cuáles es la actividad que usted realiza en el campo?

CUADRO No.14
TIPO DE ACTIVIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ganadería	111	34
Agricultura	118	36
Ganadería y Agricultura	55	17
Piscicultura	23	7
Otras	17	5
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.2



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

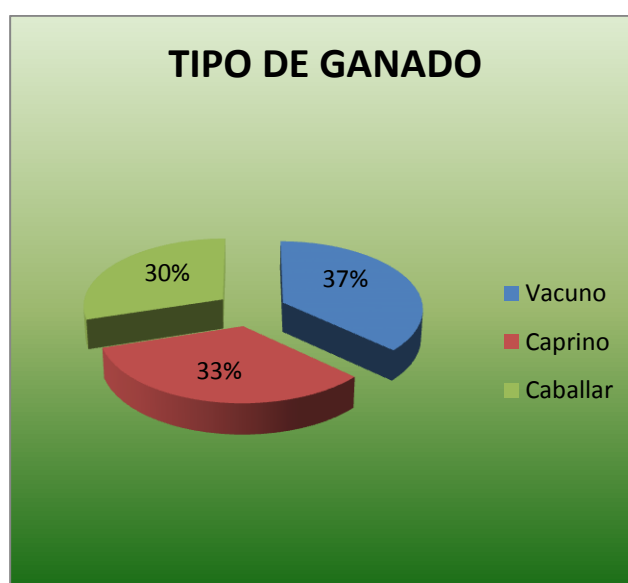
En San Vicente de Pusir al ser una zona altamente productiva, las personas se han dedicado a hacer producir la tierra con la siembra de cereales y principalmente la crianza de ganado, aspecto fundamental ya que la zona del Carchi por su clima es apta para la producción de productos de clima frío y ganado.

2. ¿Cuál es el tipo de ganado que más produce?

CUADRO No.15
TIPO DE GANADO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Vacuno	120	37
Caprino	107	33
Caballar	97	30
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.3



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

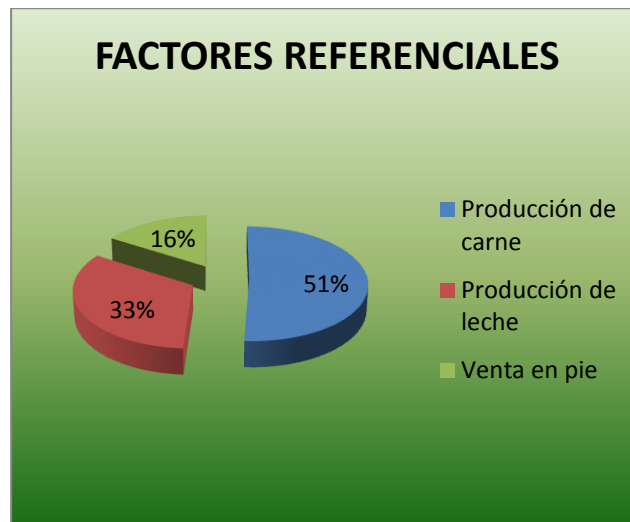
De acuerdo a los datos obtenidos la crianza de ganado vacuno es la actividad a la que más se dedican los ganaderos de San Vicente de Pusir; seguido por una tercera parte de personas que se dedican a criar cabras y menos de una tercera parte al ganado caballar.

3. ¿Por qué existe preferencia por la crianza de cabras en el sector?

CUADRO No.16
FACTORES PREFERENCIALES

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Producción de carne	165	51
Producción de leche	107	33
Venta en pie	52	16
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.4



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

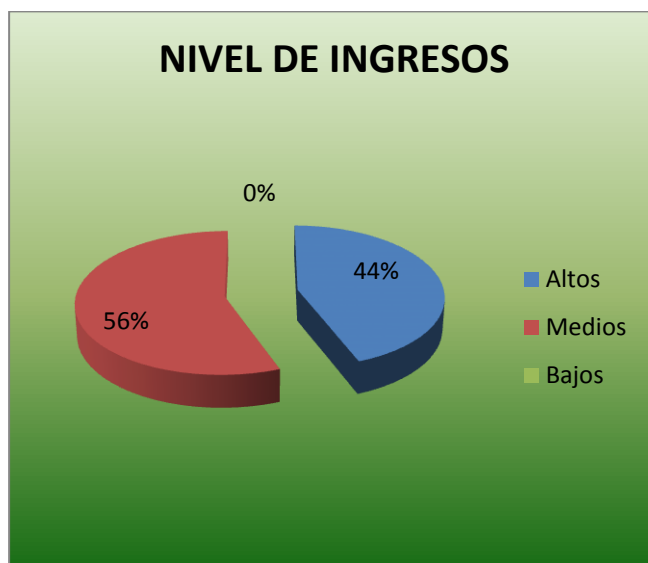
Los datos obtenidos determinan que la mitad de los ganaderos producen carne de cabra, una tercera parte crían cabras para la producción de leche y poco es para la venta del animal en pie. Los resultados demuestran que la preferencia por la producción de carne y leche de cabra se debe al buen nivel de aceptación por parte de la población.

4. ¿Los ingresos que recibe de su actividad ganadera son?

**CUADRO No.17
NIVEL DE INGRESOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Altos	143	44
Medios	181	56
Bajos	0	0
TOTAL	324	568

GRÁFICO No.5



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

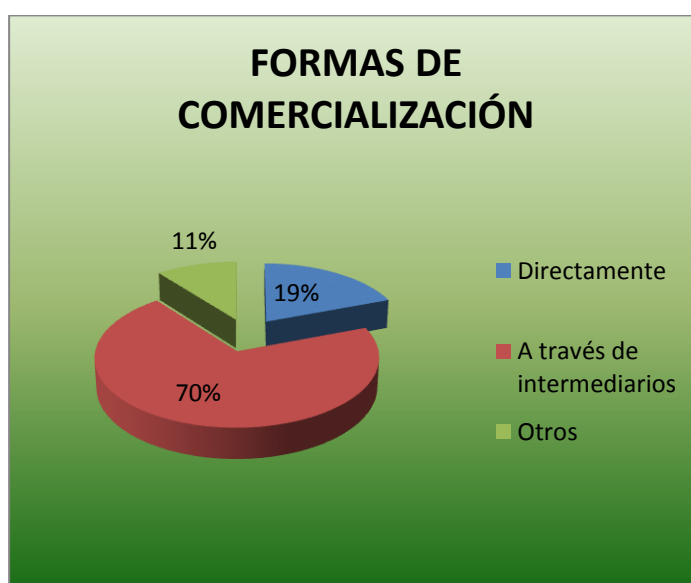
El nivel de ingresos obtenido por los ganaderos es de nivel medio, esto se da por la falta de apoyo ya que los productos la mayoría de veces se venden a intermediarios que son los que obtienen mayores ganancias; otros consideran que el nivel de ingreso es alto, debido a que aplican el método de distribución directa en la actividad ganadera.

5. ¿Cómo comercializa sus productos agrícolas?

CUADRO No.18
FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Directamente	62	19
A través de intermediarios	226	70
Otros	36	11
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.6



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

Los productores de San Vicente de Pusir aplican para la comercialización de sus productos, la venta mayoritaria a través de intermediarios, ya que les resulta más rentable debido a la lejanía de los mercados, ahorrando tiempo y dinero, otros lo realizan directamente porque consideran que es más favorable, como también aplican otros mecanismos de comercialización.

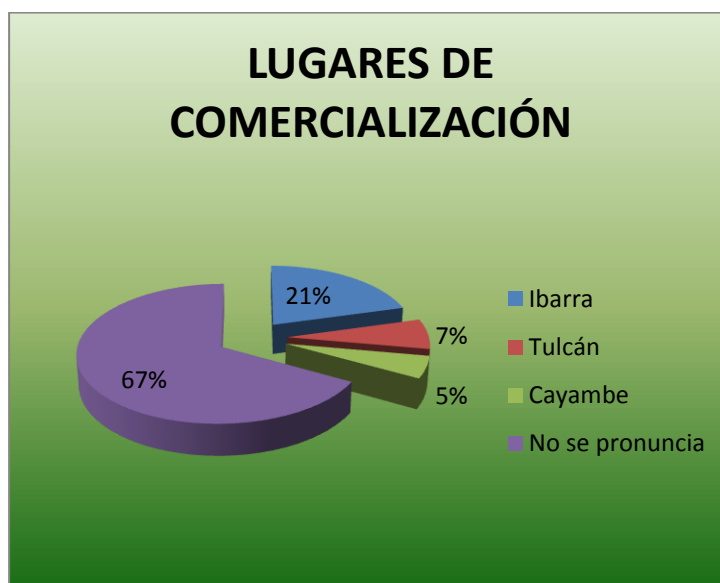
6. ¿Dónde comercializa más la producción de cabras para carne y su leche a más del consumo local?

CUADRO No.19

LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ibarra	67	21
Tulcán	23	7
Cayambe	17	5
No se pronuncia	217	67
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.7



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

De los habitantes encuestados la mayoría no se pronuncian, porque no se dedican a esta actividad, quienes lo realizan manifiestan que Ibarra es el mercado donde se evidencia la buena acogida que tiene el consumo de carne y leche de cabra, por lo que se destaca como mercado potencial para su comercialización, seguido por Tulcán donde se ha presenciado aunque en pequeña cantidad también el gusto por el producto.

7. ¿Considera que se puede comercializar los productos derivados de la cabra en otras ciudades?

CUADRO No.20
ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	88	27
Poco	19	6
Nada	0	0
No se pronuncia	217	67
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.8



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

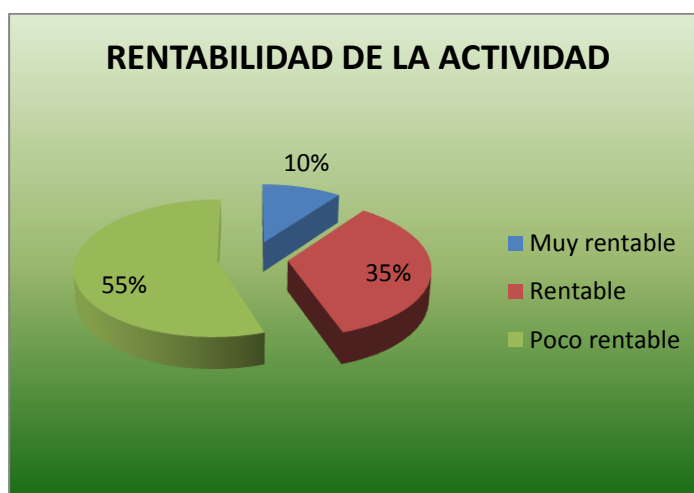
La mayoría de las personas no se pronuncian, porque no se dedican a la crianza de caprinos y desconocen sobre la comercialización, quienes sí crían caprinos mencionan que es muy fácil comercializar los productos derivados de la cabra como carne y leche, porque son muy apetecidos a nivel de familia como tipo gourmet y se los vende con facilidad en grandes supermercados y comercios de la ciudad.

8. ¿Cómo considera la rentabilidad de su actividad?

CUADRO No.21
RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy rentable	33	10
Rentable	112	35
Poco rentable	179	55
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.9



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

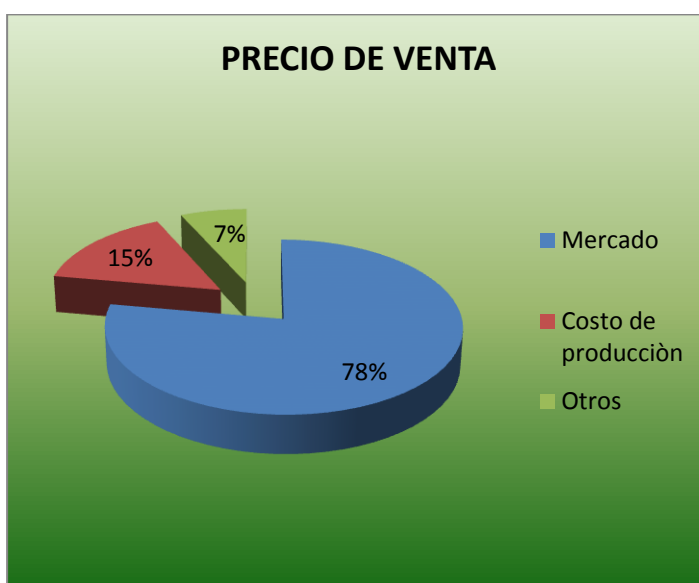
La actividad a la que se dedican la consideran poco rentable, esto se debe al incremento de los precios de los insumos agrícolas que cada día están más altos, lo que ha generado que la actividad se desestabilice, como también el precio de los productos tiende a bajar por la sobreproducción y por el contrabando de productos de los vecinos países, además, seguido por quienes la consideran rentable, porque personalmente se dedican a la venta directa de sus productos, finalmente encontramos en una minoría que manifiestan que es muy rentable la actividad ya que ellos tienen mercados conocidos para su comercialización.

9. ¿Cómo establece el precio de venta de sus productos?

**CUADRO No.22
PRECIO DE VENTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mercado	252	78
Costo de producción	50	15
Otros	22	7
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.10



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

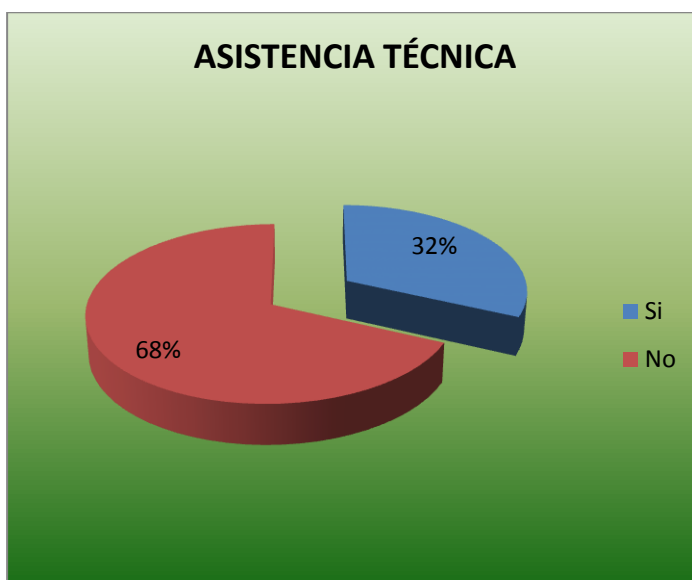
El principal aspecto que se toma en cuenta para establecer el precio de venta del producto es el mercado, donde la oferta y la demanda son los principales factores para conocer qué precios se pueden manejar, en pocas ocasiones se considera los costos de producción que se han realizado para considerar el precio del producto en el mercado.

10. ¿Recibe asistencia técnica para su actividad, por parte de alguna institución?

**CUADRADO No.23
ASISTENCIA TÉCNICA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	103	32
No	221	68
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.11



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

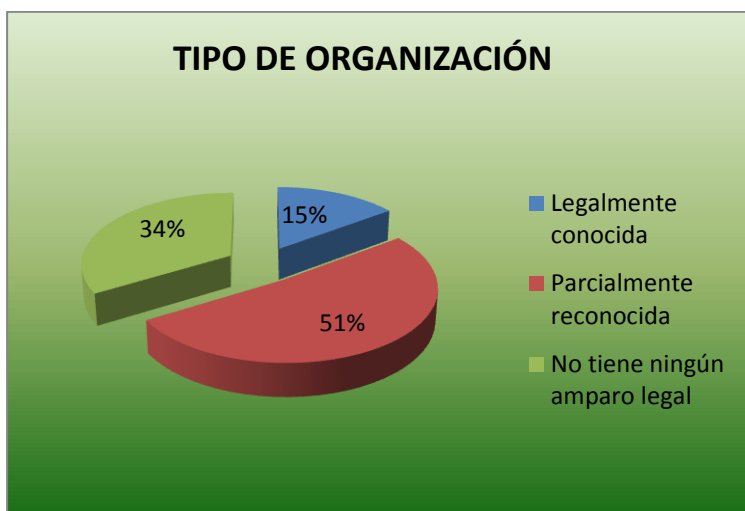
La presencia de asistencia técnica por parte de alguna institución es escasa, no se cuenta con ese privilegio donde una persona capacitada comparta sus conocimientos para que mejoren sus procesos y poder obtener mejores resultados, los pocos, que han recibido asistencia técnica se debe a que han gestionado por cuenta propia el servicio.

11. ¿La organización que existe en su comunidad es?

CUADRO No.24
TIPO DE ORGANIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Legalmente reconocida	49	15
Parcialmente reconocida	165	51
No tiene ningún amparo legal	110	34
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.12



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

En el sector de San Vicente de Pusir existen pequeñas organizaciones que se dedican a buscar alternativas de apoyo para los productos, pero son parcialmente reconocidas, otras son legalmente reconocidas pero no cuentan con una persona que se ponga al frente para buscar apoyo y mejorar la vida del agricultor.

12. ¿Los conflictos que enfrenta la organización de la comunidad son?

**CUADRO No.25
CONFLICTOS ORGANIZACIONALES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Frecuentes	224	69
Ocasionales	68	21
Inexistentes	32	10
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.13



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

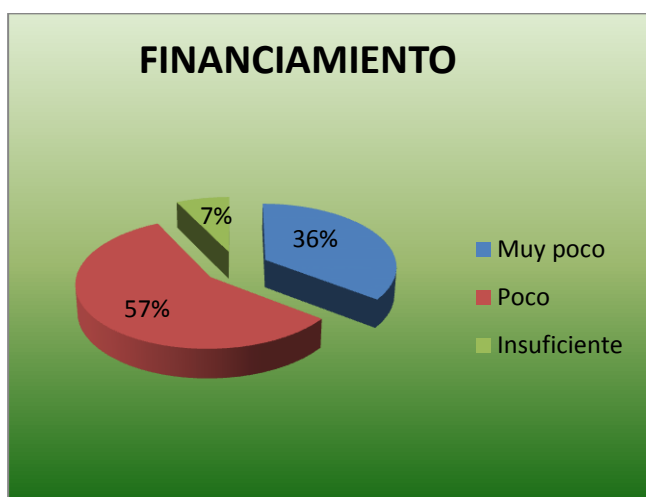
Los productores comentan que son frecuentes los problemas que las organizaciones presentan, debido a que muchas veces reciben recursos y no los saben administrar adecuadamente, inclusive no justifican su inversión, otros mencionan que son ocasionales, en vista de que no disponen de información al respecto, ya que se mantienen al margen de este tipo de organizaciones.

13. ¿Considera usted que su actividad ganadera y/o agrícola es propicia para lograr créditos?

**CUADRO No.26
FINANCIAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Poco	185	57
Muy poco	116	36
Insuficiente	23	7
Regular	0	0
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.14



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

Los productores consideran que la actividad a la que se dedican no es propicia para obtener un crédito, debido a que existen muchos riesgos hasta poder obtener los productos, es por ello que las financieras rechazan un préstamo, como también consideran que en ocasiones dependiendo el estado de la producción la aceptan como respaldo del préstamo.

14. ¿La experiencia que tiene usted en su actividad es?

CUADRO No.27
EXPERIENCIA EN LA ACTIVIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alta	261	81
Media	44	14
Baja	19	6
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.15



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

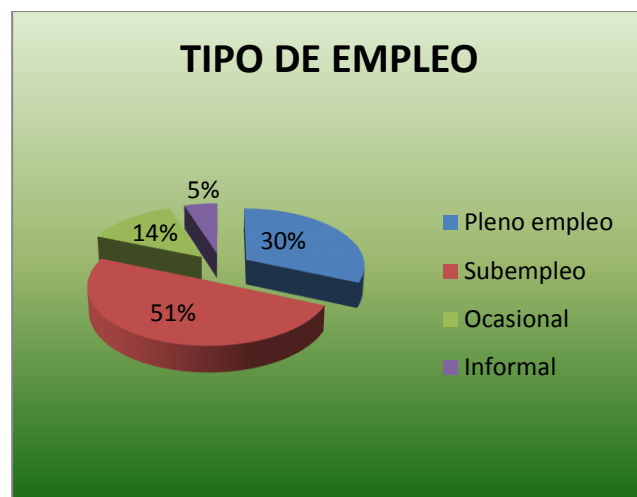
La experiencia que los productores tienen en este tipo de actividad es alta, debido a que llevan varios años de su vida dedicados a este tipo de labores, favoreciendo la adquisición de conocimientos con el pasar del tiempo, pocos son los que tienen baja experiencia y que recientemente se han iniciado en este tipo de actividad, contratando personal con experiencia para que se hagan cargo de sus cultivos.

15. ¿Considera usted que su actividad es de?

CUADRO No.28
TIPO DE EMPLEO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Pleno empleo	97	30
Subempleo	165	51
Ocasional	46	14
Informal	16	5
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.16



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

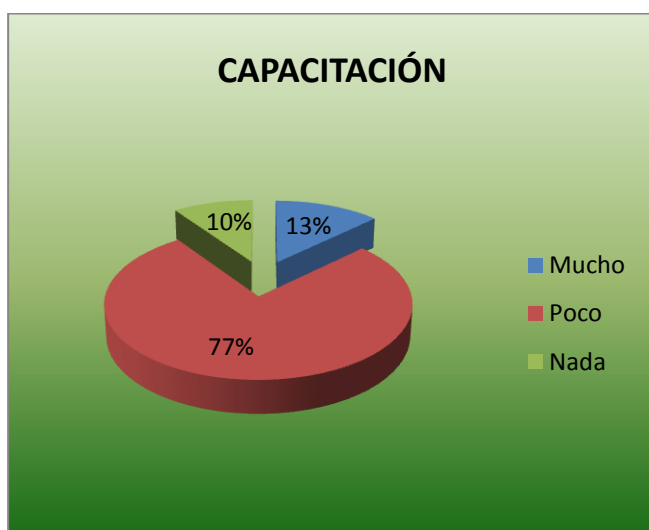
Según los productores consideran que la actividad a la que se dedican es de subempleo, debido a que no es constante, es decir, hay temporadas en las que se requiere de personal, otros lo mantienen como un empleo constante porque se dedican a cubrir todo el trabajo los mismos propietarios que no requieren servicios de otras personas.

16. ¿Ha recibido usted capacitación para mejorar su actividad?

**CUADRO No.29
CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	42	13
Poco	249	77
Nada	33	10
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.17



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

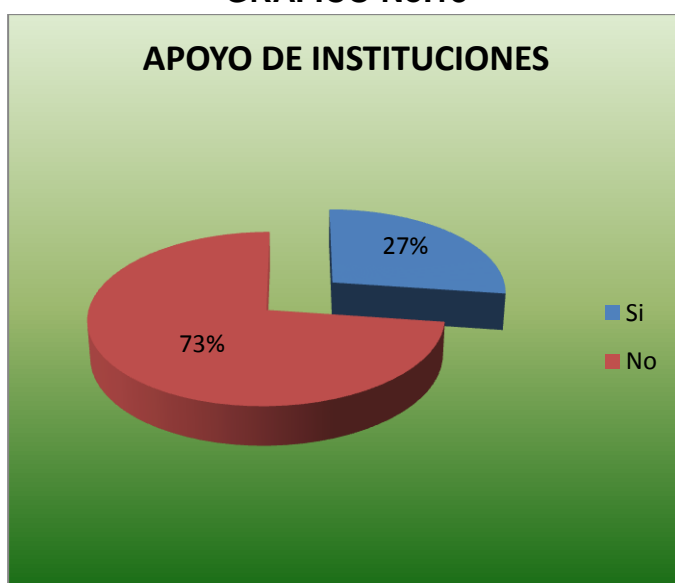
Debido a la lejanía del sector, poco importante se ha visto por parte de las autoridades la capacitación de los habitantes, es así que, se han preparado ya sea a través de la organización que mantienen dependiendo de los recursos que disponen de vez en cuando, o capacitándose por cuenta propia.

17. ¿Ha recibido apoyo de instituciones gubernamentales?

**CUADRO No.30
APOYO DE INSTITUCIONES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	88	27
No	236	73
TOTAL	324	100

GRÁFICO No.18



Fuente: Habitantes de la Parroquia San Vicente de Pusir
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

El apoyo de instituciones gubernamentales no se ha hecho presente en ningún caso, ellos por cuenta propia han venido desarrollando y mejorando los procesos productivos que les permitan obtener mejores utilidades en sus trabajos, como se puede observar en un porcentaje menor han sentido la presencia de apoyo, porque han gestionado e insistido por un apoyo.

1.9. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

1.9.1. Aliados

- Convenio con instituciones
- Población predispuesta a colaborar con el proyecto
- Condiciones climáticas adecuadas
- Programas de desarrollo de nuevos cultivos y actividades auspiciados por el MAGAP

1.9.2. Oponentes

- Labores agrícolas tradicionales
- Ausencia de créditos para nuevos proyectos
- Consumo tradicional
- Falta de asistencia técnica

1.9.3. Oportunidades

- Demanda local y regional del producto
- Producción de leche
- Alianzas estratégicas con empresas de la zona
- Crecimiento de la demanda del producto

1.9.4. Riesgos

- Incremento de los precios de los insumos agrícolas
- Presencia de plagas y enfermedades
- Variación climática

1.10. CRUCE AOOD

1.10.1. Aliados-oponentes

- Para una mejor productividad en el sector es importante considerar como respaldo a las Instituciones que brinden capacitación para mejorar el nivel productivo y no seguir en el método tradicional de cultivo.
- La colaboración de los agricultores permitirá socializar de mejor manera los nuevos proyectos.
- Las condiciones climáticas son favorables para el cultivo y la ganadería

1.10.2. Aliados- riesgos

- El apoyo de los departamentos del Ministerio de Agricultura y Ganadería permitirá disminuir el riesgo de enfermedades.
- Las condiciones climáticas que el sector presenta son las más adecuadas para la agricultura y la ganadería.

1.10.3. Oponentes-opportunidades

- La ausencia de apoyo financiero restringe la actividad agrícola y ganadera, perdiéndose de esta manera oportunidades de mejorar sus ingresos.
- El no utilizar la tecnología en el proceso productivo origina baja productividad y falta de capacidad de abastecimiento para el mercado.

1.10.4. Oponentes-riesgos

- El mantener las labores agrícolas tradicionales afecta y propicia la presencia de plagas y enfermedades en el cultivo, ya que no toman las medidas adecuadas que eviten el problema, además de una degradación temprana del suelo.
- La ausencia de créditos destinados a la agricultura y ganadería inciden en la falta de producciones alternativas que mejoren los ingresos del sector analizado.

1.11. PROBLEMA DIAGNÓSTICO U OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

El problema diagnóstico identificado se determina por las siguientes causas y efectos:

“La falta de asistencia técnica y la ausencia de créditos blandos ha desestimulado la continuación de la agricultura y la ganadería, desaprovechando la creciente demanda que existe para ciertos productos, esto ha provocado que los potenciales agricultores y ganaderos tengan actividades agrícolas de subsistencia e incluso desestimulando la actividad por falta de rentabilidad.”

Entre los factores positivos del entorno del proyecto se encuentran: la zona posee un clima apto para la crianza intensiva de cabras, la población posee cierta experiencia en el manejo de la actividad caprina. Con este antecedente nace la oportunidad de gestionar la creación de una pequeña empresa para la comercialización de derivados de la crianza de cabras en la Parroquia de San Vicente de Pusir, siendo ejemplo de nuevos emprendimientos que dinamizará la economía de la zona.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico es la parte de la investigación, donde se encuentra la información bibliográfica, de los aspectos más importantes que se utilizan en el desarrollo del proyecto. En este capítulo se fundamentan las teorías, estudios y antecedentes en general que se refieren al tema propuesto.

2.1. Estudio de factibilidad

FONTAINE R. Ernesto, (2008). Afirma: *“La factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos”*. Pág.72

El estudio de factibilidad consiste en la búsqueda de objetivos donde se detalla aquellos recursos disponibles con los que cuenta y los que la pequeña empresa necesita para realizar sus respectivas actividades, las mismas requieren de varios procesos para tener éxito en la gestión.

2.1.1. Objetivos del estudio de factibilidad

FONTAINE R. Ernesto, (2008). Pag.76. Presenta los principales objetivos que persigue el estudio de factibilidad

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.

- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

2.1.2. Recursos del estudio de factibilidad

Según, FONTAINE R. Ernesto, (2008). Pag.79. Determina que los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente. Los recursos a realizarse son:

- **Factibilidad Operativa:** Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto.
- **Factibilidad Técnica:** Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto.
- **Factibilidad Económica:** Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse.

2.2. La Pequeña empresa

VÁSQUEZ Lola (2007). Afirma: *“La pequeña empresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”*. Pág. 125

La pequeña empresa es un negocio personal o familiar el mismo es operado por una persona individual, cuyo objetivo es obtener ingresos y lograr mantener el pequeño negocio en el mercado. Su propósito es generar empleo en la sociedad creando nuevas oportunidades de promoción para las familias más pobres.

2.2.1. Objetivos de la pequeña empresa

VÁSQUEZ Lola, (2007) Pág. 127. Presenta los objetivos de la pequeña empresa.

- Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables.
- Obtener niveles de calidad en la entrega de productos.
- Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento.
- Conservar y aumentar el nivel de cuentas, con alternativas de pago para el cliente.
- Mantener la seriedad en la distribución de productos.
- Disminuir las pérdidas en productos perecibles.
- Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley.

- Incrementar el empleo, productividad.
- Ampliación del mercado local, nacional e internacional.
- Incentivar la actividad empresarial.
- Ofrecer productos o servicios de calidad.
- Generar un valor agregado en la producción.
- Integrar armónicamente la empresa al entorno.
- Optimizar la utilización de recursos.
- Lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado.

2.2.2. Características de la pequeña empresa

VÁSQUEZ Lola, (2007) Pág. 127. Presenta las características de la pequeña empresa:

- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la pequeña empresa.
- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.

- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual genera crecimiento económico.
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos. Contribuye a la producción nacional y a la sociedad en general, aparte de los gastos y ganancias que generan.
- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios. Por ejemplo, peluquerías, consultorías, etc.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y grande empresa.
- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas.

2.2.3. Estructura formal de la pequeña empresa

VÁSQUEZ, Lola (2007). Pág.128. Menciona la estructura formal de la pequeña empresa carece de una estructura formal en todas sus áreas.

- El trabajo que realiza el dueño de la pequeña empresa lo hace ser especialista interno de todos los procesos que se llevan a cabo dentro de su organización.
- Siempre acuden a asesorías externas en aquellos aspectos de los cuales desconoce su funcionamiento, dejando el manejo contable y financiero en manos de un contador externo o consultor.

- Dentro de este tipo de organizaciones las áreas de ventas y producción son las más importantes, puesto que el propietario está en permanente contacto con su clientela y detecta las nuevas exigencias del mismo permitiéndole adaptar rápidamente su producto.
- El dueño funge la función de administrador general, es decir, que es la persona que dirige todos los procesos que en su empresa se realizan y esto hace que adquiera una habilidad especial.
- La función de control es casi desconocida por el dueño de la pequeña empresa y no existen procedimientos ni normas que le ayuden a asegurar el éxito en forma inmediata.

2.2.4. Clasificación de la pequeña empresa

Según VÁSQUEZ, Lola (2007). Pág.136. Menciona la clasificación de la pequeña empresa.

CUADRO No.31 CLASIFICACIÓN

SECTOR ECONÓMICO	Servicio: Servicios personales, hoteles, bares, restaurantes, reparación de vehículos, construcción, transporte
	Producción: Textiles y ropa, productos de madera, papel, metal, químicos y construcción
	Comercio: Venta de alimentos, bebidas y otros artículos, vestuario, productos para uso personal y limpieza, etc.

Fuente: Investigación bibliográfica
Elaborado por: El autor

2.3. Estructura organizacional

RODRIGUEZ, (2009). Expresa: *En la estructura organizacional es necesario identificar las condiciones estratégicas y tecnológicas, así como el medioambiente en que funciona*". Pág. 64

La estructura organizacional es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella, establece líneas de autoridad a través de los diversos niveles y delimita la responsabilidad de cada empleado. El valor de cada jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien dé las órdenes.

2.3.1. La administración

MUNCH Lourdes, (2010). Manifestaciones: *"La administración es una actividad indispensable en cualquier organización de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad"*. Pág.23

La administración es un proceso que consiste en cumplir con las actividades como planear, organizar, direccionar y controlar de manera eficiente para alcanzar los objetivos establecidos, para ello se toma en cuenta recursos económicos, humanos, materiales y técnicos que permitan el éxito de la organización.

2.3.2. Objetivos de la administración

MUNCH Lourdes, (2010). Pág. 23. Manifiesta los objetivos de la administración.

- Alcanzar de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.

- Conseguir de manera eficiente las metas con el mínimo de sus recursos.
- Permitir a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- Aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

2.3.3. Planificación estratégica

La Planificación para AMARU, Antonio C. (2009). Afirma: *“Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”*. Pág. 183.

La planificación estratégica consiste en intervenir en las empresas para que se preparen y enfrenten las situaciones que día a día se presentan, su propósito ayuda orientando todos sus esfuerzos hacia la meta y los objetivos planteados.

2.3.4. Visión

Para D´ ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: *“La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”*. Pág. 61.

FRIEND, Graham. (2008). Afirma: *“En la visión se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz”*.Pág. 14

La visión se basa en lo que se desea alcanzar a futuro con el proyecto, con la aplicación de estrategias que le permitan. La visión se refiere a los planes a futuro que la empresa se traza para cumplir en un tiempo definido, sin importar los problemas que se presenten, lo importante es lograr alcanzar la meta propuesta por sus directivos, conseguir una mejor estabilidad de su producto o servicio en el mercado garantizando mejores oportunidades al mismo.

2.3.5. Misión

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008). Manifiesta: *“Es una declaración del propósito de la organización; lo que quiere conseguir en el entorno general”*. Pág. 44.

La misión consiste en dar cumplimiento a la gestión institucional, proveer la información sobre el producto o servicio que está lista para salir al mercado, su propósito es llegar directamente al consumidor potencial, el mismo le permitirá atraer en un menor tiempo a más clientes y generar mejores utilidades.

2.4. Fundamentos del mercado

Es de suma importancia el análisis de los fundamentos del mercado donde encontramos a varios factores que intervienen.

2.4.1. Estudio de Mercado

NASSIR, S. Chaín. (2007). Afirma: *“El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”*. Pág. 54

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary (2009). Expresan: *“Una filosofía de dirección del mercado según el cual logra metas de*

la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores". Pág. 127

El estudio de mercado es base esencial para poder iniciar el proceso sólo después de plantear con términos precisos el problema que se quiere resolver, es posible diseñar el camino que conduzca a una respuesta razonable, lógica y objetiva para ello se utiliza:

Fuentes primarias.- Son básicamente las investigaciones de campo a través de encuestas.

Las fuentes secundarias.- Están constituidas por todos los documentos escritos que tengan relación con el problema en estudio.

2.4.2. Oferta

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”*. Pág. 50.

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto, el mismo requiere analizar los siguientes puntos:

- Análisis de la oferta actual
- Características del mercado
- Pronósticos de la oferta

2.4.3. Demanda

KOTLER Philip, (2008). Manifiesta “*La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico*”. Pág. 217

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción. Para la clasificación de la demanda se la realiza de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos.

2.4.4. Producto

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Manifiesta: “*El producto son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones*”. Pág.296

Según STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007). Afirman: “*Es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable*”. Pág. 220.

El producto es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo. El producto debe presentar las características más importantes las mismas deben garantizar el producto:

- Estética
- Funcionalidad
- Durabilidad

2.4.5. Precio

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Menciona: *“El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. Además en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas”*. Pág. 171

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

La fijación del precio es una labor extremadamente difícil, por lo que se recomienda fijar un rango dentro del cual puede estar y examinar el efecto que distintos valores de dicho rango tiene sobre la cuantía de la demanda futura, empleando para ello el concepto de elasticidad precio de la demanda.

2.4.6. Publicidad

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008). Cita: *“Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios”*. Pág. 495.

La publicidad es conocida como la forma pagada de la presentación y promoción impersonales de ideas, bienes y servicios por un patrocinador identificado, para la selección de los medios publicitarios depende de la ubicación de los consumidores, del nivel de desarrollo del país, del grado de educación de los consumidores y del tipo de producto.

2.4.7. Promoción

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”*. Pág. 59

Los autores STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007). Citan: *“Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”*. Pág. 506.

La promoción es conocida como una actividad diferente a la venta personal y a la venta masiva, es utilizada para estimular las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor, entre dichas actividades están: pruebas de degustaciones, demostraciones tanto de un producto como servicio, entre otras.

2.4.8. Comercialización

LAMB, Charles W., (2007). Menciona: *“Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”*. Pág. 342

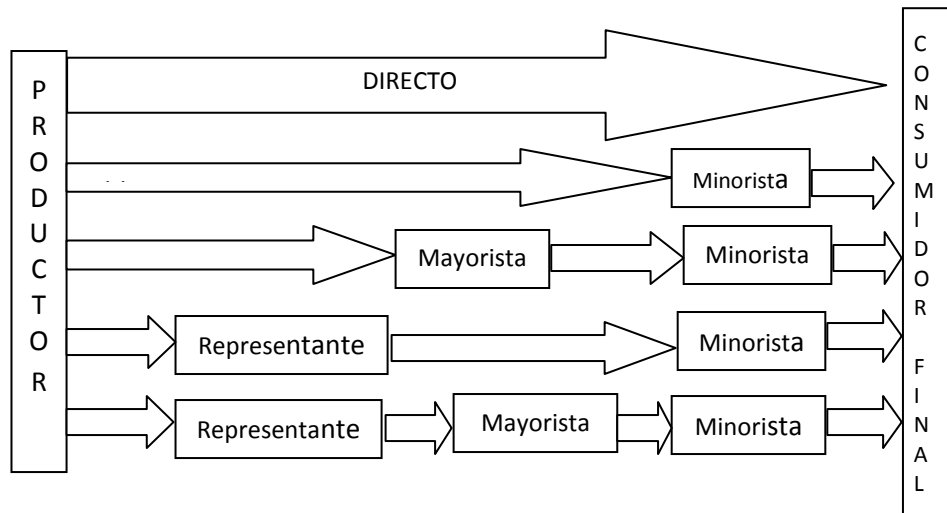
La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios, esta estrategia de comercialización es adecuada y debe contener los siguientes aspectos del mercado:

- Fijación de precios

- Medidas de promoción, incluido la organización de ventas, canales de distribución, comisiones y descuentos, así como el costo de la distribución.

ILUSTRACIÓN No.1

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO



Fuente: Libro de Marketing de LAMB, Charles W.

Elaborado por: El autor

2.5. Estudio Técnico

Según CORDOBA PADILLA Marcial, (2010). Expresa: *“El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: Cuánto, dónde, cómo, y con qué producirá mi empresa. Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio”*. Pág.209

La aplicación del estudio técnico es fundamental para el desarrollo del proyecto, el mismo permitirá conocer exactamente el costo de la inversión que se debe tener para dar inicio con las actividades del proyecto, otro punto importante analiza la ubicación donde conviene ubicar su desarrollo. Para ello se analiza los siguientes puntos:

- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Ingeniería del proyecto.

2.5.1. La macrolocalización

Según FLORES U. Juan A. (2007) en su obra afirma: *“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”*. Pag.49

La macrolocalización es un punto que consiste en la toma de decisión del proyecto que se la realizará a largo plazo con valores económicos importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible para lograr éxito en el proyecto.

2.5.2. La microlocalización

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de ésta el sitio preciso en dónde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”*. Pág. 50

En la microlocalización se considera importante analizar ciertos factores que el sector posee, los mismos serán utilizados en beneficio del desarrollo del proyecto, además, consisten en considerar el lugar si es el idóneo o no para su creación.

2.5.3. Ingeniería del proyecto

Para los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008). Afirma: *“Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los*

recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”. Pág. 144.

La ingeniería del proyecto tiene la finalidad de dar a conocer la manera de utilización de los recursos disponibles que tiene la empresa para realizar la transformación de los productos en productos terminados, con esta ayuda la empresa ahorra tiempo y dinero.

2.5.4. Tamaño óptimo de la planta

Para BACA URBINA, Gabriel (2010). Dice: *“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.”* Pág. 84

Existen varias razones para determinar el tamaño del proyecto como: la demanda que existe en el mercado, la capacidad de producción, la capacidad de las instalaciones, el capital con el que cuenta la empresa para obtener la materia prima, son razones importantes que se deben considerar en el momento de definir el tamaño del proyecto.

En este caso, deberán desarrollarse los estudios de las distintas posibilidades técnicas de alternativa, postergando, si fuera preciso, la decisión hasta la última etapa de su evaluación.

2.5.5. Ingeniería del proyecto

SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008). Menciona: *“Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”.* Pág. 144.

La ingeniería del proyecto es el conjunto de conocimientos que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto para obtener buenos resultados.

2.5.6. Factores de Localización

Según CORDOBA PADILLA Marcial, (2010). Pág. 217. Menciona los factores más importantes que intervienen en la localización del proyecto para mejor conocimiento son:

CUADRO No.32 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

- Transporte
- Mano de obra
- Materias prima
- Energía eléctrica
- Combustible
- Agua
- Mercado
- Terrenos
- La distribución
- Comunicaciones
- Condiciones de vías
- Leyes y reglamentos
- Clima
- Evitar la contaminación
- Disponibilidad y confiabilidad
- Actitud de la comunidad
- Zonas francas
- Condiciones sociales
- Condiciones culturales
- Seguridad

Fuente: Formulación y Evaluación de proyectos de Córdoba Marcial
Elaborado por: El autor

Normalmente son distintos actores que se emplean para seleccionar la macrozona y los que se emplean para seleccionar del emplazamiento o microlocalización.

2.6. Aspectos contables financieros

2.6.1. Contabilidad

Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009). Afirma: *“Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”*. Pág.3

Según POMBO José Rey, (2009). Indica *“La contabilidad tiene por finalidad determinar la situación de la empresa en su comienzo, controlar las variaciones que se van produciendo a lo largo del ejercicio económico y determinar, asimismo, el resultado del período y la situación de la empresa al final del ejercicio”* .Pág. 8

La contabilidad es una ciencia o una técnica que consiste en brindar información que será utilizada para la toma de decisiones, además se dedica al análisis del patrimonio para presentar un resumen de las situaciones financieras económicas de una empresa.

2.6.2. Objetivos de la contabilidad

BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009). Pág.5. Presenta los objetivos de la contabilidad:

- Proporciona la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permite un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en períodos contables.
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.
- Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa.

2.6.3. Importancia de la contabilidad

BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009). Pág.7. Presenta la importancia de la contabilidad.

- Toda empresa tiene la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras para corregir errores o desviaciones del capital.
- Además de planificar, controla e informa sobre la situación económica de una empresa y sirve de apoyo a los ejecutivos en la toma de decisiones.
- A través del resultado del proceso contable con la interpretación de los estados financieros dará a los inversionistas una información sobre la situación de la empresa, si existen pérdidas o ganancias.
- Brindar información financiera en cualquier momento para uso interno y externo.
- Establecer el monto de los activos, pasivos y patrimonio.
- Llevar control de los ingresos y egresos de la organización.
- Facilitar el proceso de planeación de la empresa.
- Determinar las utilidades o pérdidas de la compañía.
- Servir como herramienta útil para los procesos de planeación, control y toma de decisiones, de tal manera que le facilite a la organización la creación o destrucción de valor.

2.6.4. Características de la contabilidad

BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009). Pág.7. Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.

- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme la Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.

2.7. Estudio financiero

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008). Pág. 178. Menciona que la sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan 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. El estudio financiero contiene:

- Inversiones: Inversiones Fijas, Diferidas, Capital de Trabajo.
- Financiamiento.
- Costos y Gastos de Operación.
- Ingresos.
- Evaluación Financiera.

2.7.1. Estado situación inicial

Para ZAPATA Sánchez Pedro (2008). Señala: *“Es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas de activos, pasivos y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado”* Pág. 69

Este balance da a conocer la situación financiera de la empresa al final de cada período, el mismo detalla todos los movimientos que ha realizado puntualizando los valores correspondientes y la utilidad que el negocio dejará en su culminación.

2.7.2. Estado de Resultados

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), Expone: *“Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un período determinado.”* Pág. 306.

Para GITMAN, Laurence J. (2007). *Afirma: “El balance de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un período específico”.* Pág. 41.

El estado de resultados resume todas las transacciones correspondientes a los ingresos generados por el ente económico, así como los costos y gastos incurridos a lo largo de un período contable del cual se obtiene la utilidad o pérdida lograda por la empresa durante el período.

2.7.3. Estado de flujo de caja

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). *Afirma: “El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un período determinado”.* Pág. 45

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). *Manifiesta: “El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro período convencional”.* Pág.165

La construcción del flujo de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio del proyecto, es decir para un proyecto que busca medir la rentabilidad de la inversión el ordenamiento del propuesto en los ingresos y gastos.

2.8. Evaluación financiera

Según SAPAG Nassir (2008). Pág. 316. Manifiesta que la evaluación de los proyectos por medio de métodos matemáticos, financieros, es una herramienta de gran de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.

2.8.1. Valor Actual Neto

Según SAPAG Nassir (2008).Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”*. Pág. 321

El Valor Actual Neto es el más consistente con la meta de la maximización de la inversión por parte de los accionistas y/o propietarios, el enfoque del Valor Actual Neto (VAN). El Valor Actual Neto de un proyecto de presupuestario de capital es el cambio estimado en el valor de la empresa que se presentaría si se aceptara el proyecto.

La fórmula a utilizarse para su cálculo es.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

2.8.2. Tasa Interna de retorno

Para, DÍAZ M. Ángel. (2008). Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.”* Pág. 174.

Para SCOTT Besley y BRIGHAM, Eugene F. (2009). Define como: *“La tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido”*. Pág. 41.

Es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión sea igual a cero, también considera que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor.

La fórmula a utilizarse para su cálculo es.

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}}$$

2.8.3. Período de recuperación de la inversión

Según FONTAINE Ernesto (2008). Dice: *“Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes o cambiantes”*. Pág. 111

El período de recuperación tiene como objetivo determinar el número de años en que se recupera la inversión del proyecto mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que se iguala o sobrepasa dicha inversión.

2.8.4. Beneficio costo

Según SAPAG Nassir (2008) manifiesta: *“El análisis del costo beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”*. Pág. 278

Es el valor monetario que resulta de restar la suma del total de flujos de caja menos la inversión. Este valor permite conocer los beneficios reales que tienen un proyecto frente a su inversión.

La fórmula a utilizarse para su cálculo es.

$$BENEFICIO - COSTO = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{GASTOS ACTUALIZADOS}$$

2.8.5. Punto de equilibrio

ACHING, Guzmán C. (2007). Expone: *“Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”*. Pág. 197.

Punto de equilibrio es aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

2.9. La crianza de cabras en el Ecuador

Según <http://www.elcomercio.com/edicion-impresa.html>. Menciona diario El Comercio del 12 de julio del 2010, la crianza de cabras crece poco a poco en el Ecuador, según Ignacio Gómez, coordinador nacional del Proyecto Integración Regional para el Manejo Ambiental Sostenible y Control de la Desertificación de Ecuador y Perú, de la Universidad Nacional de Loja. No dan tanta leche como las vacas, pero las más

productivas pueden rendir hasta cuatro litros diarios. Son pequeñas, mansas y pueden adaptarse fácilmente, excepto donde haya humedad y abundantes corrientes de viento.

ILUSTRACIÓN No. 2

PROTOTIPO DE CABRA



Fuente: Fotografía
Elaborado por: El autor

Ellas hacen parte del hato de cabras lecheras que están reproduciéndose, especialmente en Pichincha, Ibarra, Manabí y Loja.

Gómez explica que no hay una tendencia marcada de criar solo cabras para leche, pues la mayor parte del hato del país es de doble propósito, es decir, leche y carne.

Además, el 68 por ciento de los caprinos del país está asentado en Zapotillo (Loja). El centro lojano desarrolla un proyecto con los campesinos de ese cantón y Macará. Para este propósito, a los campesinos que son dueños de 180 hatos (11. 900 animales) se los está asesorando.

En este sentido, con cinco productores se elaboran hasta 80 quesos semanales, 50 libras de natilla y cinco galones (5 litros) de leche pasteurizada.

Gómez y los demás productores auguran un buen futuro al desarrollo de la cabra, vista en Ecuador como un animal de los pobres. Mientras que en España, Francia, Grecia, México y Brasil, los derivados de la cabra han tenido éxito. En Brasil hasta se produce leche chocolatada.

Pese a que la cabra es la 'vaca de los pobres', como expresa Gómez, el próximo mes trabajarán en quesos semimaduros para vender en Quito y Guayaquil. Con ese consumo en crecimiento, la empresa lechera Floralp también incursionó en esa línea, su dueño Norberto Purtscher, afirma que el mercado aún es pequeño y no hay una perspectiva alta de consumo, sin embargo, hay requerimientos de los restaurantes por ser apto para el consumo humano.

Bajo esta perspectiva, una cabra mestiza que se encuentra en la calle, cuesta hasta 200 dólares, mientras que una importada de Chile o de México vale de 800 a 1.200 dólares.

Cabra Life y Meche se venden en Supermaxi, mientras que Villa Capria en Camari. El litro cuesta hasta 3 dólares, el kilo de queso maduro 22 dólares y el litro de yogur vale más de 4 dólares.

2.9.1. Los derivados de la cabra (la leche y carne de cabra y sus propiedades)

Según <http://www.lacabraverde.es/leche-de-cabra/>. Menciona algunas investigaciones científicas como la leche de cabra es considerada como sustituta de la leche materna, que coadyuva en la recuperación de diversas enfermedades y considerada como uno de los mejores alimentos para ancianos y niños. Estos son algunos aspectos nutricionales: la leche

de cabra a diferencia de otras leches posee un alto poder de digestibilidad, es un alimento hipoalergénico para personas que sufren eczemas, asma, catarros crónicos, dolor de cabeza, colitis, úlceras de estómago, dolores abdominales y oclusión epigástrica a causa de la alergia a la leche de vaca y/o de soja; los ácidos grasos que contiene esta leche son metabólicamente únicos en la provisión de energía en el crecimiento de los niños, tanto como en efectos hipocolesterolémicos sobre los tejidos, por cuanto inhiben los depósitos de colesterol y disuelven el mismo de los contenidos biliares; además, la leche de cabra posee un alto nivel de hierro, con mayor viabilidad en casos de anemia.

Así mismo, se ha observado que los niños alimentados con leche de cabra, tienen mayor peso, estatura, mineralización en los huesos y en el plasma sanguíneo una alta densidad en vitamina A, tiamina, riboflavina, niacina, calcio y hemoglobina. La leche de cabra tiene un alto poder buferante, por lo que es aconsejada en los tratamientos de úlceras; además es una de las más equilibradas, ya que contiene casi la misma proporción de vitaminas y minerales que la leche materna, rica en Hidratos de Carbono y Proteínas, por su altísimo contenido en Calcio (47 más que la leche de vaca) favorece una buena formación de huesos y previene o mitiga problemas de osteoporosis en la menopausia. Esta leche es más blanca que la de vaca debido a que la cabra transforma íntegramente el caroteno en vitamina A pura (que es incolora) - proporciona casi todos los aminoácidos esenciales para un buen funcionamiento del organismo.

Según un informe norteamericano de enero del 2005, en los próximos 5 años la carne de cabra sería la carne más extensamente consumida del mundo y se prevé un rápido crecimiento del consumo en los sectores de mayor poder adquisitivo, tanto dentro de USA como en los demás países desarrollados.

Por ser un producto natural y tener menos contenido de grasas saturadas que las demás carnes rojas y aún menos que el pollo, ello ha motivado un aumento en el interés por su consumo en los países de mayor ingreso relativo, donde la preocupación por la calidad nutricional es un tema cada vez más relevante.

Es importante destacar que a la poca grasa que tienen los caprinos se suma su inmejorable relación poli saturados a saturados, lo que convierte la carne en una excelente elección nutricional.

Esto se debe a que el metabolismo de los caprinos deposita primero la grasa internamente, antes de hacerlo externamente. Además, en la faena, la grasa interna es extraída junto con los órganos y menudencias, razón por la cual dicha grasa no llega al consumidor de carne caprina.

Una cabra bien terminada, tiene una pequeña cobertura de grasa externa sobre sus músculos, que evita que la carne se deshidrate rápidamente. La carne no tiene el marbledo o grasa dispersa en el interior del músculo, como la pueden tener las carnes vacunas. Por ello, esta carne es considerada delgada y dietética. Sin embargo, es de destacar su excepcional delicadeza, incluso en animales adultos.

La leche de cabra y sus derivados son recursos alimentarios que han recibido en los últimos años mayor atención mundial. Su producción se ha incrementado notablemente en las últimas dos décadas y por ello está contribuyendo cada vez más a mejorar la economía de productores, industriales y a incrementar el aporte nutrimental en varios sectores de consumidores. En algunas regiones se consume directamente en forma líquida, aunque también se procesa obteniéndose derivados, principalmente queso y además, en el caso de México, el dulce de leche o cajeta. Su composición tiene diferencias con la leche de vaca principalmente en el contenido de las fracciones diversas de caseínas, lo

cual puede propiciar rendimientos queseros menores y efectos sobre la textura del producto. La composición en ácidos grasos libres es mayor, lo que hace a la leche de cabra, más susceptible a la lipólisis. Los contenidos mayores de ácidos grasos de cadena corta como butírico, caproico, cáprico y caprílico, le confieren al queso sabores diferentes y atractivos para los consumidores.

2.9.2. Producción y consumo

De acuerdo <http://www.gastronomiaycia.com/2010/08/04/la-leche-de-cabra-es-mas-saludable-que-la-leche-de-vaca/>. Presenta la Federación Internacional de Lechería (FIL/IDF, 1999) la producción mundial de leche de cabra representaba el 2.1 por ciento del total de todos los tipos de leche producida en el mundo. Se calculó en el año 2000 que dicha producción fue de 12.500,000 ton. Thomas y Haenlein (2004), utilizando datos de la Organización Mundial de la Alimentación (FAO por sus siglas en inglés), demostraron que de 1979 a 1998, la producción de leche de cabra en el mundo se incrementó en un 69 por ciento, muy por arriba de la leche de vaca y de oveja con 10 y 2 por ciento respectivamente.

La producción de leche de cabra está aumentando a un ritmo ligeramente más alto que al que crece la población mundial (1.8 por ciento vs 1.4 por ciento) (Romero, 2004).

2.9.3. Información nutricional

Según, <http://www.botanical-online.com/animales/cabra.htm>. Presenta el valor nutricional

CUADRO No.33
INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Composición en 100 ml	Humana	Vaca	Cabra
Proteína (g)	1.2	3.3	3.3
Caseína (g)	0.4	2.8	2.5

Lactalbumina (g)	0.3	0.4	0.4
Grasa (g)	3.8	3.7	4.1
Lactosa (g)	7.0	4.8	3,8
Valor Calórico (Kcal)	71	69	76
Minerales (g)	0.21	0.72	0.77
Calcio (mg)	33	125	130
Fósforo (mg)	43	103	159
Magnesio (mg)	4	12	16
Potasio (mg)	55	138	181
Sodio (mg)	15	58	41
Hierro (mg)	0.15	0.10	0.05
Cobre (mg)	0.04	0.03	0.04
Yodo (mg)	0.007	0.021	
Manganeso (mg)	0.07	2	8
Zinc (mg)	0.53	0.38	
Vitaminas:			
Vitamina A (I.U.)	190	158	191
Vitamina D (I.U.)	1.4	2.0	2.3
Tiamina (mg)	0.017	0.04	0.05
Riboflavina (mg)	0.04	0.18	0.12
Ácido Nicotínico (mg)	0.17	0.08	0.20
Ácido Pantoténico(mg)	0.20	0.35	
Vitamina B6 (mg)	0.001	0.035	0.001
Ácido Fólico (mcg)	0.2	2.0	0.2
Biotina (mcg)	0.4	2.0	1.5
Vitamina B12 (mcg)	0.03	0.50	0.02
Vitamina C (mg)	4.0	2.0	2.0

Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: El autor

2.9.4. Composición de la leche de cabra e influencia sobre sus derivados

Según, <http://voyagesphotosmanu.com/cabra.html>. Manifiesta la composición de la leche de cabra.

- Una característica más conocida establece que la leche es un líquido segregado por las glándulas mamarias de hembras sanas bien alimentadas, sin calostro, de composición compleja, color blanco y opaco, de sabor ligeramente dulce y de pH casi neutro.
- El valor como materia prima de la leche caprina para fabricar productos derivados está asociado con su composición y propiedades fisicoquímicas, así como su carga microbiana y disponibilidad en el mercado.
- De forma similar a la leche de otras especies de hembras de mamíferos, la leche de cabra está mayoritariamente compuesta por agua (85 a 88 por ciento) y además de cantidades apreciables de grasa, proteína, lactosa, sales minerales, vitaminas y otras sustancias en cantidades menores.
- La leche caprina, no es como se puede creer, un alimento de composición más o menos definida y constante ya que se ha observado una gran variabilidad en su composición, originada principalmente por factores genéticos y fisiológicos como raza, características individuales, estado de lactación, manejo, clima y composición de los alimentos; por ello, los valores informados son la expresión de los promedios obtenidos de diferentes partidas.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

La presente investigación, se configura considerando que la pequeña empresa de producción de leche y carne de cabra se instalará en la parroquia de San Vicente de Pusir, provincia del Carchi, en vista de que constituye un sitio estratégico en aspectos de infraestructura y facilidad de acceso a la materia prima, concomitantemente de los resultados obtenidos del análisis del mercado, se determinó que la comercialización de dichos productos se la realizará en la ciudad de Ibarra.

Bajo esta perspectiva, se aplicó la técnica del muestreo y se realizó una encuesta a los posibles consumidores en la ciudad de Ibarra, mediante una distribución técnica de acuerdo al número de encuestas, por lo que fue necesario aplicar una fórmula de procedimiento técnico con un margen de error del 5,3% y para obtener los datos necesarios para aplicar este instrumento, se procedió a investigar el número de habitantes en esta ciudad en el INEC.

Finalmente, para estructurar adecuadamente el estudio de mercado se consideró aspectos referentes al producto, demanda, oferta, precios y estrategias comerciales, que permitieron determinar la viabilidad del proyecto.

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1. Objetivo General

Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado referente a los derivados de cabra, para determinar la demanda, oferta, precios y comercialización en la ciudad de Ibarra.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar los productos derivados de cabra que se comercializará en la ciudad de Ibarra.
- Analizar la demanda de derivados de cabra en la ciudad de Ibarra para cuantificar el consumo.
- Analizar la oferta de derivados de cabra en el área de investigación.
- Analizar el precio de los derivados de cabra que se comercializa en la zona de influencia del proyecto.
- Diseñar las estrategias comerciales para la introducción y posicionamiento del producto.

3.2. VARIABLES E INDICADORES

3.2.1. Producto

- Identificación del producto
- Uso del producto
- Características del producto
- Contenido nutricional

- Segmentación

3.2.2. Demanda

- Consumo de derivados
- Preferencia por el producto
- Frecuencia de consumo
- Cantidad de consumo
- Lugar de compra
- Medios de comunicación
- Satisfacción del producto
- Características del producto
- Existencia de empresas productoras

3.2.3. Oferta

- Tiempo en la actividad
- Rentabilidad de la actividad
- Ampliación de la oferta
- Lugar de comercialización
- Comercialización de derivados
- Tipo de proveedor
- Procedencia del proveedor
- Tipo de derivados
- Derivados más demandados
- Promedio de ventas ´
- Medio de comunicación

3.2.4. Precios

- Análisis del precio
- Precio de compra

- Precio de venta
- Determinación del precio

3.2.5. Estrategias comerciales

- Canal de comercialización
- Publicidad
- Promoción

3.3. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO No. 34 MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos específicos	VARIABLES	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar los productos derivados de cabra que se comercializará en la ciudad de Ibarra.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del producto • Uso del producto • Características del producto • Contenido nutricional • Segmentación 	Secundaria	Bibliográfica	Libros especializados
Analizar la demanda de derivados de cabra en la ciudad de Ibarra para cuantificar el consumo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de derivados • Preferencia por el producto • Frecuencia de consumo • Cantidad de consumo • Lugar de compra • Medios de comunicación • Satisfacción del producto • Característica del producto • Existencia de empresas productoras 	Primaria	Encuesta	Familias de la ciudad de Ibarra
Analizar la oferta de derivados de cabra en el área de investigación.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Rentabilidad de la actividad • Ampliación de la oferta • Lugar de comercialización • Comercialización de derivados • Tipo de proveedor • Procedencia del proveedor • Tipo de derivados • Derivados más demandados • Promedio de ventas • Medio de comunicación 	Primaria	Encuesta	Comercializadores Productores

<p>Analizar el precio de los derivados de cabra que se comercializa en la zona de influencia del proyecto.</p>	<p>Precio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del precio • Precio de compra • Precio de venta • Determinación del precio 	<p>Primaria Secundaria</p>	<p>Encuesta Bibliográfica</p>	<p>Familias de la ciudad de Ibarra Comercializadores Productores Libros especializados</p>
<p>Diseñar las estrategias comerciales para la introducción y posicionamiento del producto.</p>	<p>Estrategias comerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Canal de comercialización • Publicidad • Promoción 	<p>Primaria Secundaria</p>	<p>Encuesta Bibliográfica</p>	<p>Opinión de expertos Libros Especializados</p>

3.4. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Para el desarrollo del estudio de mercado se procedió de la siguiente manera:

3.4.1. Identificación de la Población

La población objeto de estudio son los habitantes de la ciudad de Ibarra extracto social medio, alto, representado por las familias consideradas consumidores potenciales del producto, siendo 19.113 familias, dato extraído del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra y contrastado con los datos del INEC.

La segunda población corresponde a los oferentes de productos similares a los propuestos por el proyecto, los cuales están representados por los comercializadores de productos de consumo, para el caso en estudio son el Supermaxi y Tía de la ciudad de Ibarra, como también 12 personas dedicadas a la actividad caprina en forma intensiva, de la parroquia San Vicente de Pusir.

3.4.2. Muestra

Tomando en cuenta que la población de consumidores es significativa se decidió obtener una muestra representativa, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 19.113

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (9.113)}{(0,05)^2 (9.113 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 377

Aplicando la fórmula, da como muestra a 377 familias de la ciudad de Ibarra a las que se debe levantar la información.

3.4.3. Fuentes de información

Para el desarrollo de este estudio se aplicó las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

Información primaria

- Encuestas: al representante de cada familia de la ciudad de Ibarra de extracto social medio y alto.
- Entrevistas: a los administradores del Supermaxi y Tía, como también al representante de la asociación de productores de derivados de cabra de la parroquia San Vicente de Pusir.

Información secundaria

La información secundaria utilizada fue: Libros, Internet y Plan de Ordenamiento Territorial.

3.4.4. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Resultados de la encuesta dirigida a las familias de extracto social medio y alto de la ciudad de Ibarra

1. ¿Dentro de su dieta se encuentra el consumo de productos de cabras?

**CUADRO No.35
CONSUMO DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sí	200	53
No	177	47
TOTAL	377	100

GRÁFICO No.19



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

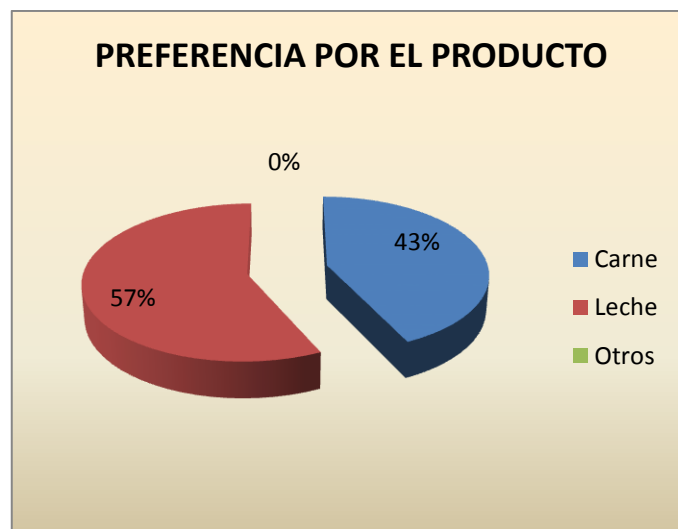
De acuerdo a los datos obtenidos se determina que la mayoría de los casos investigados consumen productos derivados de la cabra, una parte casi similar manifiesta no consumir por la escasez del producto. Los datos son importantes porque corroboran a la producción ganadera de cabras.

2. ¿De los productos derivados de la cabra que se detallan a continuación cuál consume o estaría dispuesto a consumir?

CUADRO No.36
PREFERENCIA POR EL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Carne	162	43
Leche	215	57
TOTAL	377	100

GRÁFICO No.20



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

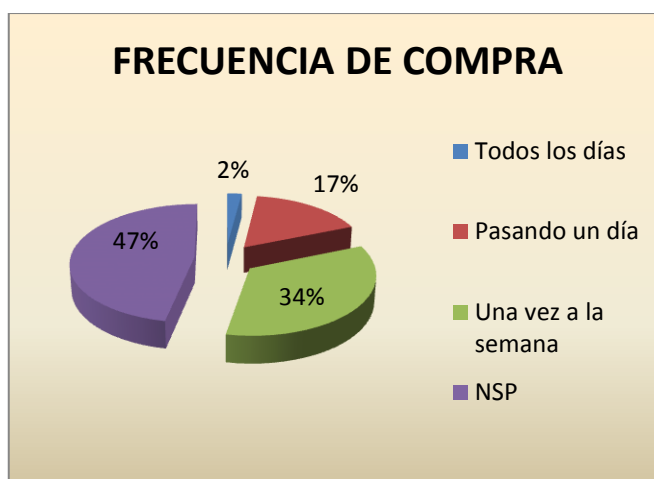
De acuerdo a los datos la mayor parte de la población consume o consumirá leche, una parte menor prefiere la carne. Los resultados expresan el gusto y preferencia de consumir productos derivados de la cabra.

3. ¿Con qué frecuencia compra este tipo de productos?

**CUADRO No.37
FRECUENCIA DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Todos los días	8	2
Pasando un día	63	17
Una vez a la semana	129	34
NSP	177	47
TOTAL	377	100

GRÁFICO No.21



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

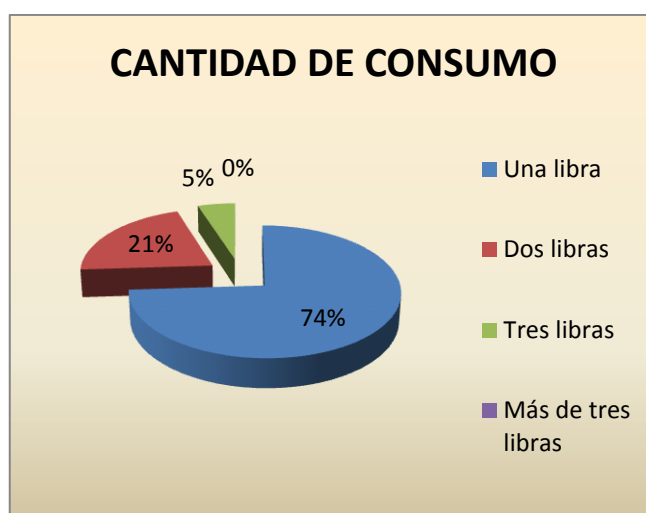
Los resultados demuestran que un gran porcentaje de la población compra este tipo de productos una vez a la semana, una tercera parte lo hacen pasando un día y poquísimas personas compran todos los días. Los resultados indican que existe un buen nivel de consumo para estos productos.

4. ¿Cuántas libras de carne de cabra consume o consumiría a la semana?

CUADRO No.38
CANTIDAD DE CARNE CONSUMIDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una libra	148	74
Dos libras	42	21
Tres libras	10	5
Más de tres libras	0	0
TOTAL	200	100

GRÁFICO No.22



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

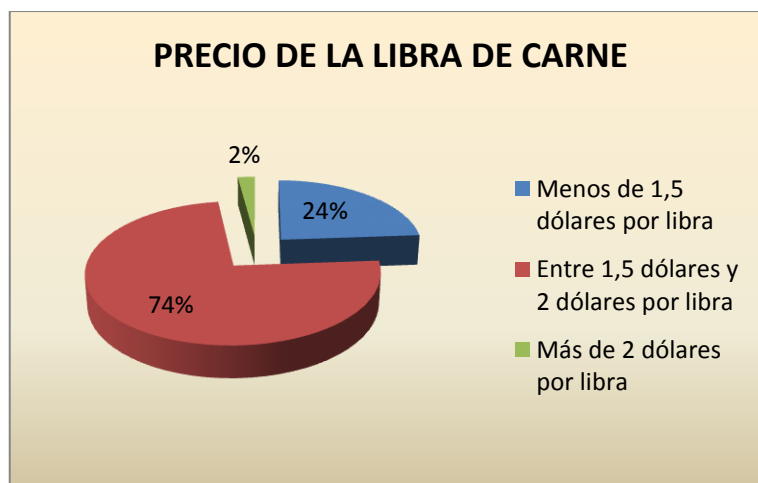
Los datos demuestran que la mayoría de la población consume o está dispuesta a consumir carne de cabra una libra semanal, seguido de quienes consumirían dos libras y finalmente los que prefieren tres libras. Datos que ayudan a pronosticar el consumo de carne en la actualidad.

5. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar Ud. por este tipo de productos que son derivados de la cabra?

**CUADRO No.39
PRECIO DE LA LIBRA DE CARNE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 1,5 dólares por libra	48	24
Entre 1,5 dólares y 2 dólares por libra	148	74
Más de 2 dólares por libra	4	2
TOTAL	200	100

GRÁFICO No.23



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

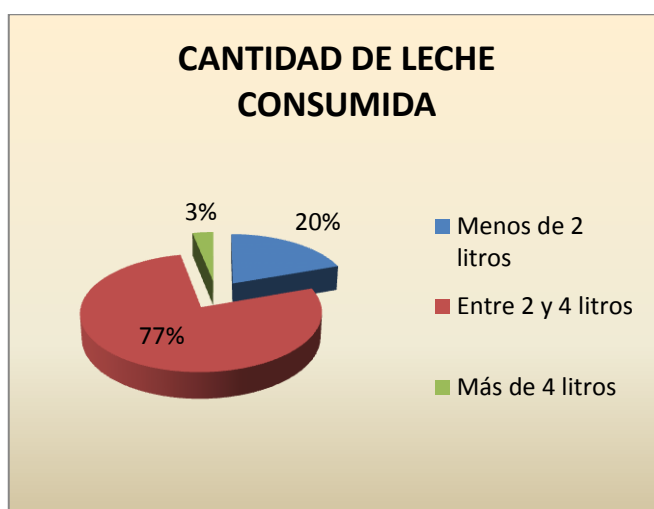
La gran mayoría de encuestados expresan que están dispuestos a pagar entre 1,50 y 2,00 dólares por libra, seguido por los que prefieren pagar menos de 1,50 dólares, una mínima pagarían más de 2 dólares. Los resultados demuestran que el precio que los consumidores están dispuestos a pagar es casi similar a la carne de cerdo y de res.

6. ¿Cuántos litros de leche de cabra consume o consumiría a la semana?

CUADRO No.40
CANTIDAD DE LECHE CONSUMIDA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 2 litros	40	20
Entre 2 y 4 litros	154	77
Más de 4 litros	6	3
TOTAL	200	100

GRÁFICO No.24



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas encuestadas expresan que consumen o consumirán de 2 a 4 litros, pocos dicen que consumen menos de 2 litros. Los resultados indican que existe un buen nivel de predisposición por el consumo de leche de cabra.

7. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar Ud. por este tipo de productos que son derivados de la cabra?

**CUADRO No.41
PRECIO POR LITRO DE LECHE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 1 dólar por litro	200	100
Entre 1 y 1,50 dólares por litro	0	0
Más de 1,50 dólares por litro	0	0
TOTAL	200	100

GRÁFICO No.25



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

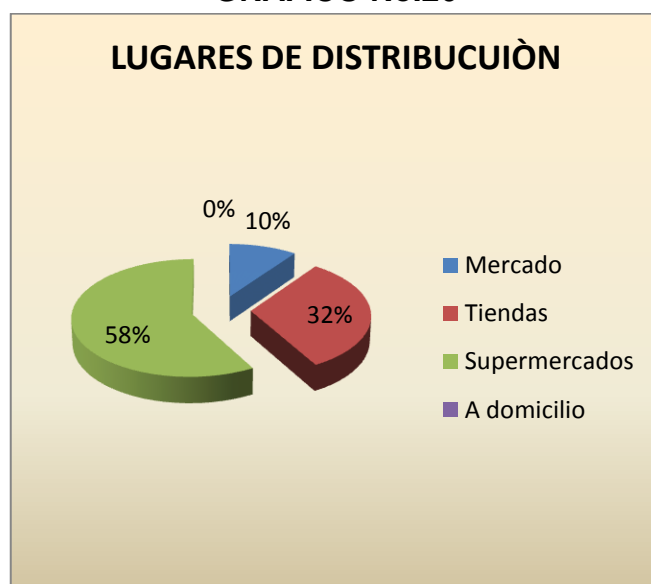
Los encuestados en su totalidad expresan que están dispuestos a pagar menos de un dólar por el litro de leche, es decir, el costo que los consumidores están dispuestos a pagar es un poco más que el costo de la leche de vaca.

8. ¿En qué lugares le gustaría encontrar este tipo de productos?

CUADRO No.42
LUGARES DE DISTRIBUCIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mercado	20	10
Tiendas	64	32
Supermercados	116	58
A domicilio	0	0
TOTAL	200	100

GRÁFICO No.26



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

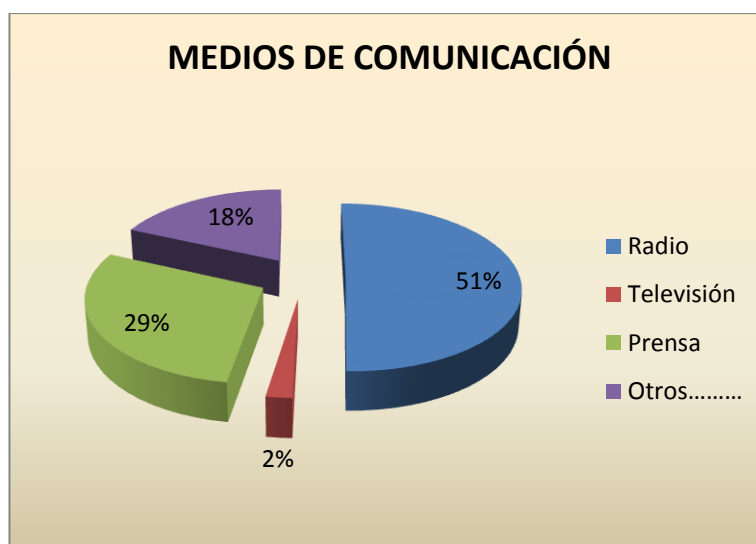
Según la investigación más de la mitad de los encuestados expresan que la venta de los productos derivados de la cabra debe realizarse en los supermercados, una tercera parte opina que debería realizarse en tiendas y muy pocos dicen que la venta en el mercado es apropiada. Es decir, los consumidores consideran que las buenas condiciones higiénicas, de preservación y exhibición son fundamentales para consumir los productos derivados de la cabra.

9. ¿A través de qué medio de comunicación considera Ud., se podría dar a conocer los productos derivados de la cabra?

**CUADRO No.43
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	102	51
Televisión	4	2
Prensa	58	29
Otros.....	36	18
TOTAL	200	100

GRÁFICO No.27



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

La gran mayoría de los encuestados expresa que la publicidad de los productos derivados de cabra se la debe realizar a través de la radio, seguido de quienes dicen que sería necesario la prensa y otros como material publicitario y televisión. Los datos demuestran que la radio es el medio de comunicación que más se utiliza.

10. ¿Está satisfecho con los productos derivados de la leche y carne que actualmente consume?

**CUADRO No.44
SATISFACCIÓN CON EL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sí	190	95
No	10	5
TOTAL	200	100

GRÁFICO No.28



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

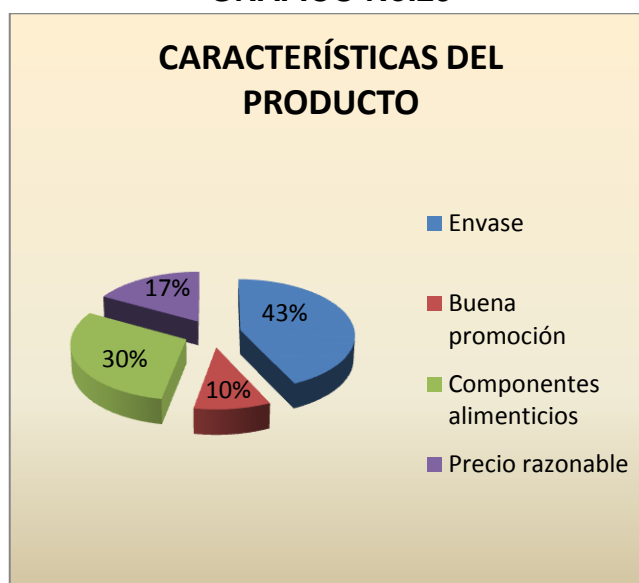
Casi la totalidad de los encuestados se sienten satisfechos con los productos derivados de la cabra por su buen sabor y por sus propiedades nutritivas. En definitiva los productos derivados de la cabra realmente son apetecidos y muy buscados por las personas.

11. ¿Qué características cree que debería tener un producto derivado de la cabra para ser comercializado?

CUADRO No.45
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Envase	147	43
Buena promoción	34	10
Componentes alimenticios	103	30
Precio razonable	58	
TOTAL	342	100

GRÁFICO No.29



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

Los factores que los consumidores destacan como decisivos al momento de adquirir esta clase de productos son el buen envase y los componentes alimenticios saludables, es decir, los consumidores están preocupados tanto del aspecto de presentación y preservación como de los aportes nutricionales que puedan proporcionarse.

12. ¿Conoce Ud., alguna empresa que produzca y venda esta clase de productos derivados de la cabra?

**CUADRO No.46
EXISTENCIA DE EMPRESAS PRODUCTORAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	0	0
No	342	100
TOTAL	342	100

GRÁFICO No.30



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: El autor

ANÁLISIS:

Los datos demuestran que las personas de la ciudad de Ibarra, desconocen la existencia de alguna empresa que se dedique a comercializar productos derivados de la cabra, únicamente la gente del sector faena las cabras para vender la carne y leche entre familiares, amigos y vecinos.

Entrevista realizada a los administradores del SUPERMAXI Y TÍA.

1. ¿En su establecimiento comercializa productos derivados de cabra?

Si, estos establecimientos llevan más de 5 años ofertando productos derivados de cabra.

2. ¿Quién le provee productos derivados de cabra?

Los ofertantes son de otras regiones, existe muy poca oferta a nivel local, lo que genera desabastecimiento en temporadas.

3. ¿De qué lugar es el proveedor de derivados de cabra?

Los proveedores son del centro del país y de la ciudad de Quito.

4. ¿Qué productos derivados de cabra comercializa?

Leche, carne y muy poco yogurt.

5. ¿Cuál es el producto más demandado por sus clientes?

La carne seguida de la leche

6. ¿Cuál es el promedio de ventas de los productos derivados de cabra?

Leche 500 litros por semana

Carne 1200 libras por semana

7. ¿Cuál es el precio con el que comercializa los productos?

El litro de leche varía de 1,50 dólar a 2,50 dólares depende del origen del producto. La carne se encuentra desde 2 a 3 dólares la libra.

8. ¿Cuál es el índice de crecimiento de la oferta de carne y leche de cabra en los últimos años?

La oferta de estos productos ha tenido un crecimiento promedio entre 3% a 5% anual.

9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?

Radio, tv, y hojas volantes.

Entrevista efectuada a productores de productos derivados de cabra de la parroquia San Vicente.

1. ¿Qué tiempo lleva en la actividad

Más de 8 años, por consiguiente la población conoce sobre el manejo de la actividad.

2. ¿Cómo considera la rentabilidad de la actividad caprina?

Más o menos en su mayoría opinan de esa manera, pocos son los que dicen que es rentable porque no aplican buenas técnicas para mejorar la productividad.

3. ¿Dónde comercializa los productos derivados de cabra?

A nivel local e Ibarra.

4. ¿Cómo establece los precios de los productos?

En base al mercado, por tal motivo el precio no es estable.

5. ¿Cuál es el promedio de venta de los productos derivados de cabra?

De leche 4000 litros semanales.

Carne 800 libras.

6. **¿Los precios de venta de los productos derivados de cabra son?**
Normales, la leche va desde 0,70 centavos de dólar a 1 dólar, la carne de 1,50 a 1,80 dólares.
7. **¿Considera ampliar la oferta de los productos?**
Sí, pero existiendo apoyo gubernamental.

3.5. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

a. Carne de cabra

Es un producto natural y tiene menos contenido de grasas saturadas que las demás carnes rojas y aún menos que el pollo, ello ha motivado un aumento en el interés por su consumo en nuestro país, donde la preocupación por la calidad nutricional es un tema cada vez más relevante.

Según un informe norteamericano de enero del 2005, en los próximos 5 años la carne de cabra sería la carne más extensamente consumida del mundo y se prevé un rápido crecimiento del consumo en los sectores de mayor poder adquisitivo, tanto dentro de USA como en los demás países desarrollados.

ILUSTRACIÓN No.3 CARNE DE CABRA



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El autor

b. Leche de cabra

La leche, sin lugar a dudas es considerada como el alimento más completo que existe en la naturaleza, principalmente por el valor biológico de sus constituyentes. Una definición común es: “la leche es el líquido segregado por las hembras de los mamíferos a través de las glándulas mamarias, cuya finalidad básica es alimentar a su cría durante un determinado tiempo; su importancia se basa en su alto valor nutritivo, ya que sus componentes se encuentran en la forma y en las proporciones adecuadas, de tal manera que cada una de las leches representa el alimento más balanceado y propio para sus correspondientes crías”.

ILUSTRACIÓN No.4 LECHE DE CABRA



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El autor

3.5.1. Naturaleza y uso de los productos

a. Carne de Cabra

La carne de cabra que proviene de la cabra doméstica es empleada como alimento humano en distintos países del mundo y su nivel de aceptación varía de acuerdo a cada cultura. La habilidad que posee la cabra para digerir celulosa de las plantas hace de él un animal que habite en los entornos más pobres. Las cabras producen cuatro productos básicos a la humanidad.

Uno de los principales usos culinarios de la carne de cabra proviene del faenamiento de animales jóvenes. No obstante, otras vísceras y partes de la anatomía de la cabra adulta se emplean en las cocinas del mundo, tal es la de los riñones. Por regla general se suele emplear en asados o estofados de muy buen sabor y gusto al paladar.

b. Leche de Cabra

La leche de cabra es utilizada en la elaboración de varios productos como el queso, yogurt y mantequilla, ricos en nutrientes y vitaminas necesarios para la nutrición humana.

Países donde la leche de cabra se consume en forma líquida natural en sistemas de autoconsumo familiar, es el caso de la mayor parte de los países de Asia y de África, donde el queso no forma parte de los hábitos alimenticios de la población. Este sistema tiene la mayor importancia en esos dos continentes, en los cuales se encuentra más del 90% del rebaño y alrededor del 76% de la producción lechera mundial.

Países importantes en la producción mundial de leche y grandes consumidores e incluso exportadores de queso de cabra, tales son los países del Mediterráneo: Francia, Grecia, España e Italia, en los cuales se concentra la más abundante producción de esos quesos. Con solamente el 3% del rebaño a nivel mundial, producen y procesan más del 20% de la producción lechera global.

Países donde la situación es mixta y se encuentra en vías de cambio. En nuestro país, la leche se consume tanto en su forma líquida como transformada en queso. La particularidad del uso de la leche de cabra para la fabricación industrial de quesos en estos países reside en la mayoría de los casos, en que se mezcla con leche de vaca, existiendo poca producción industrial de quesos de leche pura de cabra.

3.5.2. Características del producto

a. Carne de cabra

Según una amplia variedad de estudios realizados, la carne caprina es naturalmente dietética e hipocalórica, considerando que la carne de cabra tiene menos grasa que el pollo y que las otras carnes rojas comúnmente consumidas. A la poca grasa que tienen los caprinos se suma su inmejorable relación poli saturados a saturados, lo que convierte la carne en una excelente elección nutricional.

Esto es debido a que el metabolismo de los caprinos deposita primero la grasa internamente, antes de hacerlo externamente. Además, en la faena, la grasa interna es extraída junto con los órganos y menudencias, razón por la cual dicha grasa no llega al consumidor de carne caprina.

Una cabra bien terminada, tiene una pequeña cobertura de grasa externa sobre sus músculos, que evita que la carne se deshidrate rápidamente. La carne no tiene el marbledo o grasa dispersa en el interior del músculo, como la pueden tener las carnes vacunas. Por ello esta carne es considerada “magra” y dietética. Sin embargo es de destacar su excepcional ternura, incluso en animales adultos.

b. Leche de cabra

La leche de cabra tiene una composición en grasa del 4%, mayor cantidad de grasa que la vaca (3,5%) aunque depende mucho de la raza caprina de la que se trate, (llegando algunas hasta un 5,5%). La principal diferencia no radica en la cantidad sino en la calidad, además, se tiene características como:

- a.** No contiene aglutinina que es una proteína cuya función es el de agrupar los glóbulos grasos para formar estructuras de mayor tamaño.

- b.** Contiene más ácidos grasos esenciales (linoleico y araquidónico) y una proporción mayor de cadenas cortas y cadenas medianas de ácidos grasos que la leche de vaca haciéndola más cardiosaludable.
- c.** Composición proteica: esta es la parte más importante para la producción de las alergias y en la fabricación de los quesos, y este factor que está ligado a la genética y no a la alimentación del animal. Los diferentes tipos de proteína que se pueden encontrar en la leche son de dos tipos generales:
 - d.** Proteínas hidrosolubles, termosensibles y no coagulables: beta y alfa lactoalbúmina y globulinas. Éstas se pierden en la elaboración del queso por el suero y se desnaturalizan por los tratamientos térmicos para la conservación de la leche.
 - e.** Proteínas coagulables, termoresistentes o caseínas.
- f.** La caseína de la leche de cabra contiene menos del tipo alfa 1 como sucede en la leche de mujer, que son las responsables de la mayoría de las alergias a la leche de vaca. No posee caseína del tipo beta 1 que es exclusiva de la leche de vaca y por lo tanto se puede utilizar para la detección de la presencia de leche de vaca en productos supuestamente elaborados exclusivamente con leche de cabra. El tamaño de los conjuntos de caseínas o micelas son más pequeñas en la cabra (50 nm) respecto a la vaca (75 nm) proporcionando una cuajada de menor tamaño en el estómago.
- g.** Cantidad de lactosa: la leche de cabra contiene 1% menos de lactosa que la de vaca pero esta cantidad en la práctica se tolera mejor por las personas intolerantes a la lactosa porque en conjunto la leche es más digestible.

h. El contenido mineral de leche de cabra y leche de vaca es semejante, pero la leche de cabra contiene 13 por ciento más calcio, 47 por ciento más vitamina A (responsable de su coloración más blanca), 134 por ciento más potasio y tres veces más ácido nicotínico. Es también cuatro veces más alta en cobre. La leche de la cabra contiene también 27 por ciento más del selenio. Sin embargo, la leche de la vaca contiene cinco veces más de vitamina B-12 respecto a la leche de cabra y diez veces más de ácido de fólico (12 mcg. en la leche de vaca contra menos de 1 mcg. para la leche de cabra en 300ml para cubrir unas necesidades diarias de 75-100 mcg. en los niños).

3.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento al cual está dirigido el proyecto es:

CUADRO No.47
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	Ciudad de Ibarra
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	Masculino y femenino
SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL	Ocasión de compra, actitud ante el producto
SEGMENTACIÓN SOCIOECONÓMICA	Extracto medio y alto

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El autor

3.4.1. Análisis de la demanda

Para establecer la demanda se toma en cuenta datos de las encuestas a los consumidores. En pregunta No. 1 de las encuestas a la población se determina que el 53,0% de las personas encuestadas consume o les gustaría comprar productos derivados de la cabra.

Por otro lado se define en la pregunta No. 2 de la encuesta a la población, que el producto derivado de la cabra con mayor aceptación es la leche con 57% y de la carne es del 43%.

En la pregunta N° 3 se determina que la mayoría de población consumiría la carne una vez a la semana, en cantidad de 1 libra en la pregunta N° 4, y el costo determinado en la pregunta N° 5 que están dispuestos a pagar los consumidores se encuentra entre 1,5 a 2,00 USD la libra.

En la pregunta No. 6 se expresa que la leche la consumen de 2 a 4 litros en su mayoría y en la pregunta N° 7 el precio a pagar es de menos de 1,00 dólar.

3.4.2. Población dispuesta consumir

Considerando que la población de extracto medio y alto de la ciudad de Ibarra es de 76.452 personas al año 2013 y tomando en cuenta que la compra de la carne y leche se lo realiza por familia y no por persona, es necesario dividir el total de la población para el promedio de número de personas por familia que determina el INEC para el 2010 que es de 4 personas.

**CUADRO No.48
POBLACIÓN DEMANDANTE EN FAMILIAS**

POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA DE EXTRACTO SOCIAL MEDIO ALTO Y ALTO	POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA DE EXTRACTO SOCIAL MEDIO ALTO Y ALTO REPRESENTADA POR FAMILIAS	DISPONIBILIDAD DE COMPRA EN %	POBLACIÓN DEMANDANTE EN FAMILIAS
76.452	19.113	53%	10.130

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor

3.4.3. Demanda actual de leche

En base a la encuesta se determinó el nivel de preferencia por la leche, para posteriormente cuantificarla.

CUADRO No.49
DEMANDA ACTUAL DE LECHE EN LITROS

AÑO	POBLACIÓN DEMANDANTE EN FAMILIAS	PREFERENCIA POR EL PRODUCTO 57%	CANTIDAD PROMEDIO DE CONSUMO EN LITROS	PERIODO DE COMPRA EN SEMANAS	DEMANDA ACTUAL DE LECHE EN LITROS
2013	10.130	5.774	3	48	831.461

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El autor

3.4.4. Demanda actual de carne

De igual manera el 43% de los demandantes manifiestan que adquirirían carne.

CUADRO No.50
DEMANDA ACTUAL DE CARNE EN LIBRAS

AÑO	POBLACIÓN DEMANDANTE EN FAMILIAS	PREFERENCIA POR EL PRODUCTO EL 43%	CANTIDAD PROMEDIO DE CONSUMO EN LIBRAS	PERIODO DE COMPRA EN SEMANAS	DEMANDA ACTUAL DE CARNE EN LIBRAS
2013	10.130	4.356	1	48	209.081

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El autor

3.4.5. Proyección de la demanda de los productos

Para la proyección se utilizó el crecimiento de la población de la ciudad de Ibarra que se según el INEC se ubica al 2,02% anual, se aplicó la fórmula del monto.

CUADRO No.51
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS

AÑO	PROYECCION DE LA DEMANDA DE LECHE EN LITROS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CARNE EN LIBRAS
2014	848.257	213.304
2015	865.392	217.613
2016	882.873	222.009
2017	900.707	226.493
2018	918.901	231.069

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El autor

3.4.6. Oferta de producción y mercadeo

La crianza de cabras para leche crece poco a poco, no dan tanta leche como las vacas, pero las más productivas pueden rendir hasta 4 litros diarios. Son pequeñas, mansas y pueden adaptarse fácilmente, excepto donde haya humedad y corrientes de viento.

Hay producción de leche y carne en el sector, pero no se lo hace en grandes cantidades o como proyecto específico para producir estos productos, lo poco que existe se lo comercializa a nivel local y no se lleva registros, así lo determina el estudio realizado en la ciudad de Ibarra, en dicho estudio se le consultó a la ciudadanía lo siguiente:

3.4.7. Datos para determinar la oferta

Al no contar con comercios, tiendas, abacerías y supermercados que oferten productos derivados de la cabra, no se cuenta con información para poder registrar datos sobre producción u oferta generada en el sector San Vicente de Pusir, por lo que la oferta es 0.

Sin embargo, es necesario tomar como referencia de la oferta, los productos de cabra que se encuentran en San Vicente de Pusir, que es la carne con un promedio de 800 libras por cabra y un promedio 4000 litros

de leche y los supermercados de la ciudad de Ibarra, para ello, se toma en cuenta los datos obtenidos del jefe de ventas del Supermaxi y Tía; quienes determinan que se vende carne y leche de cabra, productos que son muy cotizados por los clientes.

**CUADRO No.52
OFERTA ANUAL DE LECHE Y CARNE DE CABRA**

AÑO	Producto	Promedio de ventas semanales en el mercado de San Vicente de Pusir por 12 vendedoras	Promedio de ventas en el Supermaxi y Tía de Ibarra	Total anual
2013	Leche de cabra	4000	500	216.000
	Carne de cabra	800	1200	96.000

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: El autor

3.5. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para poder realizar la proyección de la oferta se aplicó la tasa del 4% anual que corresponde al crecimiento de la oferta de los derivados de cabra en los establecimientos que comercializan los productos, según la entrevista efectuada.

**CUADRO No.53
PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PRODUCTO**

AÑO	PROYECCION DE LA OFERTA DE LECHE EN LITROS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CARNE EN LIBRAS
2014	224.640	99.840
2015	233.626	103.834
2016	242.971	107.987
2017	252.689	112.306
2018	262.797	116.799

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: El autor

3.5.1. Balance entre oferta y demanda

Permite establecer la demanda potencial a satisfacer que existe por los productos derivados de cabra en el mercado.

LECHE DE CABRA

CUADRO No.54
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN LITROS

AÑO	PROYECCION DE LA DEMANDA DE LECHE EN LITROS	PROYECCION DE LA OFERTA DE LECHE EN LITROS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN LITROS
2014	848.257	224.640	623.617
2015	865.392	233.626	631.766
2016	882.873	242.971	639.902
2017	900.707	252.689	648.018
2018	918.901	262.797	656.104

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: El autor

CARNE DE CABRA

CUADRO No.55
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN LIBRAS

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE CARNE EN LIBRAS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE CARNE EN LIBRAS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN LIBRAS
2014	213.304	99.840	113.464
2015	217.613	103.834	113.779
2016	222.009	107.987	114.022
2017	226.493	112.306	114.187
2018	231.069	116.799	114.270

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: El autor

Este análisis permitió determinar el balance entre la oferta y la demanda potenciales, dato que determina la condición para la factibilidad del proyecto.

De acuerdo a la producción de cabras, la pequeña empresa aproximadamente puede cubrir el 7% de la demanda insatisfecha de carne que corresponde a 8.000 y el 21% en leche que son 128.000.

3.6. ANÁLISIS DE PRECIOS

De acuerdo a la pregunta N° 5 de la encuesta a los consumidores se determina que las personas están dispuestas a pagar de 1,5 a 2,00 USD; por cada libra de carne.

De acuerdo a la pregunta No. 7 de la encuesta a los consumidores se determina que las personas están dispuestas a pagar menos de un dólar por cada litro de leche.

3.6.1. Determinación y proyección de los precios de los productos derivados de cabra.

Para determinar los precios de los derivados de cabra que la pequeña empresa aplicará, se efectuó una consulta en el mercado, como también se tomó en cuenta la competencia y la disponibilidad de los demandantes del producto. Para la proyección se aplicó la inflación del año 2012 que se ubicó en el 4,16%.

CUADRO No.56
DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE PRODUCTOS DERIVADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leche en Litros					
Precio unitario	0,90	0,94	0,98	1,02	1,06
Carne en libras					
Precio unitario	1,65	1,72	1,79	1,86	1,94

Elaborado por: El autor

La proyección se la realizó a 5 años, porque se considera que en este tiempo se interviene con el proyecto en el sector, luego de lo cual se encargará la misma organización.

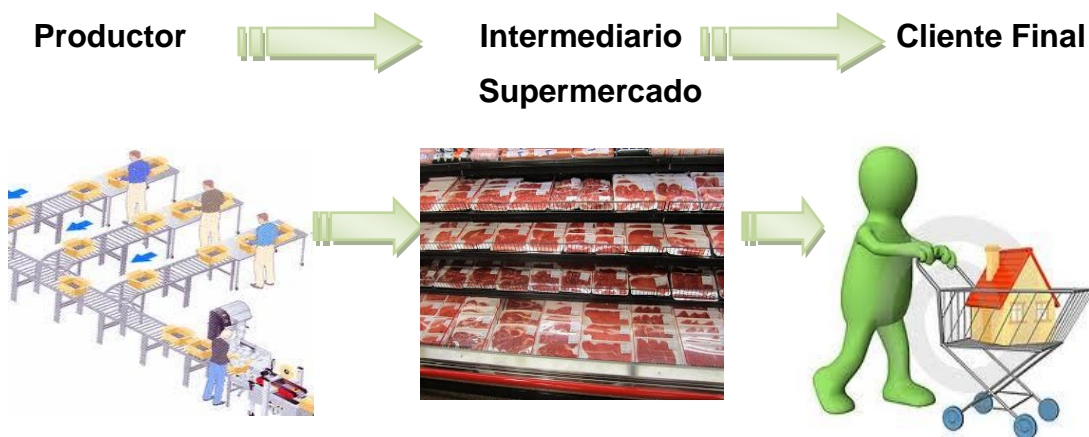
3.7. SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO

Considerando que la situación de los mercados es muy volátil, se tiene que actualizar el presente estudio cada dos años, siempre y cuando se requiera que los datos den los resultados esperados, puesto que en un corto tiempo cambian los gustos y preferencias de los consumidores, así como también, cambia en nivel de competitividad de los mercados en todos los sectores del País.

3.7.1. Comercialización

Para lograr un mejor posicionamiento de este producto se fijará un canal de distribución el mismo que se representa en el siguiente gráfico.

ILUSTRACIÓN No5 CANAL DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO



Fuente: Directa
Elaborado por: El autor

3.7.2. Publicidad

En lo que respecta a imagen corporativa de la microempresa se la manejará de la siguiente forma:

ILUSTRACIÓN No.6
IMAGEN CORPORATIVA



Fuente: Directa
Elaborado por: El autor

Se pactará cuñas radiales para informar los beneficios del producto y los lugares de comercialización.

Se realizará publicidad por la prensa, internet, como también material publicitario indicando las bondades del producto.

3.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Se concluye que la comercialización de los productos derivados de la cabra es factible desde el punto de vista comercial, técnico, y económico ya que estos productos tienen un nivel de aceptación muy alto.
- En síntesis el nuevo modelo de consumo alimentario especialmente de este tipo de productos se puede definir como aquel que responde a las nuevas pautas sociales de un mercado segmentado horizontal y verticalmente demandado de productos.

- La incorporación al producto de una serie de características y valores añadidos especialmente los relacionados con la calidad, seguridad, naturalidad, diferenciación, accesibilidad, oportunidad y conveniencia es fundamental para su lanzamiento exitoso en el mercado.
- La demanda siempre va a existir porque los productos son parte de la canasta de las familias Ecuatorianas destinados a la alimentación como son los productos leche y carne derivados de la cabra.
- La población debe crear una cultura de consumo de productos saludable y natural como lo es la leche y carne de cabra que tienen altos contenidos nutritivos que en el mundo de hoy se está perdiendo.
- Es una propuesta exitosa puesto que va a ser la primera empresa pionera destinada a comercializar este tipo de productos derivados de la cabra.
- Con la elaboración de este proyecto se persigue fomentar la crianza de animales y crear fuentes de trabajo para la gente que vive en el campo.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

En este capítulo se analizará la factibilidad técnica del proyecto, tomando en cuenta ciertos elementos que lograrán que su implementación tenga éxito, uno de ellos es la ubicación, que será en un lugar estratégico, en donde se tendrá mayor acceso a la materia prima y fácil comercialización, otro de los aspectos de este estudio será definir el proceso de producción adecuado que aproveche los recursos disponibles en la elaboración del bien.

También se determinan los requerimientos de los equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. La verificación de las características técnicas de las máquinas podrá precisarse su disposición en planta, que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación.

El análisis de estos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por nivel de especialización y asignarle un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación.

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

4.2.1. Tamaño de Mercado

Después de analizar el mercado se determina la demanda insatisfecha de la carne y leche de cabra, debido a que la preferencia de consumo de la población cada vez está cambiando, opta por productos de alto poder nutricional.

4.2.2. Materia Prima e insumos

Con base a un plan productivo tanto de los ejemplares como de la leche de cabra las necesidades de materia prima estarán presentes para cubrir todas las épocas del año, como plan de contingencia para evitar el desabastecimiento de materia prima se incentivará a la comunidad para que se dedique a esta actividad.

4.2.3. Mano de Obra

Para el correcto funcionamiento del proyecto se utilizará mano de obra calificada y cualificada, para esto se realizará una adecuada selección de personal que esté dentro del perfil establecido, quienes deberán encontrarse aptos para desempeñar las actividades del área operativa, administrativa y de comercialización.

4.2.4. Financiamiento

El presente proyecto será financiado de la siguiente manera: Un 48,01% de capital propio que será aportado por los socios y un 51,99% a crédito, el cual se lo obtendrá en la CFN, a través de un programa de créditos que otorgan para ayudar a la creación de más empresas.

Esta capitalización permitirá que el proyecto se ejecute exitosamente y se beneficie tanto a los actores directos de la pequeña empresa como a la población en general.

4.2.5. Aspectos Administrativos

La pequeña empresa se encontrará conformada de la siguiente manera: una persona que sea el representante o Gerente, otra que contabilice y haga las veces de secretaria, personal técnico que se encargue de la elaboración del producto, mantenimiento de las cabras, así mismo otros que realice la comercialización y distribución de los lácteos a los distintos puntos de venta de Ibarra.

4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, tomando en cuenta algunos aspectos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

4.3.1. Macrolocalización

La pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, estará localizada en la sierra norte del Ecuador, provincia del Carchi, Cantón Bolívar.

A continuación se presenta la ilustración de macrolocalización del proyecto:

ILUSTRACIÓN No. 7

LOCALIZACIÓN DEL CANTÓN BOLIVAR EN LA PROVINCIA DEL CARCHI



Fuente: Guía Turística Cantón Bolívar
Elaborado por: El autor

El cantón tiene como principal actividad la ganadería, especialmente el sector rural. Además, cuenta con vías de acceso a las diferentes capitales de las provincias que conforman el Ecuador y a los diferentes cantones aledaños a éste. El acceso a los lugares de producción en donde estará ubicada la pequeña empresa son vías de segundo orden, en buen estado, asfaltadas y empedradas facilitando así la transportación de la leche en tanqueros, insumos y demás complementos que servirán para la comercialización de los lácteos y posteriormente para su transportación al mercado.

Cuenta con todos los servicios de comunicación, salud, comerciales y recreacionales. Así mismo, dispone de instituciones bancarias que facilitan créditos tanto a pequeños como grandes agricultores y empresarios para apoyar el sector agrario.

4.3.2. Microlocalización

Para definir la microlocalización se aplicó el método de puntos ponderados, el cual permite comparar entre diferentes alternativas los aspectos que permitirán que el proyecto tenga un desenvolvimiento óptimo.

CUADRO No. 57
POSIBLES SECTORES A UBICAR

POSIBLES SECTORES A UBICAR	
CALLE	A
CALLE	B
CALLE	C
CALLE	D

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

CUADRO No. 58
FACTORES A UTILIZARCE EN LA UBICACIÓN

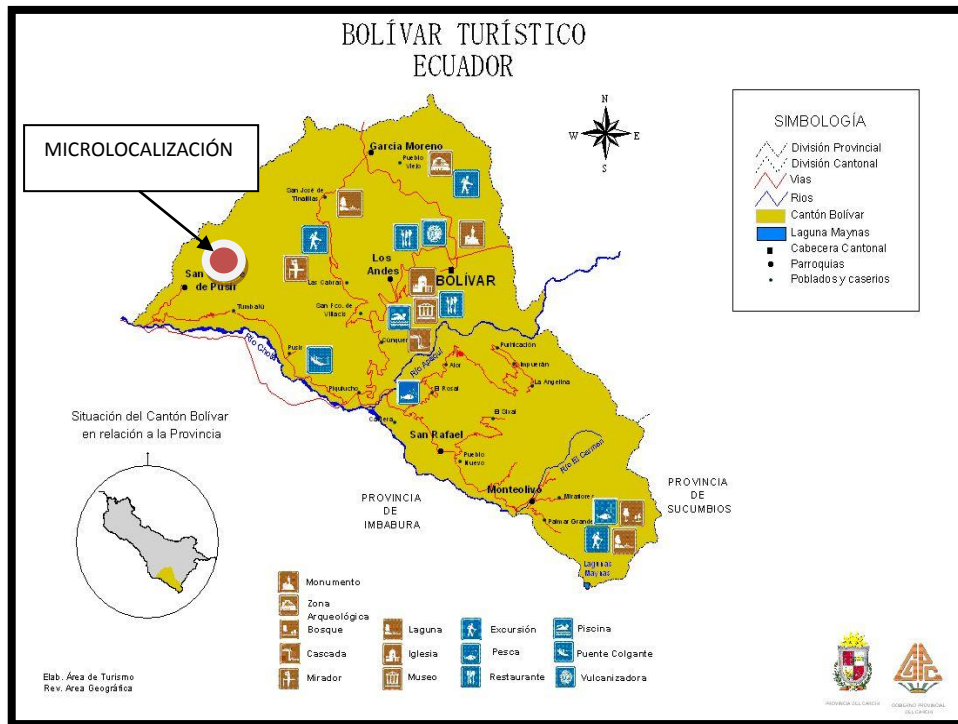
FACTORES Cuadro de ubicación de la microempresa	A	B	C	D
Disponibilidad del terreno y construcción	70	95	85	66
Factores Comerciales	80	90	90	60
Facilidad de acceso	90	100	82	73
Seguridad	90	95	80	60
Mercado meta	70	90	75	70
TOTAL	400	470	412	329

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

La ubicación estratégica seleccionada para la microempresa productora y comercializadora de productos derivados de la cabra, será: Parroquia San Vicente de Pusir, en la Calle Los Vergeles S/N y Alpayanes, debido a la facilidad de acceso y a la cercanía con la población de San Vicente de

Pusir, además, está a pocos minutos de la ciudad de Ibarra, donde el movimiento comercial es constante y dinámico.

ILUSTRACIÓN No.8 MAPA DE LA PARROQUIA DE SAN VICENTE DE PUSIR



Fuente: Guía Turística Cantón Bolívar
Elaborado por: El autor

El proyecto se lo desarrollará en la parroquia San Vicente de Pusir, la misma que se encuentra ubicada al noroccidente de Piquiucho, a una distancia de 4.5 Km. del lugar propuesto para las instalaciones de la pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, ubicada en la parroquia de San Vicente de Pusir, cantón Bolívar, provincia del Carchi.

Se escogió la parroquia de San Vicente de Pusir, para el desarrollo del proyecto puesto que presenta las siguientes condiciones que favorecen la ejecución del mismo, es un sector netamente apropiado en la crianza de

cabras, por lo que goza de una alta productividad del tipo de leche que se necesita.

El lugar cuenta además con una amplia entrada para vehículos que recolectan la leche, existe disponibilidad de mano de obra e insumos.

Asimismo, el terreno se encuentra ubicado en un lugar estratégico, ya que posee línea telefónica, agua potable, fluido eléctrico, manejo de desechos y lo más importante existe el aporte de la comunidad para el desarrollo del proyecto.

4.3.3. Factores determinantes de la microlocalización

Es importante definir los motivos por los que se seleccionó tanto el lugar donde va a estar ubicada la pequeña empresa para la producción como para la comercialización de productos derivados de la cabra considerando varios puntos:

- **Costos y disponibilidad del espacio físico**

El lugar donde va a funcionar la microempresa productora y comercializadora de productos derivados de la cabra es un espacio físico cerca al pueblo, cuenta con un espacio amplio para el área de faenamiento, espacios de pasteurización y para el empaclado, además, del área para guardar el producto terminado y un espacio para oficina de administración.

- **Fuentes de Abastecimiento de materia prima**

El abastecimiento de la materia prima que son las cabras para dar inicio a la producción de carne y la leche de cabras, se conseguirá de las fincas cercanas de este ganado. El valor promedio de la cabra es de (100 USD) de la cual se obtiene un promedio de 40 libras de carne para la venta.

- **Disponibilidad de servicios básicos**

La pequeña empresa requiere los servicios básicos de agua, luz, alcantarillado y teléfono y el sector donde va a estar ubicada la microempresa San Vicente de Pusir sí cuenta con estos servicios básicos.

- **De la materia prima y del producto terminado**

Es importante tomar en cuenta que tanto la materia prima como el producto terminado requieren estar en un lugar fresco y seco por lo que se utilizará un aislante en el piso de la bodega para que no se vaya a humedecer, esto ayudará a tener un producto de calidad, mismos que permitirán resultados que no afecten la autenticidad de un buen proceso y mantengan las bondades que el producto posee.

4.4.INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1. Proceso para la faenado y empaquetado de carne

En concreto, los pasos de interés durante la faenado y empaquetado de carne, son los siguientes:

Esquema



Elaboración: El autor

INSENSIBILIZACIÓN:	Es cuando al animal por medio de aturdimiento eléctrico lo insensibilizan para poder dar comienzo al faenamiento. De esta forma, el animal entra más relajado a la playa de faena.
IZADO:	Una vez insensibilizado el animal es colgado de las patas traseras.
SANGRÍA:	Luego del izado el animal es sacrificado, con el método de degollado (corte del cuello afectando a las arterias carótidas y venas yugulares para sacarle la sangre)
TRANSFERENCIA:	Hacen correr al animal colgado de la noria por un espacio relativamente largo mientras se desangra, sobre un recipiente a modo de canaleta donde la sangre es recogida.
DESUELLO (o cuereado):	Luego de la transferencia comienza el procedimiento de sacarle todo el cuero al animal. El cuero es trasladado a otro sector del frigorífico donde se sala o se cuelga estirado (estaqueo) para que se seque o deshidrate, siendo ambos, métodos de conservación.

CORTE DE CABEZAS Y PATAS:	Luego de sacarle el cuero al animal se realiza el corte de la cabeza y las patas que también se comercializan (se utilizan de la cabeza, el encéfalo y la lengua).
EVICERACIÓN:	Se le extraen todas las vísceras al animal. Las vísceras del cordero que se comercializan son el timo (conocida en la carnicería como molleja), el hígado y parte del intestino delgado (chinchulines).
INSPECCIÓN SANITARIA:	Se realiza la inspección sanitaria (por parte de un organismo oficial: SENASA) en los ganglios linfáticos de la res (o carcaza) detectar enfermedades como la hidatidosis, tuberculosis, pseudotuberculosis, que son las más comunes en esta zona y que pueden ser motivo de decomiso (carne no apta para consumo humano, que va al digestor) (*) (*) digestor: especie de olla en la que se hierven los desechos para librarlos de microorganismos, para ser luego llevados al basural.
LIMPIEZA:	Se limpia al animal para sacar los restos de sangre o tejidos con agua a presión.
OREO:	Luego de la limpieza, el animal se deja secar y comienza el rigor mortis (rigidez cadavérica). O sea se seca por dentro y fuera y se endurece. Una vez así, puede ser envuelto en bolsas plásticas para dejarlos listos para la refrigeración y posterior comercialización.
REFRIGERACIÓN o CONGELACIÓN	

Elaboración: El autor

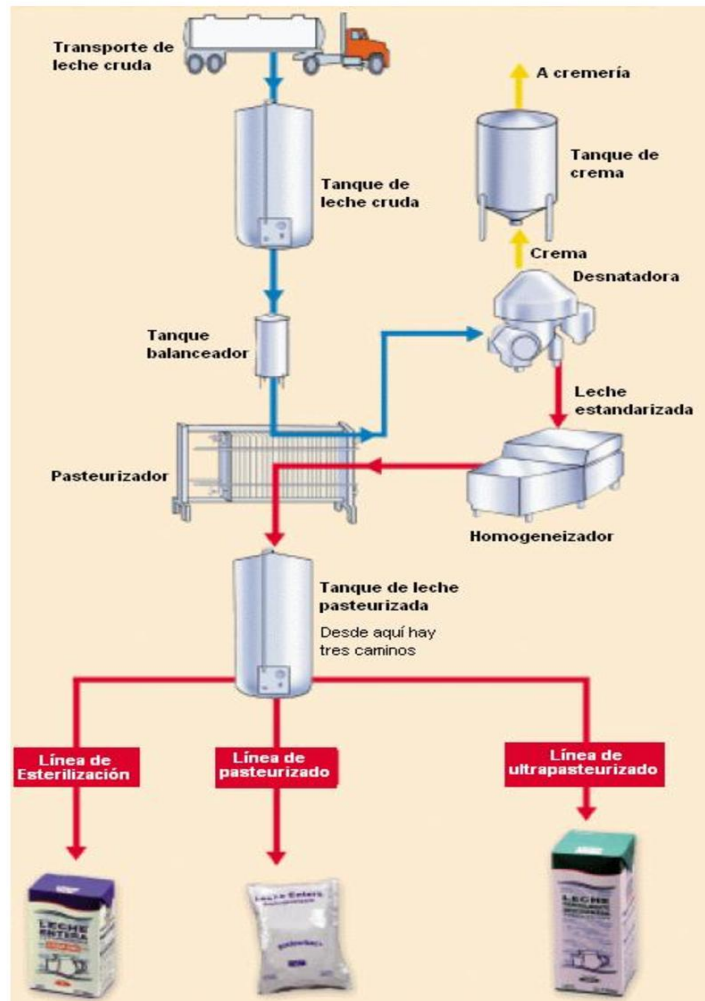
Flujo de proceso de producción de leche

El proceso para la puesta en marcha del presente proyecto se presentará a continuación mediante el flujo grama de proceso para cada producto:

- **Proceso productivo leche de cabra**

ILUSTRACIÓN No. 9 FLUJOGRAMA PRODUCCIÓN DE LECHE DE CABRA

DIAGRAMA DE PROCESO DE LA LECHE



Fuente: Investigación Propia
Elaboración: El autor

4.4.2. DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

La planta se distribuirá tomando en cuenta las condiciones requeridas para ejecutar las actividades económicas y productivas de una manera eficiente y efectiva; igualmente, se consideró todas las medidas necesarias que garanticen el bienestar y la seguridad de los trabajadores, evitando así accidentes de trabajo e inconformidad de los mismos.

Por lo tanto, las áreas que conforman la planta de la pequeña empresa serán:

- **Área Administrativa**

Estará conformada por la oficina del Gerente, Secretaria – Contadora y comercialización en donde se llevará a cabo las actividades propias de esta área contando con los muebles y equipos adecuados.

- **Área de Producción**

En esta área se encontrará toda la maquinaria, equipo e insumos que se utiliza en el proceso productivo de los lácteos, organizado de tal manera que exista continuidad en las operaciones y así optimizar al máximo el uso de los recursos.

- **Área de Recepción**

Constituye todo el espacio destinado para la recepción de la leche desde los vehículos que la recolectan hasta el tanque frío y a través de bombas de absorción, verificando la calidad de ésta.

- **Laboratorio**

Aquí se analizará las muestras de leche y/o productos terminados, de acuerdo a las diferentes pruebas establecidas en las normas INEN que detalla cual es el control estricto que se debe tener para la elaboración de los productos.

- **Bodega**

En la bodega se almacenarán los insumos requeridos para la elaboración y envasado de los productos.

- **Cuarto Frío**

Este sector está destinado para almacenar los productos terminados a fin de que se mantengan frescos, hasta ser distribuidos para su comercialización.

- **Cuarto de Máquinas**

Cuarto propuesto para la colocación del caldero, siendo éste el encargado de generar vapor que dará movimiento al resto de las máquinas y para optimizar el tiempo.

Además, es conveniente resaltar la construcción de un baño – vestidor para el personal que trabajará en la pequeña empresa y asegurar su comodidad e higiene.

**CUADRO No.59
DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES**

AREAS	m²
Área Administrativa	36
Gerencia	10
Secretaría-Contabilidad	9
Recepción	7
Comercialización	10
Área de Producción	180
Bodega de MP	14
Zona de faenamiento y lavado	36
Área de empaque	36
Laboratorio de pasteurización	24

Bodega	10
Cuarto Frío (Secado y enfriamiento)	12
Cuarto de Máquinas	12
Área de Producto terminado	36
Área de descanso	10
Sala de Reuniones	10
Vestidores	12
Baño	8
Parqueadero	32
Áreas Verdes	59
TOTAL	347

Fuente: Expertos
Elaborado por: El autor

4.4.3. DISEÑO DE LA PLANTA

ILUSTRACIÓN No. 10
DISEÑO DE LA PLANTA



Fuente: Directa
Elaborado por: El Autor

4.4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO

Dentro del desarrollo del proyecto es necesario tomar en cuenta que elementos técnicos se requieren para ponerlo en marcha.

Requerimiento de activos fijos

- **Terreno e infraestructura**

Para el desarrollo del proyecto se arrendará un terreno en el que funcionará la pequeña empresa que servirá para la producción de derivados de cabra. La infraestructura física que existe en la actualidad se lo adecuará para las labores del proyecto.

CUADRO No.60
INFRAESTRUCTURA

DETALLE	m2	VALOR UNITARIO m2	VALOR TOTAL
Construcción de establo y zona de ordeño	150	8	1.200,00
Adecuación de la infraestructura	347	10	3.470,00
TOTAL			4.670,00

Fuente: Cotización Maestro de Obra
Elaborado por: El autor

- **Maquinaria y Equipo**

Son los equipamientos que se utilizará en el proceso productivo de leche y carne de cabra.

**CUADRO No.61
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Caldero pirotubular de 10 BHP	1	4.300,00	4.300,00
Empacadora de carnes al vacío	1	2.200,00	2.200,00
Tinas marmitas de acero de 500 lts	1	1.500,00	1.500,00
Pasteurizadora de leche	1	3.500,00	3.500,00
Balanza electrónica	1	150,00	150,00
Congeladores horizontales	3	750,00	2.250,00
Tina de acero para recepción de leche	1	600,00	600,00
Tina para pruebas de reductasa	1	250,00	250,00
Bombas de absorción	1	1.250,00	1.250,00
Acidómetro	1	120,00	120,00
Agitador de acero inoxidable	2	190,00	380,00
Máquina de ordeño	2	1.800,00	3.600,00
Bomba de mochila	2	170,00	340,00
Tanque de gas	2	60,00	120,00
TOTAL			20.560,00

Fuente: Cotización Rueda Agro

Elaborado por: El autor

• **Herramientas**

Los activos requeridos se presentan de acuerdo a la necesidad del proyecto.

**CUADRO No.62
HERRAMIENTAS**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Termómetro	2	3	6
Selladora metálica de cintas para fundas	1	35	35
Baldes	4	25	100
Lactodensímetro	1	15	15
Probeta	3	4	12
Palita de madera	2	20	40
Tubos de ensayo con tapón de 20 ml.	3	5	15
Estufa quemador de gas	1	35	35
TOTAL			258,00

Fuente: Cotización Rueda Agro

Elaborado por: El autor

- **Vehículo**

Se adquirirá un vehículo de segunda mano para las labores de la pequeña empresa.

**CUADRO No.3
VEHÍCULO**

VEHICULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Furgón cerrado Chevrolet año 2007	1	15.000,00	15.000,00
TOTAL			15.000,00

Fuente: Cotización Patio de Venta
Elaborado por: El autor

- **Muebles y enseres**

Los muebles y enseres son necesarios para el desempeño de los empleados.

**CUADRO No.64
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Administración			
Escritor de trabajo en *L*	1	190	190
Escritorio individual	2	140	280
Sillón presidente modelo INTER 6037	1	80	80
Anaquele 4 puertas, con seguridad	1	190	190
Archivador metálico 4 gavetas	1	70	70
Sillas	3	40	120
Mesa para reuniones 8 personas	1	180	180
Producción			
Mesa de acero	1	350	350
Estanterías	5	70	350
Taburetes	8	18	144
TOTAL			1.954,00

Fuente: Cotización Amoblar
Elaborado por: El autor

- **Equipo de computación**

Se necesita adquirir equipos de cómputo para almacenar y sistematizar la información del negocio.

CUADRO No.65

EQUIPO DE CÓMPUTO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora Portátil	1	850	850
Computadora Completa 500 GHZ	1	625	625
TOTAL			1.475,00

Fuente: Cotización Movicom
Elaborado por: El autor

- **Equipo de oficina**

Son los implementos que se necesita en el área administrativa.

CUADRO No. 66

EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Impresora multifunción	1	180	180
Teléfono	3	115	345
Sumadora	2	38	76
TOTAL			601

Fuente: Cotización Movicom
Elaborado por: El autor

Resumen de activos fijos

CUADRO No.67RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Infraestructura	4.670
Vehículo	15.000
Maquinaria y Equipo	20.560

Herramientas	258
Muebles y Enseres	1.954
Equipo de Cómputo	1.475
Equipo de Oficina	601
TOTAL ACTIVOS FIJOS	44.518

Elaborado por: El autor

REQUERIMIENTO DE CAPITAL DE TRABAJO

La inversión variable está presupuestada para 3 meses para cubrir costos y gastos en lo que incurrirá la propia empresa, además, se considera dentro del capital de trabajo la adquisición de ejemplares caprinos por un valor de 21.000 dólares.

CUADRO No.68 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Costos de producción	44.396,62
Gastos administrativos	4.706,98
Gastos de ventas	2.541,53
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	51.645,12

Elaborado por: El autor

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

La inversión total del proyecto está compuesta por: Fija y capital de trabajo.

CUADRO No.69 INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	44.518,00
Capital de Trabajo	51.645,12
TOTAL	96.163,12

Elaborado por: El autor

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para la gestión del proyecto se necesita una inversión de 96.163,12 dólares, de los cuales 46.163,12 dólares será de origen propio y 50.000 dólares a través de un préstamo a la Corporación Financiera Nacional.

CUADRO No.70
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	VALOR
Capital Propio	46.163,12
Capital Financiado	50.000,00
TOTAL	96.163,12

Elaborado por: El autor

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

El personal requerido en la pequeña empresa para laborar es:

CUADRO No.71
MANO DE OBRA

DESCRIPCIÓN	No.
Gerente	1
Contadora	1
Técnico de Producción	1
Operarios	4
Cuidadores	2
Vendedor	1
TOTAL	10

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo presenta la información financiera como: los ingresos, egresos, balances y evaluación de la inversión, que determina la factibilidad del proyecto y sirve de base para la toma de decisiones por parte de los inversionistas.

5.1. Presupuestos de Ingresos y Egresos

5.1.1. Presupuesto de Ingresos

Para la elaboración del presupuesto de ingresos se tomó en cuenta que el proyecto va a captar el 7% de una demanda insatisfecha en carne, y el 21% de la demanda insatisfecha en leche de cabra.

El precio de venta se lo estableció de acuerdo al precio de mercado, tomando en cuenta la competencia, el incremento para años posteriores es del 4.16% según la inflación.

CUADRO No.72
PRESUPUESTO DE INGRESOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leche en Litros	128.000	192.000	192.000	192.000	192.000
Precio unitario	0,90	0,94	0,98	1,02	1,06
Subtotal	115.200,00	179.988,48	187.476,00	195.275,00	203.398,44
Carne en libras	8.000	20.000	20.000	16.000	32.400
Precio unitario	1,65	1,72	1,79	1,86	1,94
Subtotal	13.200,00	34.372,80	35.802,71	29.833,68	62.926,39
Ingresos totales	128.400,00	214.361,28	223.278,71	225.108,68	266.324,84

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

5.1.2. Presupuestos de Egresos

Los egresos crecen en base a la inflación del 4,16% registrada en el año 2012, excepto los sueldos que crecen en base a la tendencia del sueldo básico de los últimos años, que se ubica en el 9,9%.

5.1.3. Costos de Producción

Los costos están conformados por: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. A continuación se detalla los siguientes cuadros:

5.1.4. Costos directos

Son las erogaciones que están ligadas directamente con la elaboración de los derivados.

- **Materia prima e insumos**

El desglose de este rubro se encuentra en anexos.

CUADRO No. 73
MATERIA PRIMA E INSUMOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suplementos alimenticios	39.712,00	37.638,22	39.203,97	40.834,85	42.533,58
Mantenimiento de la zona de pastoreo	8.665,00	8.847,35	9.215,40	9.598,76	9.998,07
Vacuna New Castle (500 dosis)	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Medicina (Desparasitante) 250 Gr.	144,00	149,99	156,23	162,73	169,50
Desinfectante: Banodine 1 litro	84,00	87,49	91,13	94,93	98,87
Total de materia prima e insumos	48.845,00	46.973,04	48.927,11	50.962,48	53.082,52

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Mano de obra directa**

**CUADRO No.74
MANO DE OBRA**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Técnico de producción	550,00	604,45	664,29	730,06	802,33
4	Operarios	1.680,00	1.846,32	2.029,11	2.229,99	2.450,76
2	Cuidadores	720,00	791,28	869,62	955,71	1.050,32
	MENSUAL	2.230,00	2.450,77	2.693,40	2.960,04	3.253,09
	ANUAL	26.760,00	29.409,24	32.320,75	35.520,51	39.037,04

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.75
PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	26.760,00	29.409,24	32.320,75	35.520,51	39.037,04
Aporte Patronal	3.251,34	3.573,22	3.926,97	4.315,74	4.743,00
Fondos de Reserva		2.450,77	2.693,40	2.960,04	3.253,09
Décimo Tercero	2.230,00	2.450,77	2.693,40	2.960,04	3.253,09
Décimo Cuarto	2.380,00	2.615,62	2.874,57	3.159,15	3.471,90
Total costo de mano de obra	34.621,34	40.499,62	44.509,09	48.915,48	53.758,12

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Costos indirectos

Dentro de los costos indirectos se encuentran las erogaciones, que se realizan para obtener el producto final.

- **Servicios básicos**

**CUADRO No.76
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz					
Cantidad (kw/h)	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Precio	0,080	0,083	0,087	0,090	0,094

Subtotal	640,00	666,62	694,36	723,24	753,33
Agua					
Cantidad (m3)	1.943	1.943	1.943	1.943	1.943
Precio	0,21	0,22	0,23	0,24	0,25
Subtotal	408,03	425,00	442,68	461,10	480,28
TOTAL	1.048,03	1.091,63	1.137,04	1.184,34	1.233,61

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Combustible**

El combustible se utiliza para el funcionamiento de lamarmita.

**CUADRO No.77
COMBUSTIBLE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gas	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
TOTAL	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Empaques**

**CUADRO No.78
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques para leche					
Cantidad (docenas)	10.667,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00
Costo unitario	0,72	0,75	0,78	0,81	0,85
Subtotal	7.680,00	11.999,23	12.498,40	13.018,33	13.559,89
Empaques para carne					
Cantidad (docenas)	667	1667	1667	1333	2700
Costo unitario	0,48	0,50	0,52	0,54	0,56
Subtotal	320,00	833,28	867,94	723,24	1.525,48
TOTAL	8.000,00	12.832,51	13.366,34	13.741,57	15.085,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Vestimenta de trabajo**

CUADRO No.79 VESTIMENTA DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trajes para la producción					
Cantidad (unidades)	5	5	5	5	5
Precio	55	57	60	62	65
TOTAL	275,00	286,44	298,36	310,77	323,70

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Implementos para limpieza**

**CUADRO No.80
IMPLEMENTOS PARA LIMPIEZA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Escoba	1,83	1,91	1,99	2,07	2,15
Trapeador	2,50	2,60	2,71	2,83	2,94
Basurero	9,00	9,37	9,76	10,17	10,59
Cepillo	0,89	0,93	0,97	1,01	1,05
Cepillo sanitario	2,50	2,60	2,71	2,83	2,94
Franelas	21,50	22,39	23,33	24,30	25,31
Toalla	21,60	22,50	23,43	24,41	25,42
Desinfectante	4,60	4,79	4,99	5,20	5,41
Lustre	0,75	0,78	0,81	0,85	0,88
Guantes	11,16	11,62	12,11	12,61	13,14
Fundas de basura	100,00	104,16	108,49	113,01	117,71
Recogedor	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71
Lava de platos	0,97	1,01	1,05	1,10	1,14
Varios	50,00	52,08	54,25	56,50	58,85
TOTAL	231,30	240,92	250,94	261,38	272,26

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Reposición herramientas**

**CUADRO No.81
REPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reposición herramientas	25,80	26,87	27,99	29,16	30,37
TOTAL	25,80	26,87	27,99	29,16	30,37

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Mantenimiento de equipo**

CUADRO No.82 MANTENIMIENTO DE EQUIPO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento equipo	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
TOTAL	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87

Elaborado por: El autor

CUADRO No.83

RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos directos					
Materia prima e insumos	48.845,00	46.973,04	48.927,11	50.962,48	53.082,52
Mano de obra directa	34.621,34	40.499,62	44.509,09	48.915,48	53.758,12
Costos indirectos					
Servicios básicos	1.048,03	1.091,63	1.137,04	1.184,34	1.233,61
Gas	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
Empaques	8.000,00	12.832,51	13.366,34	13.741,57	15.085,38
Vestimenta de trabajo	275,00	286,44	298,36	310,77	323,70
Implementos para limpieza	231,30	240,92	250,94	261,38	272,26
Reposición herramientas	25,80	26,87	27,99	29,16	30,37
Mantenimiento de equipo	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
TOTAL	93.586,47	102.513,50	109.102,74	116.015,42	124.421,57

Elaborado por: El autor

5.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos constituyen los gastos administrativos como: sueldos del personal, servicios básicos, servicios de comunicación, suministros de oficina, y mantenimiento de computación.

5.2.1. Sueldos administrativos

Son las erogaciones del pago al gerente y contadora, que realizan las actividades administrativas.

CUADRO No.84 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	650,00	714,35	785,07	862,79	948,21
1	Contadora	500,00	549,50	603,90	663,69	729,39
	MENSUAL	1.150,00	1.263,85	1.388,97	1.526,48	1.677,60
	ANUAL	13.800,00	15.166,20	16.667,65	18.317,75	20.131,21

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

CUADRO No.85 PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	13.800,00	15.166,20	16.667,65	18.317,75	20.131,21
Aporte Patronal	1.676,70	1.842,69	2.025,12	2.225,61	2.445,94
Fondos de Reserva		1.263,85	1.388,97	1.526,48	1.677,60
Décimo Tercero	1.150,00	1.263,85	1.388,97	1.526,48	1.677,60
Décimo Cuarto	680,00	747,32	821,30	902,61	991,97
Total sueldos administrativos	17.306,70	20.283,91	22.292,02	24.498,93	26.924,32

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Servicios básicos**

CUADRO No.86 SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz					
Cantidad (kw/h)	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Precio	0,080	0,083	0,087	0,090	0,094
Subtotal	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Agua					
Cantidad (m3)	572	572	572	572	572
Precio	0,21	0,22	0,23	0,24	0,25
Subtotal	120,12	125,12	130,32	135,74	141,39
TOTAL	360,12	375,10	390,71	406,96	423,89

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Servicios de comunicación**

CUADRO No.87 SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00

Internet	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
TOTAL	780,00	812,45	846,25	881,45	918,12

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

- **Útiles de oficina**

**CUADRO No.88
ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	52,50	54,68	56,96	59,33	61,80
Carpetas	3,60	3,75	3,91	4,07	4,24
Esferográfico	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Tinta impresora	65,00	67,70	70,52	73,45	76,51
Cuaderno	10,50	10,94	11,39	11,87	12,36
Lápiz	11,00	11,46	11,93	12,43	12,95
Borrador	1,50	1,56	1,63	1,70	1,77
Libretines (facturas)	54,00	56,25	58,59	61,02	63,56
TOTAL	201,10	209,47	218,18	227,26	236,71

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

- **Mantenimiento computación**

**CUADRO No.89
MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
TOTAL	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

**CUADRO No.90
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	17.306,70	20.283,91	22.292,02	24.498,93	26.924,32
Servicios básicos	360,12	375,10	390,71	406,96	423,89
Servicios de comunicación	780,00	812,45	846,25	881,45	918,12
Útiles de oficina	201,10	209,47	218,18	227,26	236,71
Mantenimiento computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
TOTAL	18.827,92	21.868,42	23.942,44	26.218,01	28.714,91

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

5.3. Gastos de ventas

- **Sueldos en ventas**

**CUADRO No.91
SUELDOS EN VENTAS**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
	MENSUAL	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
	ANUAL	5.400,00	5.934,60	6.522,13	7.167,82	7.877,43

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

**CUADRO No.92
PROYECCIÓN DE SUELDOS EN VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	5.400,00	5.934,60	6.522,13	7.167,82	7.877,43
Aporte Patronal	656,10	721,05	792,44	870,89	957,11
Fondos de Reserva		494,55	543,51	597,32	656,45
Décimo Tercero	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
Décimo Cuarto	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
Total sueldos administrativos	6.846,10	8.018,41	8.812,24	9.684,65	10.643,43

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Publicidad**

**CUADRO No.93
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio	640,00	666,62	694,36	723,24	753,33
Prensa	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
Afiches	280,00	291,65	303,78	316,42	329,58
Página web	360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
TOTAL	1.640,00	1.708,22	1.779,29	1.853,30	1.930,40

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Combustible y mantenimiento**

**CUADRO No.94
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y mantenimiento vehículo	1680,00	1749,89	1822,68	1898,51	1977,48

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

**CUADRO No.95
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos en ventas	6.846,10	8.018,41	8.812,24	9.684,65	10.643,43
Publicidad	1.640,00	1.708,22	1.779,29	1.853,30	1.930,40
Combustible y mantenimiento	1.680,00	1.749,89	1.822,68	1.898,51	1.977,48
TOTAL	10.166,10	11.476,53	12.414,21	13.436,46	14.551,32

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

5.4. Gastos Financieros

Es el gasto financiero constituyen los intereses generados por el préstamo bancario.

MONTO: 50.000

INTERES: 11.20%

PLAZO: 5 años

Cuota: Mensual

CUADRO No.96 TABLA DE AMORTIZACIÓN

meses	cuota	Intereses	amortización	amortizado	Pendiente
0					50.000,00
1	1.092,11	466,67	625,45	625,45	49.374,55
2	1.092,11	460,83	631,29	1.256,73	48.743,27
3	1.092,11	454,94	637,18	1.893,91	48.106,09
4	1.092,11	448,99	643,12	2.537,04	47.462,96
5	1.092,11	442,99	649,13	3.186,16	46.813,84
6	1.092,11	436,93	655,19	3.841,35	46.158,65
7	1.092,11	430,81	661,30	4.502,65	45.497,35

8	1.092,11	424,64	667,47	5.170,12	44.829,88
9	1.092,11	418,41	673,70	5.843,83	44.156,17
10	1.092,11	412,12	679,99	6.523,82	43.476,18
11	1.092,11	405,78	686,34	7.210,15	42.789,85
12	1.092,11	399,37	692,74	7.902,90	42.097,10
13	1.092,11	392,91	699,21	8.602,11	41.397,89
14	1.092,11	386,38	705,73	9.307,84	40.692,16
15	1.092,11	379,79	712,32	10.020,16	39.979,84
16	1.092,11	373,15	718,97	10.739,13	39.260,87
17	1.092,11	366,43	725,68	11.464,81	38.535,19
18	1.092,11	359,66	732,45	12.197,26	37.802,74
19	1.092,11	352,83	739,29	12.936,55	37.063,45
20	1.092,11	345,93	746,19	13.682,74	36.317,26
21	1.092,11	338,96	753,15	14.435,90	35.564,10
22	1.092,11	331,93	760,18	15.196,08	34.803,92
23	1.092,11	324,84	767,28	15.963,36	34.036,64
24	1.092,11	317,68	774,44	16.737,80	33.262,20
25	1.092,11	310,45	781,67	17.519,47	32.480,53
26	1.092,11	303,15	788,96	18.308,43	31.691,57
27	1.092,11	295,79	796,33	19.104,76	30.895,24
28	1.092,11	288,36	803,76	19.908,51	30.091,49
29	1.092,11	280,85	811,26	20.719,78	29.280,22
30	1.092,11	273,28	818,83	21.538,61	28.461,39
31	1.092,11	265,64	826,48	22.365,08	27.634,92
32	1.092,11	257,93	834,19	23.199,27	26.800,73
33	1.092,11	250,14	841,97	24.041,25	25.958,75
34	1.092,11	242,28	849,83	24.891,08	25.108,92
35	1.092,11	234,35	857,76	25.748,85	24.251,15
36	1.092,11	226,34	865,77	26.614,62	23.385,38
37	1.092,11	218,26	873,85	27.488,47	22.511,53
38	1.092,11	210,11	882,01	28.370,48	21.629,52
39	1.092,11	201,88	890,24	29.260,71	20.739,29
40	1.092,11	193,57	898,55	30.159,26	19.840,74
41	1.092,11	185,18	906,93	31.066,20	18.933,80
42	1.092,11	176,72	915,40	31.981,60	18.018,40
43	1.092,11	168,17	923,94	32.905,54	17.094,46
44	1.092,11	159,55	932,57	33.838,11	16.161,89
45	1.092,11	150,84	941,27	34.779,38	15.220,62
46	1.092,11	142,06	950,06	35.729,43	14.270,57
47	1.092,11	133,19	958,92	36.688,36	13.311,64
48	1.092,11	124,24	967,87	37.656,23	12.343,77
49	1.092,11	115,21	976,91	38.633,13	11.366,87
50	1.092,11	106,09	986,02	39.619,16	10.380,84

51	1.092,11	96,89	995,23	40.614,39	9.385,61
52	1.092,11	87,60	1004,52	41.618,90	8.381,10
53	1.092,11	78,22	1013,89	42.632,79	7.367,21
54	1.092,11	68,76	1023,35	43.656,15	6.343,85
55	1.092,11	59,21	1032,91	44.689,05	5.310,95
56	1.092,11	49,57	1042,55	45.731,60	4.268,40
57	1.092,11	39,84	1052,28	46.783,88	3.216,12
58	1.092,11	30,02	1062,10	47.845,97	2.154,03
59	1.092,11	20,10	1072,01	48.917,98	1.082,02
60	1.092,11	10,10	1082,02	50.000,00	0,00

Fuente: CFN

Elaborado por: El autor

CUADRO No.97INTERESES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	5.202,48	4.270,48	3.228,56	2.063,77	761,61

Fuente: CFN

Elaborado por: El autor

5.5. Depreciaciones de Activos Fijos

La depreciación es el desgaste físico que sufre los activos fijos y que se los debe valor de acuerdo a lo que establece la Ley de Régimen Tributario Interno en el artículo 25 numeral 6.

CUADRO No. 98DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y Enseres	1.954,00	10%	195,40	195,40	195,40	195,40	195,40
Equipo de Cómputo	1.475,00	33%	491,67	491,67	491,67		
Renovación Equipo de Cómputo	1.536,36	33%				512,12	512,12
Equipo de Oficina	601,00	10%	60,10	60,10	60,10	60,10	60,10
Maquinaria y Equipo	20.560,00	10%	2.056,00	2.056,00	2.056,00	2.056,00	2.056,00
Vehículo	15.000,00	20%	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Infraestructura	4.670,00	5%	233,50	233,50	233,50	233,50	233,50
TOTAL	45.796,36		6.036,67	6.036,67	6.036,67	6.057,12	6.057,12

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno

Elaborado por: El autor

5.6. Gastos de constitución

**CUADRO No.99
GASTOS CONSTITUCIÓN**

DETALLE	VALOR
Patente municipal	120,00
Registro sanitario	50,00
Permiso de medio ambiente	50,00
Bomberos	10,00
Permiso de funcionamiento	80,00
TOTAL	310,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

5.7. RESUMEN DE EGRESOS

**CUADRO No.100
RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	93.586,47	102.513,50	109.102,74	116.015,42	124.421,57
Gastos administrativos	18.827,92	21.868,42	23.942,44	26.218,01	28.714,91
Gastos de ventas	10.166,10	11.476,53	12.414,21	13.436,46	14.551,32
Gasto depreciación	6.036,67	6.036,67	6.036,67	6.057,12	6.057,12
Gastos financieros	5.202,48	4.270,48	3.228,56	2.063,77	761,61
Gastos de estudios y constitución	310,00				
TOTAL	134.129,64	146.165,58	154.724,61	163.790,77	174.506,53

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

5.8. BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO No.101
BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA**

ACTIVO		PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTES	51.645,12	PASIVOS LARGO PLAZO		50.000
Bancos	51.645,12	Préstamo por pagar	50.000,00	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	44.518,00	CAPITAL		46.163,12
Infraestructura	4.670	Inversión propia	46.163,12	
Vehículo	15.000			
Maquinaria y equipo	20.560			

Herramientas	258			
Equipo de computación	1.475			
Equipo de oficina	601			
Muebles y enseres	1.954			
TOTAL ACTIVOS	96.163,12	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		96.163,12

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

5.8.1. PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados integrado tiene como finalidad calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos de todos los gastos.

**CUADRO No.102
ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	128.400,00	214.361,28	223.278,71	225.108,68	266.324,84
Costos de Producción	93.586,47	102.513,50	109.102,74	116.015,42	124.421,57
Utilidad Bruta	34.813,53	111.847,78	114.175,97	109.093,26	141.903,26
Gastos Administrativos	18.827,92	21.868,42	23.942,44	26.218,01	28.714,91
Gastos de Ventas	10.166,10	11.476,53	12.414,21	13.436,46	14.551,32
Gastos por Depreciación	6.036,67	6.036,67	6.036,67	6.057,12	6.057,12
Gastos Financieros Intereses	5.202,48	4.270,48	3.228,56	2.063,77	761,61
Gastos de Constitución	310,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Operativa	-5.729,64	68.195,70	68.554,10	61.317,91	91.818,31
(-15%) Part. Trabajadores	-859,45	10.229,35	10.283,12	9.197,69	13.772,75
(=) Utilidad o Pérdida antes de Impuestos	-4.870,19	57.966,34	58.270,99	52.120,22	78.045,56
Impuesto a la Renta		12.752,60	12.819,62	11.466,45	17.170,02
Utilidad Neta Proyectada	-4.870,19	45.213,75	45.451,37	40.653,77	60.875,54

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

5.8.2. Flujos de Caja

El Estado de Flujos de Efectivo muestra el efecto de los cambios de efectivo y equivalentes de efectivo en un período determinado, generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. El Estado de Flujos de Efectivo debe mostrar separadamente lo siguiente:

CUADRO No.103

FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión inicial	-96.163,12					
Utilidad operacional		-5.729,64	68.195,70	68.554,10	61.317,91	91.818,31
(+) Depreciación		6.036,67	6.036,67	6.036,67	6.057,12	6.057,12
(+) Recuperación de activos fijos						15.572,12
(-) Part. Trabajadores		-859,45	10.229,35	10.283,12	9.197,69	13.772,75
(-) Impuestos		0,00	12.752,60	12.819,62	11.466,45	17.170,02
(-) Reinversión					1.536,36	
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-96.163,12	1.166,47	51.250,41	51.488,04	45.174,53	82.504,78

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.9.1. Determinación del Costo de Capital

Para realizar el cálculo del Costo del capital debemos primero establecer la TMAR (tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión, considerando que el monto de la inversión está dividido en inversión propia y financiera, la misma que se especifica a continuación.

CUADRO No. 104 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE RENDIMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	46.163,12	48,01	10,00	480,05
Capital Financiado	50.000,00	51,99	11,20	582,34
TOTAL	96.163,12	100,00	21,20	1062,39

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, estableciéndose una tasa del 10% sobre el capital propio y el 11.2% sobre lo prestado; luego se realiza un ajuste al costo de capital por efectos de riesgo país, en base a la tasa promedio de inflación del 4.16 %,

$$Ck = 10,62\%$$

$$If = 4,16\%$$

$$TRM = ((1+Ck)(1+If)-1)$$

$$TRM = 15,23\%$$

5.9.2. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es la diferencia entre el valor de mercado de la inversión y su costo, el cual constituye la diferencia entre sumar la inversión inicial y los flujos futuros netos descontados a valor actual.

CUADRO No.105 VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 15,23%	ENTRADAS ACTUALES
0	-96.163,12			-96.163,12
1		1.166,47	1,152	1.012,34
2		51.250,41	1,328	38.600,88
3		51.488,04	1,530	33.655,50
4		45.174,53	1,763	25.626,74
5		82.504,78	2,031	40.618,94
VAN				43.351,27

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$VAN = \langle Inversión \rangle + \sum \frac{FCN}{(1+i)^t}$$

El VPN se calculó en base al flujo neto de efectivo con una tasa de interés de oportunidad (TIO) del 15.23% arrojando un resultado de 43.351,27 dólares americanos valor que indica, que el proyecto no solo está en capacidad de cubrir los gastos de oportunidad de la inversión sino que además el valor presente arroja una ganancia que sería el valor de venta del proyecto en caso de que se quisiera vender.

5.9.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de interés o rentabilidad que devengan los dineros que permanecen invertidos. Para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo de capital.

CUADRO No.106 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 15,23%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 29%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-96.163,12		-96.163,12		-96.163,12
1	1.166,47	1,152	1.012,34	1,290	904,24
2	51.250,41	1,328	38.600,88	1,664	30.797,68
3	51.488,04	1,530	33.655,50	2,147	23.984,86
4	45.174,53	1,763	25.626,74	2,769	16.313,04
5	82.504,78	2,031	40.618,94	3,572	23.095,67
VAN			43.351,27		-1.067,64

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

El proyecto presenta una TIR del 28,57%, lo que indica que el proyecto es considerado atractivo, ya que ofrece nuevas oportunidades económicas.

5.9.4. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Indica el periodo en el que la inversión inicial será recuperada según el flujo de efectivo.

CUADRO No. 107 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	96.163,12	1.012,34	1.012,34	1	Año
2		38.600,88	38.600,88	2	Años
3		33.655,50	33.655,50	3	Años
4		25.626,74	22.894,41	10	Meses

Elaborado por: El autor

La inversión se recuperará al tercer año, 10 meses.

5.9.5. Relación Beneficio - Costo

Para el cálculo de la relación Beneficio – Costo se tomará en cuenta el Valor Presente Neto (VAN) tanto de los Ingresos como de los Egresos y su relación deberá mostrarse mayor a 1 para ser aceptada la propuesta.

**CUADRO No.108
COSTO BENEFICIO**

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR 15,23%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	128.400,00	134.129,64	1,152	111.433,28	116.405,81
2	214.361,28	146.165,58	1,328	161.453,01	110.089,26
3	223.278,71	154.724,61	1,530	145.947,63	101.136,78
4	225.108,68	163.790,77	1,763	127.700,29	92.915,69
5	266.324,84	174.506,53	2,031	131.117,66	85.913,46
				677.651,88	506.461,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Como el valor del B/C es mayor de 1: “B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable, por lo que se concluye que no se trabajará a pérdida. Es decir, que por cada dólar invertido se va a tener un superávit de 34 centavos.

5.9.6. Punto de Equilibrio

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Para el presente análisis el punto de equilibrio se debe tomar en cuenta los siguientes rubros: Ingresos, Costos fijos, variables.

**CUADRO No.109
CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

COSTOS FIJOS	VALOR
Vestimenta	275,00
Mantenimiento equipo	180,00
Sueldos administrativos	17.306,70
Servicios básicos	360,12
Servicios de comunicación	780,00
Mantenimiento computación	180,00
Útiles de oficina	201,10
Sueldos en ventas	6.846,10
Publicidad	1.640,00
Gasto interés	5.202,48
Depreciación	6.036,67
Gastos de estudios y constitución	310,00
Total	39.318,17
COSTOS VARIABLES	
Materia prima	48.845,00
Mano de obra	34.621,34
Servicios Básicos	1.048,03
Gas	360,00

Empaques	8.000,00
Implementos para limpieza	231,30
Reposición herramientas	25,80
Combustible y mantenimiento del vehículo	1.680,00
Total	94.811,47

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$PuntodeEquilibrio = \frac{CostosFijos}{1 - \frac{CostosVariables}{Ingresos}}$$

CUADRO No.110 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Descripción	Valor\$	%	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
Leche							
Ingresos por ventas \$	115.200,00	0,90	35.276,11	85.064,50	120.340,61	134.851,18	149.834,65
Cantidad litros	128.000,00						
Precio (\$)	0,90						
Carne							
Ingresos por ventas \$	13.200,00	0,10	4.042,05	9.746,97	13.789,03	15.451,70	9.364,67
Cantidad libras	8.000,00						
Precio (\$)	1,65						
Total	128.400,00	1,00	39.318,17	94.811,47	134.129,64	150.302,88	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

La organización de la empresa se la realiza con la finalidad de establecer una estructura organizacional adecuada para este tipo de empresas, la misma que es importante, ya que permite cumplir con las metas, objetivos propuestos.

Mediante un análisis previo se pudo establecer la siguiente estructura organizacional, en primer lugar se indicará el aspecto estratégico en el cual incluirá la misión, visión, objetivos, políticas, etc.

6.1. ASPECTO ESTRATÉGICO

En primer lugar en el aspecto estratégico se analizará el nombre y razón social que tendrá la empresa, para lo cual mediante un largo análisis se estableció la siguiente razón social, la misión visión, etc.

6.1.1. Nombre o razón social

La Empresa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada denominada: “Caprina Cía. Ltda.”.

6.1.2. Misión

Nuestra misión es brindar productos caprinos de calidad, que contribuyan en la consecución de una alimentación saludable y rica en factores nutricionales, como pilares fundamentales de una cultura alimentaria promotora de bienestar y el buen vivir.

6.1.3. Visión

Nuestra Visión, para el año 2018 posicionarnos en el mercado local y expandirnos a nivel nacional, a través de la oferta de productos con altos niveles de calidad, que se conviertan en un futuro en referentes de exportación.

6.1.4. Valores

Los valores que poseerá la pequeña empresa son los siguientes, los mismos que se los cumplirá a cabalidad, ya son fundamentales para el buen funcionamiento de la pequeña empresa:

- **Honestidad:** Actuar con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los objetivos de la pequeña empresa.
- **Lealtad:** Velar por la confiabilidad de la información y el buen nombre de la pequeña empresa.
- **Convivencia:** Mantener la disposición al diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de conflictos.
- **Respeto:** Comprender y aceptar la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora espiritual y material.
- **Solidaridad:** Actuar siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo, regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la pequeña empresa.

- **Tolerancia:** Valorar a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.
- **Excelencia:** Punto fundamental, velar por la perfección al momento de prestar los servicios, siendo éstos los que hacen la diferencia y sobre todo crean el prestigio.

6.1.5. OBJETIVOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

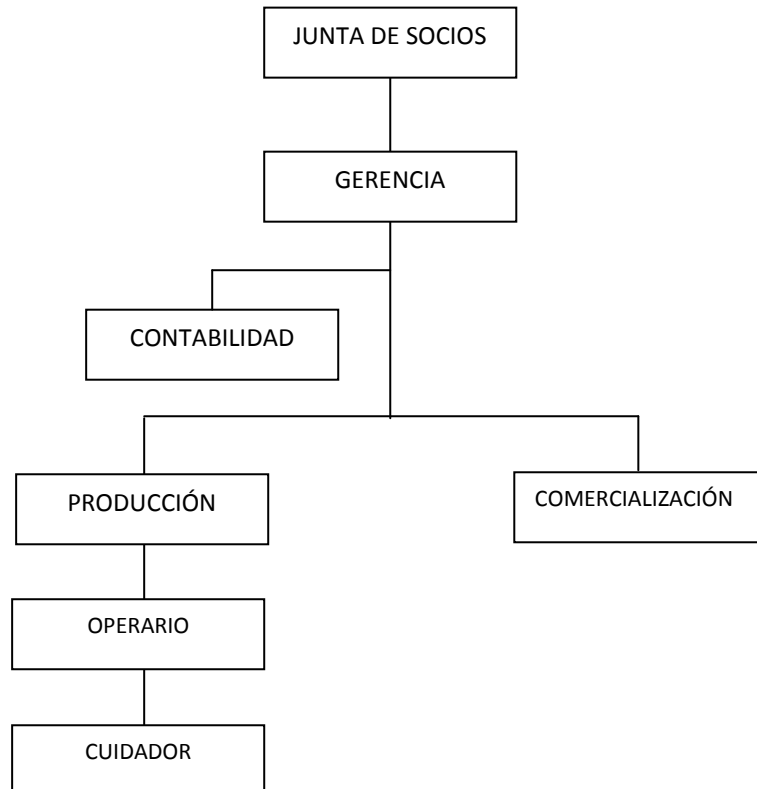
- ✓ Ofrecer productos de calidad que aporten factores nutricionales en la dieta alimenticia de los consumidores.
- ✓ Generar la reactivación económica de las familias del Cantón.
- ✓ Contribuir con el desarrollo económico del País.
- ✓ Concientizar a las familias sobre la importancia de una alimentación de calidad basada en el consumo de carne y leche de cabra.
- ✓ Lograr altos niveles de competitividad dentro del mercado nacional, como requisitos de supervivencia y madurez organizacional.
- ✓ Ser un referente, en la iniciativa de emprender pequeñas empresas.

6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de la pequeña empresa se establecerá de manera correcta, ya que gracias a ello se cumplirá con las metas y objetivos propuestos. Su presentación se la realiza mediante un organigrama, instrumento necesario que refleja las líneas de autoridad, niveles jerárquicos, división de funciones, interrelación entre departamentos.

A continuación se muestra el organigrama estructural diseñado para la pequeña empresa:

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



6.2.1. MANUAL DE FUNCIONES

Una vez establecido la estructura organizacional de la empresa es necesario detallar las funciones de cada miembro del personal indispensable para cumplir con las actividades normales.

Antes de contratar al recurso humano se debe tomar en cuenta los requisitos existentes en el manual de funciones, es decir, el personal debe ser idóneo para este tipo de actividad.

6.1.1. IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

CARGO: Gerente

Objetivo: Dirigir y controlar las funciones y actividades que se realicen en la pequeña empresa

Funciones

- Velar por el cumplimiento de reglamentos, normas y procedimientos para el buen funcionamiento de la pequeña empresa.
- Preparar los presupuestos financieros necesarios para cada proyecto aprobado.
- Delegar las funciones que corresponda a cada uno de los empleados de la pequeña empresa.
- Presentar en el tiempo previsto los respectivos informes financieros donde consten todos los movimientos realizados durante el mes.
- Constatar que los estados financieros presentados por el contador contengan los respaldos correspondientes para que sean confiables.
- Velar por el cumplimiento de las metas y objetivos que se ha propuesto alcanzar en la pequeña empresa.
- Firmar negociaciones con otras empresas y hacer cumplir los convenios establecido.

- Certificar que la contratación del personal sea de acuerdo a lo establecidos.

Requisitos:

Título: Ing. en Administración de Empresas

Experiencia: Mínimo de 3 años de experiencia

Edad: 30 años en adelante

Competencias

- Trabajo en equipo
- Monitoreo y control
- Pensamiento analítico y conceptual
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo a presión

CARGO: Contador

Objetivo: Ser responsable del área contable, con la finalidad de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la pequeña empresa.

Funciones

- Llevar el Registro diario de las transacciones y movimientos financieros que realiza la pequeña empresa.
- Revisar diariamente los registros contables y realizar los ajustes que considere necesarios para que la contabilidad muestre la racionalidad de las cifras

- Clasificar y guardar la información financiera para la realización de los respectivos estados financieros.
- Realizar los pagos de cada mes a los trabajadores de acuerdo al sueldo establecido.
- Preparar las respectivas declaraciones de impuestos en las fechas correspondientes.
- Prevenir y dar a conocer a tiempo los problemas financieros que han sido detectados.
- Presentar las obligaciones tributarias, impuestos a la renta, así como también las obligaciones sociales y personales al IESS, en el momento oportuno.

Requisitos

- **Título:** Ing. en Contabilidad
- **Experiencia.** Mínimo de 2 años de experiencia
- **Edad:** 25 años en adelante

Competencias

- Manejo de paquetes contables
- Destreza matemática
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo a presión

CARGO: Jefe de producción

Objetivos: Verificar y controlar las actividades que se realicen en el área de producción.

- Controlar el procesamiento de los productos derivados de la carne de cabra que cumplan con las medidas sanitarias.
- Cuidar que el área de producción cuente con el equipo y materiales de trabajo necesarios para la realización de las actividades.
- Tomar en cuenta las medidas preventivas para evitar contaminaciones por los desechos obtenidos de la crianza de cabras y de la obtención de los productos.
- Verificar el producto terminado cumpla con todos los requerimientos esperados por consumidor.
- Cumplir con los pedidos a tiempo en cuanto a los productos que se comercializan.
- Presentar los informes necesarios sobre los avances que se está obteniendo en el departamento de producción.
- Cuidar que se encuentre en constante mantenimiento y que se dé un manejo adecuado a la maquinaria de trabajo.

Requisitos

- **Título:** Ing. Agroindustrial
- **Experiencia:** Mínimo 2 años de experiencia
- **Edad:** 26 años en adelante

Competencias

- Generación de ideas innovadoras
- Trabajo a presión
- Destreza matemática
- Manejo de personas
- Trabajo en equipo

CARGO: Operarios

Objetivo: Realizar todas las actividades en el área de producción de manera correcta.

Funciones

- Realizar el faenamiento, desposte y corte de carne.
- Operar maquinaria de pasteurización de leche.
- Realizar el mantenimiento preventivo y constante de la maquinaria y equipo de producción.
- Cumplir de forma responsable con las tareas encomendadas por el jefe de producción.
- Cuidar la higiene de los productos a procesarse para garantizar su calidad de consumo.
- Certificarse de que todos los materiales para la producción se encuentren en el perfecto estado.
- Realizar el empaquetado y etiquetado de la carne y leche de cabra.

- Presentan un informe sobre la cantidad de productos procesados en el día.
- Informar sobre problemas que se presenten para la obtención del producto.
- Estar pendiente en que los productos elaborados se encuentre en perfecto estado para su comercialización.

Requisitos

- **Título:** Bachiller.
- **Experiencia:** Mínimo 2 años de experiencia en actividades similares.
- **Edad:** 21 años en adelante

Competencias

- Destreza en el manejo de maquinaria
- Trabajo a presión
- Trabajo en equipo
- Relaciones interpersonales

CARGO: Cuidador

Objetivo: Aplicar los cuidados necesarios en la crianza de los ejemplares en cada etapa de vida.

Funciones

- Verificar que los ejemplares se encuentren libres de parásitos para que no impidan el crecimiento.
- Comunicar a tiempo en caso de detectar alguna enfermedad para tomar las medidas pertinentes.
- Cultivar el pasto en condiciones óptimas para brindar una buena alimentación a los ejemplares.
- Realizar riegos y fumigaciones en el tiempo previsto para no retrasar el crecimiento del pasto.
- Revisar que los bebederos se encuentren en condiciones óptimas de consumo.
- Suministrar de manera adecuada las vitaminas que recomiende el veterinario.
- Controlar que cada ejemplar en tiempo de producción de leche coma lo suficiente.

REQUISITOS

- **Título:** Bachiller
- **Experiencia:** 1 año de experiencia
- **Edad:** 20 años en adelante

Competencias

- Trabajo a presión
- Trabajo en equipo

CARGO: Vendedor

Objetivo: Vender y transportar los diferentes productos de la pequeña empresa.

Funciones

- Atender los pedidos e informar acerca de los diferentes productos que la pequeña empresa ofrece.
- Llevar los controles sobre las ventas realizadas en el día, para conocer la cantidad necesaria que se debe disponer.
- Realizar las facturas correspondientes y entregar a los respectivos clientes.
- Entregar las facturas al contador antes de realizar las respectivas declaraciones.
- Llevar toda la información generada durante el despacho y entrega de los productos.
- Presentar el listado de clientes actuales y nuevos que adquieren los productos.
- Presentar un informe al final de cada jornada indicando cada una de las actividades realizadas.
- Transportar el producto en los distintos puntos de entrega en el día previsto.
- Estar pendiente en el mantenimiento del vehículo e indicar a través de un informe sobre los problemas que presenta.

Requisitos

- **Título:** Técnico en ventas y chofer profesional
- **Experiencia:** Mínimo 2 años en actividades similares
- **Edad:** 24 años en adelante

Competencias

- Trabajo a presión
- Trabajo en equipo
- Relaciones interpersonales

6.3. ASPECTO LEGAL

6.3.1. BASE LEGAL DE CONSTITUCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

a) Formación de la pequeña empresa

La empresa Caprina Cía. Ltda. se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, con aporte de cinco socios.

b) Aspecto legal para la formación de la pequeña empresa

- **Ente jurídico**, será con la conformación de una compañía de responsabilidad Limitada.
- **Comparecientes y declaración de voluntad**, para la celebración del presente contrato, los cinco socios que conformarán la compañía, son personas capaces y se encuentran en capacidad de celebrar dicho contrato, los mismos que expresan su voluntad de constituir la compañía de responsabilidad limitada, denominada “Caprina Cía. Ltda.”, la misma

que se guiará por la Ley de Compañías, su reglamento, existe en el Ecuador, así mismo se registrará por los estatutos vigentes de la Compañía.

CUADRO No. 111

SOCIOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA CAPRINA CÍA. LTDA.

Apellidos	Nombres	Nacionalidad	Estado Civil
DefazAnchundia	Carmen Rosario	Ecuatoriana	Casado
Alvear Sánchez	Carlos Alberto	Ecuatoriana	Casado
SolinesArizaga	Esteban Alcides	Ecuatoriana	Soltero
Rosales Iñiga	María Rosa	Ecuatoriana	Casado
Cordova Lagos	Henry Patricio	Ecuatoriana	Casado

Elaborado por: El autor

- **Objeto social**, el objetivo de Caprina Cía. Ltda., es la comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras.
- **Domicilio**, El domicilio de la empresa será en San Vicente, Parroquia San Vicente de Pusir, Cantón Bolívar, de la Provincia del Carchi, en la Calle Los Vergeles S/N y Alpayanes.
- **Comienzo de las operaciones**, La pequeña empresa se constituye por un periodo de 20 años, inicia sus operaciones el mismo día del otorgamiento de la escritura de constitución de la misma.
- **Obligación social.**- Los socios responderán individualmente, hasta por el monto de sus aportaciones.
- **Suscripción y pago de las aportaciones.**- Se suscribirán 5 participaciones por cada socio de montos iguales y el pago se lo

efectuará en efectivo al momento de la conformación de la compañía.

- **Capital social**, el capital social se fija en 96.163,12 dólares, de los cuales 46.163,12 dólares aportados por los socios y los restantes 50.000 dólares serán financiados a través de un crédito bancario.
- **Administración de la compañía**, La administración de la pequeña empresa estará a cargo de la Gerencia.
- **De la gerencia**, la gerencia es el órgano de dirección y ejecución de la compañía y está representada por el Gerente.

El Gerente es nombrado por los socios por un periodo de dos años, pudiendo ser reelegido.

Son facultades del Gerente:

- ✓ Representar a la compañía en todo momento y circunstancia.
- ✓ Realizar los actos de gestión y administración necesarios para la buena marcha de la compañía.
- ✓ Efectuar todo tipo de operaciones bancarias, firmar contratos y realizar todo tipo de actos tendentes al desarrollo del objeto social de la compañía, sin imitación alguna.
- ✓ Dar cuenta de sus actos y gestiones a la Junta General de socios.
- ✓ Ejercer las demás facultades conferencias por la ley, el presente estatuto y la Junta General.

El Gerente no podrá dedicarse por cuenta propia ni ajena a la misma actividad que constituye el objeto social de la compañía.

El cargo de Gerente podrá ser remunerado según acuerdo de los socios.

El Gerente podrá ser separado de su cargo por el voto favorable de la totalidad de los socios.

6.3.2. REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO

Los requisitos indispensables para obtener el RUC, son los siguientes:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del certificado de votación.
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrollará su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono.

- **Requisitos para la obtención de la patente municipal**

El permiso municipal es obligatorio para el ejercicio de una actividad económica. Los requisitos son los siguientes:

- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia del certificado de votación.
- Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica.

- **Requisitos para la obtención del permiso de bomberos**

- ✓ Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del Representante Legal.
- ✓ Copia del RUC.

- ✓ Copia de la patente municipal.
- **Requisitos para los permisos de Salud Pública**
 - ✓ Ficha de inspección.
 - ✓ Permiso del cuerpo de bomberos y patente Municipal.
 - ✓ Copia del Ruc.
 - ✓ Certificados de salud de todos los empleados. (original y copia)
 - ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Requisitos para trámites en el IESS:
 - Copia del RUC.
 - Copia de la cédula de ciudadanía.
 - Copia del certificado de votación.
 - Copia de Planilla de Servicios Básicos actualizada.
- Una vez que el patrono haya abierto el historial laboral de su actividad económica en el IESS, es obligación del mismo afiliar a sus trabajadores desde el primer día que empiezan a desempeñar las funciones laborales a ellos encomendadas.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

El análisis de impactos en el proyecto, se lo realizará mediante una matriz; instrumento con el cual se analizará individualmente a cada impacto de acuerdo a su calificación, para luego concluir con un análisis general.

Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla, tiene la siguiente estructura.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y Negativos.

CUADRO No.112
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: Elautor

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

En el cuadro se puede observar la matriz con los indicadores y su respectiva valoración dependiendo de su nivel.

7.1. Impacto Económico

**CUADRO No. 113
IMPACTO ECONÓMICO**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejorar la rentabilidad							X	3
Mayor nivel de ingresos						X		2
Estabilidad económica						X		2
Nueva alternativa de inversión							X	3
TOTAL								10

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

La matriz indica que el impacto es alto positivo, ya que la comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras es una nueva alternativa de mejorar los ingresos de los habitantes de la parroquia San Vicente de Pusir.

Con la creación de esta importante pequeña empresa, se estará contribuyendo enormemente a la obtención de mejores ingresos tanto para las personas que intervienen en el proyecto como también para la sociedad en general.

- **Mejorar la rentabilidad:** El proyecto generará utilidades que le permitirán a la pequeña empresa crecer como sociedad y posicionarse en el mercado.
- **Mayor nivel de ingresos:** Al poner en marcha el proyecto los involucrados tendrán una fuente de ingresos y por ende para sus familias y la comunidad en general.
- **Estabilidad económica:** La comercialización de productos derivados de la cabra generará ingresos económicos que beneficiará directa e indirectamente a los involucrados del proyecto, permitiendo fortalecer su estabilidad económica.
- **Nueva alternativa de inversión:** Con la comercialización de productos derivados de la cabra se activa el aparato productivo y se convierte automáticamente en una nueva alternativa de inversión, que dará excelentes resultados, beneficiando principalmente a la comunidad de San Vicente de Pusir.

7.2. Impacto Social

**CUADRO No.114
IMPACTO SOCIAL**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generar fuentes de empleo						X		2
Mejorar la calidad de vida							X	3
Mayor estabilidad familiar							X	3
Generar bienestar comunitario						X		2
TOTAL:								10

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{SOCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

Este Impacto indica un nivel alto, lo que significa que la calidad de vida de los involucrados en el proyecto y de la comunidad en general mejorará, por los ingresos de la venta de los productos que se comercializarán.

En lo social, se logrará crear fuentes de trabajo, tanto para las personas involucradas en el proyecto como también para la comunidad en general y de esta manera mejorar la calidad de vida de sí mismos, de sus familias y de la sociedad en general.

- **Generar fuentes de empleo:** Este es un medio positivo, ya que permitirá el mejoramiento y ampliación a futuro de la comercialización

de los productos derivados de la cabra, brindando de esta manera mayores ofertas de empleo a las personas de la comunidad.

- **Mejorar calidad de vida:** Se refiere al impacto social que generará la creación de la pequeña empresa, se verá reflejada en los productos de calidad que se brinde al consumidor, además, se mejorará indirectamente a los negocios que comercialicen estos productos ya que se realizarán alianzas estratégicas para comercializar los productos.
- **Mayor estabilidad familiar:** Con el desarrollo del proyecto se pretende que las familias de San Vicente de Pusircuenten con un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades básicas como son las de alimentación, salud, vestido y vivienda.
- **Generar bienestar comunitario:** Como es indispensable el bienestar comunitario dependerá del desarrollo de la pequeña empresa por lo que, las personas que se encuentren vinculadas en este proyecto gozarán de un mejoramiento económico y social y por ende cada una de sus familias.

7.3. Impacto Comercial

**CUADRO No.115
IMPACTO COMERCIAL**

INDICADOR	NIVELES								TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Ampliar la imagen empresarial						X			2
Mayor posicionamiento en el mercado						X			2
Excelente servicio al cliente							X		2
Lograr alto prestigio						X			3
TOTAL:									9

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{COMERCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

Se considera que en la ejecución de la presente propuesta se tendrá un impacto comercial medio positivo, ya que los productos que se comercializarán serán novedosos, de buena calidad, y a precios de fábrica.

- **Ampliar la imagen empresarial:** El objetivo principal es tener una muy buena imagen como pequeña empresa hacia los clientes, no ser como las tradicionales empresas que solo se dedican a producir con las mismas formas, diseños y sabores, en esta pequeña empresa se realizará todo lo contrario.
- **Mayor posicionamiento del mercado:** Es medio positivo ya que la pequeña empresa será la única en el Cantón que produzca de manera diferente y no de forma tradicional, es decir, que las personas

que compran los productos podrán ver la diferencia al instante ya sea por su forma, diseño y hasta los precios cómodos.

- **Excelente servicio al cliente:** Es alto positivo ya que el cliente es la razón de ser de la empresa, se le brindará un buen producto y sobretodo un buen servicio para que de esta manera no busque otros proveedores.
- **Lograr alto prestigio:** Es medio positivo debido a su reciente ingreso al mercado, pero a través del tiempo se dará a conocer como una empresa de prestigio al posicionarse en el mercado.

7.4. Impacto Empresarial

**CUADRO No.116
IMPACTO EMPRESARIAL**

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejoramiento de la gestión							X	3
Adecuado manejo de recursos						X		2
Adecuado sistema de información						X		2
Fomentar la creatividad							X	3
Mayor innovación							X	3
Mejoramiento de procesos productivos							X	3
TOTAL:								16

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{16}{6}$$

$$NI = 2,66 = 3$$

ANÁLISIS:

De igual manera este proyecto tiene un buen impacto empresarial con una valoración de 2,66 puntos.

- **Mejoramiento de la gestión:** El estudio de factibilidad permite que varias ramas comerciales se adecúen a los distintos contextos y puedan funcionar más fácil y eficientemente, de este modo los Gerentes pueden formar parte de estilos de gestión.
- **Adecuado manejo de recursos:** El manejo de recursos es una de las prioridades, puesto que la Gerencia debe adoptar medidas enfocadas en recurso humano, económico y tecnológico, cada empresa debe

tener los tres elementos que son de gran peso para obtener mejores rendimientos.

- **Adecuado sistemas de información:** Deben poseer canales de comunicación, mismos que deben ser escritos, para tener una mayor confiabilidad para su ejecución y cumplimiento.
- **Fomentar la creatividad:** Las personas y las empresas innovadoras dedican mucho tiempo y recursos para obtener resultados de sus nuevos diseños, productos, procesos o servicios. La creatividad se ha convertido en un ingrediente clave para la gestión de las empresas. En consecuencia, las empresas también deben cambiar y mejorar, de manera continua. El tema fundamental de hoy en día es llevar la creatividad a la empresa.
- **Mayor innovación:** La innovación tiene que ver con una combinación de aplicaciones, no excluyente, de todo lo que sigue: imaginación, creatividad, ideas, experiencias, prácticas y teorías organizacionales, entre otras consideraciones. Mediante el proceso de innovación más desarrollo las empresas tratan de aportar un valor novedoso a sus productos y servicios.
- **Mejoramiento de procesos productivos:** Conocer los sistemas como estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada, como por ejemplo la gestión de la calidad, la gestión del medio ambiente o la gestión de la prevención de riesgos laborales.

7.5. Impacto Educativo-Cultural

**CUADRO No.117
IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL**

INDICADOR	NIVELES							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos							X	3
Fomentar nuevos aprendizajes							X	3
Preservación de valores						X		2
Mejorar el autoestima							X	3
TOTAL:								11

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{EDUCATIVO} - \text{CULTURAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{11}{4}$$

$$NI = 2,75 = 3$$

ANÁLISIS:

Se considera que en la ejecución de la presente propuesta se tendrá un enorme impacto educativo - cultural al crear una pequeña empresa en San Vicente de Pusir.

La formación de talento humano se vuelve imprescindible, en la actualidad la preparación intelectual es un indicador de responsabilidad y eficiencia en la familia para poder insertarse en una sociedad laboral que cada vez exigente más y más. Este proyecto da lugar a introducir temas nuevos y novedosos de comercialización por lo tanto el involucramiento de los habitantes de San Vicente de Pusir en los procesos de comercialización es una forma de capacitarse y como consecuencia de esto se tendrá personas de bien.

- **Generación de conocimientos:** El estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, en la parroquia de San Vicente de Pusir, cantón Bolívar, provincia de Carchi, permite tener nuevos conocimientos y compartirlos con los demás.
- **Fomentar nuevos aprendizajes:** En la presente investigación se determina un crecimiento en los aprendizajes y para ello se ha realizado una investigación teórica científica, como también técnica. Es por eso, que la búsqueda de nuevos aprendizajes lleva a encontrarnos con la excelencia.
- **Preservación de valores:** La meta de cada empresa es buscar la forma de que los que conforman la misma tengan valores que les lleven a ser individuos honestos y responsables para poder formar una sociedad más justa.
- **Mejorar el autoestima:** Es alto positivo, a través del trato adecuado a los empleados se logrará mantener una buena relación entre todos los que conforman la pequeña empresa, aumentando de esta manera su autoestima.

7.6. Impacto Ambiental

CUADRO No.118
IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo sin tóxicos			X					-1
Producción natural			X					-1
Manejo de los desechos			X					-1
Contaminación del ambiente			X					-1
TOTAL			-4					-4

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-4}{4}$$

$$NI = -1$$

ANÁLISIS:

En cuanto al impacto ambiental la pequeña empresa presenta un nivel negativo, porque desde un inicio de sus actividades se tomará en cuenta el proceso adecuado para la utilización de materiales e insumos que puedan afectar al entorno.

- **Trabajo sin tóxicos:** La pequeña empresa trabajará sin la aplicación de materiales e insumos que provoquen alteraciones inadecuadas dentro y fuera de las instalaciones.
- **Producción natural:** Al ser un producto de consumo humano su producción será netamente natural tanto la alimentación como

suplementos vitamínicos que se apliquen sobre los ejemplares que estén destinados a la producción de leche.

- **Manejo de los desechos:** Se llevará ciertos procesos para el manejo de los desechos que se obtengan de la crianza de las cabras, los mismos serán colocados en lugares adecuados donde se les brinde un tratamiento adecuado.
- **Contaminación del ambiente:** La pequeña empresa emprenderá nuevas técnicas donde se controle los efectos secundarios que se obtengan por las actividades que se realicen con la finalidad de minimizar los riesgos de contaminación.

7.7. Impacto general

**CUADRO No. 119
IMPACTO GENERAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO ECONÓMICO							X	3
IMPACTO SOCIAL							X	3
IMPACTO COMERCIAL						X		2
IMPACTO EMPRESARIAL							X	3
IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL							X	3
IMPACTO AMBIENTAL			X					-1
TOTAL			-1			2	12	13

Elaborado por: El autor

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{13}{6}$$

$$NI = 2,16 = 2$$

ANÁLISIS:

Se puede apreciar en la matriz general de impactos, los indicadores que influyen en el proyecto y el resultado correspondiente es de 2.16 considerándose como un nivel medio positivo, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ninguno de los impactos sino más bien ayudará a los habitantes de la parroquia San Vicente de Pusir.

El proyecto es viable, porque generará cambios positivos en la economía, ya que se creará nuevas fuentes de trabajo que permitirán la generación de nuevos ingresos que se verán reflejados en el progreso, bienestar de ellos mismos y de sus familias y como no de la sociedad en general.

CONCLUSIONES

- Con el análisis del diagnóstico situacional se pudo caracterizar el sector donde se gestionará la pequeña empresa, entre los aspectos más relevantes se encuentra: el lugar presenta buenas condiciones ecológicas para la crianza de cabras, como también las personas que habitan en la zona poseen cierta experiencia en el cuidado de estos animales, lo que es beneficioso para el proyecto, debido que se contratará talento humano del sector.
- El estudio de mercado permitió identificar el comportamiento de la demanda actual representada por la población urbana de la ciudad de Ibarra de extracto social medio y alto con un nivel de aceptación alto por los derivados de la cabra, con respecto a la oferta en el área de influencia del proyecto es marginal, debido a que no existen muchos productores locales que comercialicen derivados de cabra, por tal motivo la pequeña empresa tiene un alto nivel de factibilidad.
- Estudio Técnico se determinó que la parroquia de San Vicente de Pusir, es el lugar estratégico para la gestión de la pequeña empresa porque cuenta con los requerimientos físicos, técnicos que se necesita para la crianza de cabras, como también se identificó las actividades más importantes que se desarrollarán en la actividad productiva y comercial de la leche y carne de cabra.
- El análisis del estudio financiero determinó que el monto óptimo necesario para inversión es alto por tanto se necesita solicitar un préstamo financiero, el pronóstico de ingresos obtenidos son alentadores, debido a que absorben las erogaciones efectuadas, al aplicar los evaluadores clásicos financieros se estableció que el proyecto es factible.

- En la parte organizativa de la pequeña empresa se definió un modelo administrativo que mediante la utilización de un excelente talento humano idóneo dispuesto a cumplir con los reglamentos, políticas y objetivos propuestos, posicionará a la entidad en un corto plazo.
- El análisis aplicado a los impactos que se derivan de la implementación de la pequeña empresa permitió identificar el nivel de afectación que el proyecto generaría al desarrollarse, siendo estos positivos para el entorno.

RECOMENDACIONES

- Después de realizar los estudios necesarios se recomienda la creación de la pequeña empresa de comercialización de los productos derivados de la crianza de cabras, ubicada en la parroquia de san Vicente de Pusir y aprovechar de manera eficiente todas las ventajas que presenta el sector.
- Para obtener mejores ingresos se recomienda aplicar estrategias adecuadas de venta que permita incrementar el volumen de ventas para lograr estabilidad dentro de un mercado que actualmente se ha vuelto muy competitivo.
- Aprovechar y manejar de manera adecuada los materiales y equipo de trabajo que se obtengan para la realización de actividades, además aplicar los respectivos procesos indicados en cada uno de los productos a elaborarse.
- Controlar constantemente los ingresos y egresos que presenta la pequeña empresa, como también analizar los respectivos estados financieros para conocer qué resultados se están obteniendo y poder tomar medidas preventivas para evitar posibles problemas futuros.
- Aplicar de forma correcta las medidas de seguridad que se hayan considerado para evitar contaminaciones a causa de los impactos generados por el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

AMARU, Antonio C. (2009). Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

ACHING, Guzmán C. (2007). Guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia.

BACA URBINA, Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. Quinta Edición Mac Graw Hill, México

CORDOVA PADILLA. Marcial, (2010). . Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe Ediciones. Bogotá Colombia .

DÍAZ, M. Ángel. (2008). David y Goliat Iniciación del Proyecto, Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.

D´ ALESSIO I. Fernando (2008). El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición, Editorial Pearson, Educación México.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia, Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FRIEND Graham y ZEHL Stefan (2008). Plan de Negocios, Primera edición, Editorial el Comercio

FONTAINE R. Ernesto, (2008). Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

GITMAN, Laurence J. (2007). Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

GALINDO, R. Carlos J. (2008). Manual para la Creación de Empresas, Tercera Edición, Editorial Ecoe Ediciones. Colombia.

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGrawHill, Bogotá Colombia.

KOTLER, Philip. (2009). Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

LAMB, Charles W. (2007) Obra Marketing Octava Edición Editorial Thomson, México.

MUNCH Lourdes, (2010). Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

NASSIR S. Chaín. (2007). Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNANDEZ CHAVEZ Gisel, (2010). Administración de Proyectos, Primera Edición, Editorial Prentice Hall, PEARSON, Estado de México.

RODRÍGUEZ, Joaquín, (2008). Como Administrar una Pequeña y Mediana Empresas, Segunda Edición, Editorial Ecasa, México.

SAPAG, CH. Nassir, Año (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007). Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

VÁSQUEZ Lola y SALTOS Napoleón, (2007). Ecuador su realidad, fundación José Peralta, Quito Ecuador.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2008). Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINCOGRAFIA

<http://www.elcomercio.com/edicion-impresa.html>.

<http://www.lacabraverde.es/leche-de-cabra/>.

<http://www.gastronomiaycia.com/2010/08/04/la-leche-de-cabra-es-mas-saludable-que-la-leche-de-vaca/>.

<http://www.botanical-online.com/animales/cabra.htm>.

<http://voyagesphotosmanu.com/cabra.html>

ANEXOS

**ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DEL
SECTOR DE SAN VICENTE DE PUSIR**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Cuáles es la actividad que usted realiza en el campo?

- Ganadería ()
Agricultura ()
Ganadería y Agricultura ()
Piscicultura ()

2. ¿Cuál es el tipo de ganado que más produce?

- Vacuno ()
Caprino ()
Caballar ()

3. ¿Por qué existe preferencia por la crianza de cabras en el sector?

- Producción de carne ()
Producción de lácteos ()
Venta en pie ()

4. ¿Los ingresos que recibe de su actividad ganadera son?

- Altos ()
Medios ()

Bajos ()

5. ¿Cómo comercializa sus productos agrícolas?

Directamente ()

A través de intermediarios ()

Otros ()

6. ¿Dónde comercializa más la producción de cabras para carne y su leche a más del consumo local?

Ibarra ()

Tulcán ()

Cayambe ()

No se pronuncia ()

7. ¿Considera que se puede comercializar los productos derivados de la cabra en otras ciudades?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

No se pronuncia ()

8. ¿Cómo considera la rentabilidad de su actividad?

Muy rentable ()

Rentable ()

Poco rentable ()

9. ¿Cómo establece el precio de venta de sus productos?

Mercado ()

Costo de producción ()

Otros ()

10. ¿Recibe asistencia técnica para su actividad, por parte de alguna institución?

- Si ()
No ()

11. ¿La organización que existe en su comunidad es?

- Legalmente conocida ()
Parcialmente reconocida ()
No tiene ningún amparo legal ()

12. ¿Los conflictos que enfrenta la organización de la comunidad son?

- Frecuentes ()
Ocasionales ()
Inexistentes ()

13. ¿Considera usted que su actividad ganadera y/o agrícola es propicia para lograr créditos?

- Poco ()
Muy poco ()
Insuficiente ()
Regular ()

14. ¿La experiencia que tiene usted en su actividad es?

- Alta ()
Media ()
Baja ()

15. ¿Considera usted que su actividad es de?

- Pleno empleo ()
Subempleo ()
Ocasional ()
Informal ()

16. ¿Ha recibido usted capacitación para mejorar su actividad?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

17. ¿Ha recibido apoyo de instituciones gubernamentales?

Si ()

No ()

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DE EXTRACTO SOCIAL MEDIO Y ALTO DE LA CIUDAD DE IBARRA



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Dentro de su dieta se encuentra el consumo de productos de cabras?

- Sí ()
No ()

2. ¿De los productos derivados de la cabra que se detallan a continuación cuál consume o estaría dispuesto a consumir?

- Carne ()
Leche ()
Otros ()

3. ¿Con qué frecuencia compra este tipo de productos?

- Todos los días ()
Pasando un día ()
Una vez a la semana ()
NSP ()

4. ¿Cuántas libras de carne de cabra consume o consumiría a la semana?

- Una libra ()
- Dos libras ()
- Tres libras ()
- Más de tres libras ()

5. Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar Ud. por este tipo de productos que son derivados de la cabra?

- Menos de 1,5 dólares por libra ()
- Entre 1,5 dólares y 2 dólares por libra ()
- Más de 2 dólares por libra ()

6. ¿Cuántos litros de leche de cabra consume o consumiría a la semana?

- Menos de 2 litros ()
- Entre 2 y 4 litros ()
- Más de 4 libras ()

7. Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar Ud. por este tipo de productos que son derivados de la cabra?

- Menos de 1 dólares por litro ()
- Entre 1 y 1,5 dólares por litro ()
- Más de 1,50 dólares por litro ()

8. ¿En qué lugares le gustaría encontrar este tipo de productos?

- Mercado ()
- Tiendas ()
- Supermercados ()
- A domicilio ()

9. ¿A través de qué medio de comunicación considera Ud., se podría dar a conocer los productos derivados de la cabra?

Radio ()

Televisión ()

Prensa ()

Otros ()

10. ¿Está satisfecho con los productos derivados de la leche y carne que actualmente consume?

Sí ()

No ()

11. ¿Qué características cree que debería tener un producto derivado de la cabra para ser comercializado?

Envase ()

Buena promoción ()

Componentes alimenticio ()

Precio razonable ()

12. ¿Conoce Ud., alguna empresa que produzca y venda esta clase de productos derivados de la cabra?

Si ()

No ()

ANEXO C: ENTREVISTA REALIZADA A LOS ADMINISTRADORES DEL SUPERMAXI Y TÍA.



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINITRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿En su establecimiento comercializa productos derivados de cabra?

.....
.....

2. ¿Quién le provee productos derivados de cabra?

.....
.....

3. ¿De qué lugar es el proveedor de derivados de cabra?

.....
.....

4. ¿Qué productos derivados de cabra comercializa?

.....
.....

5. ¿Cuál es el producto más demandado por sus clientes?

.....
.....

6. ¿Cuál es el promedio de ventas de los productos derivados de cabra?

.....
.....

7. ¿Cuál es el precio que comercializa los productos?

.....
.....

8. ¿Cuál es el índice de crecimiento de la oferta de carne y leche de cabra en los últimos años?

.....
.....

9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?

.....
.....

ANEXO D: ENTREVISTA EFECTUADA A PRODUCTORES DE PRODUCTOS DERIVADOS DE CABRA DE LA PARROQUIA SAN VICENTE.



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINITRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

1. ¿Qué tiempo lleva en la actividad

.....
.....

2. ¿Cómo considera la rentabilidad de la actividad caprina?

.....
.....

3. ¿Dónde comercializa los productos derivados de cabra?

.....
.....

4. ¿Cómo establece los precios de los productos?

.....
.....

5. ¿Cuál es el promedio de venta de los productos derivados de cabra?

.....
.....

6. ¿Los precios de venta de los productos derivados de cabra son?

.....
.....

7. ¿Considera ampliar la oferta de los productos?

.....
.....

ANEXOS E: DINÁMICA DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE Y CARNE

AÑO	MES	PRIMER ESTABLECIMIENTO		SEGUNDO ESTABLECIMIENTO	
		L	C	L	C
1	1	100			
	2				
	3			100	
	4	L			
	5	L			
	6	L		L	
	7	L		L	
	8	L		L	
	9	L	C	L	
	10	L		L	
	11	L		L	C
	12	L		L	
2	13	L		L	
	14	L	C	L	
	15	L		L	
	16	L		L	C
	17	L		L	
	18	L		L	
	19	L	C	L	
	20	L		L	
	21	L		L	C
	22	L		L	
	23	L		L	
	24	L	C	L	
3	25	L		L	
	26	L		L	C
	27	L		L	
	28	L		L	
	29	L	C	L	
	30	L		L	
	31	L		L	C
	32	L		L	
	33	L		L	
	34	L	C	L	
	35	L		L	
	36	L		L	C
4	37	L		L	
	38	L		L	

	39	L	C	L	
	40	L		L	
	41	L		L	C
	42	L		L	
	43	L		L	
	44	L	C	L	
	45	L		L	
	46	L		L	C
	47	L		L	
	48	L		L	
5	49	L	C	L	
	50	L		L	
	51	L		L	C
	52	L		L	
	53	L		L	
	54	L	C	L	
	55	L		L	
	56	L		L	C
	57	L		L	
	58	L		L	
	59	L	C	L	
	60	L		L	C

RESUMEN DE RESULTADOS

PRIMER ESTABLECIMIENTO				SEGUNDO ESTABLECIMIENTO			
100		EJEMPLARES		100		EJEMPLARES	
L	C	L	C	L	C	L	C
9	1	7	1				
72.000,00	100,00	56.000,00	100,00				
AÑO 1							
Leche en litros		128.000,00					
Carne en libras		8.000,00					
PRIMER ESTABLECIMIENTO				SEGUNDO ESTABLECIMIENTO			
100		EJEMPLARES		100		EJEMPLARES	
L	C	L	C	L	C	L	C

12	3	12	2
96.000,00	300,00	96.000,00	200,00
AÑO 2			
	Leche en litros	192.000,00	
	Carne en libras	20.000,00	
PRIMER ESTABLECIMIENTO		SEGUNDO ESTABLECIMIENTO	
100	EJEMPLARES	100	EJEMPLARES
L	C	L	C
12	2	12	3
96.000,00	200,00	96.000,00	300,00
AÑO 3			
	Leche en litros	192.000,00	
	Carne en libras	20.000,00	
PRIMER ESTABLECIMIENTO		SEGUNDO ESTABLECIMIENTO	
100	EJEMPLARES	100	EJEMPLARES
L	C	L	C
12	2	12	2
96.000,00	200,00	96.000,00	200,00
AÑO 4			
	Leche en litros	192.000,00	
	Carne en libras	16.000,00	
PRIMER ESTABLECIMIENTO		SEGUNDO ESTABLECIMIENTO	
100	EJEMPLARES	100	EJEMPLARES
L	C	L	C
12	4	12	4
96.000,00	400,00	96.000,00	400,00
AÑO 5			
	Leche en litros	192.000,00	
	Carne en libras	32.000,00	
Venta de Machos			
	Carne en libras	400	

ANEXO F: MATERIA PRIMA E INSUMOS - SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad de ejemplares de leche	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Suplemento alimenticio de leche en kilos por ejemplar	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Total de suplemento alimenticio de leche en kilos	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Días de cuidado	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Suplemento alimenticio de leche en kilos al año	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00
Suplemento alimenticio de leche en quintales al año	438,00	438,00	438,00	438,00	438,00
Precio por quintal	26,00	27,08	28,21	29,38	30,60
Subtotal de costo de suplemento alimenticio de leche	11.388,00	9.884,78	10.295,99	10.724,30	11.170,44
Cantidad de ejemplares de leche	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Suplemento alimenticio de engorde en kilos por ejemplar	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Total de suplemento alimenticio de engorde en kilos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Días de cuidado	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Suplemento alimenticio de engorde en kilos al año	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00
Suplemento alimenticio de engorde en quintales al año	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Precio por quintal	25,00	26,04	27,12	28,25	29,43
Subtotal de costo de suplemento alimenticio de engorde	9.125,00	9.504,60	9.899,99	10.311,83	10.740,80
Cantidad de ejemplares de engorde	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Suplemento alimenticio de crecimiento en kilos por ejemplar	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Total de suplemento alimenticio de crecimiento en kilos	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Días de cuidado	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Suplemento alimenticio de crecimiento en kilos al año	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00	21.900,00
Suplemento alimenticio de crecimiento en quintales al año	438,00	438,00	438,00	438,00	438,00
Precio por quintal	23,00	23,96	24,95	25,99	27,07
Subtotal de costo de suplemento alimenticio de crecimiento	10.074,00	8.744,23	9.107,99	9.486,88	9.881,54
Cantidad de ejemplares engorde	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Suplemento alimenticio de engorde en kilos por ejemplar	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Total de suplemento alimenticio de engorde en kilos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Días de cuidado	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Suplemento alimenticio de engorde en kilos al año	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00	18.250,00
Suplemento alimenticio de engorde en quintales al año	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Precio por quintal	25,00	26,04	27,12	28,25	29,43
Subtotal de costo de suplemento alimenticio de engorde	9.125,00	9.504,60	9.899,99	10.311,83	10.740,80
Total del costo del suplemento alimenticio	39.712,00	37.638,22	39.203,97	40.834,85	42.533,58

Mantenimiento de la zona de pastoreo

AÑO 1

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
Arada y rastrada	horas/tractor	7	15	105,00
Surcado	horas/tractor	3	10	30,00
Siembra y hacer camas	jornal	3	12	36,00
Fertilización	jornal	2	12	24,00
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	6	12	72,00
Control de malezas	jornal	20	12	240,00
Riego	jornal	24	12	288,00
Semilla alfalfa	kg	5	30	150,00
Fertilizantes	kg	4	50	200,00
Insecticidas, fungicidas	kg	10	50	500,00
Herbicidas	kg	2	10	20,00
Pago del agua de riego	Hectárea	5	100	500,00
Arriendo	Hectárea	5,00	1300	6.500,00
TOTAL DE COSTOS				8.665,00

AÑO 2

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN DÓLARES	VALOR TOTAL EN DÓLARES
Arada y rastrada	horas/tractor	0	0	0,00
Surcado	horas/tractor	0	0	0,00
Siembra y hacer camas	jornal	0	0	0,00
Fertilización	jornal	2	12,50	25,00
Aplicación de insecticida/ fungicida	jornal	6	12,50	75,00
Control de malezas	jornal	20	12,50	249,98
Riego	jornal	24	12,50	299,98
Semilla alfalfa	kg	5	31,25	156,24
Fertilizantes	kg	4	52,08	208,32
Insecticidas, fungicidas	kg	10	52,08	520,80
Herbicidas	kg	2	10,42	20,83
Pago del agua de riego	Hectárea	5	104,16	520,80
Arriendo	Hectárea	5	1.354,08	6.770,40
TOTAL DE COSTOS				8.847,35

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arada y rastrada	105,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Surcado	30,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Siembra y hacer camas	36,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Fertilización	24,00	25,00	26,04	27,12	28,25
Aplicación de insecticida/ fungicida	72,00	75,00	78,12	81,36	84,75
Control de malezas	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Riego	288,00	299,98	312,46	325,46	339,00
Semilla alfalfa	150,00	156,24	162,74	169,51	176,56
Fertilizantes	200,00	208,32	216,99	226,01	235,41
Insecticidas, fungicidas	500,00	520,80	542,47	565,03	588,54
Herbicidas	20,00	20,83	21,70	22,60	23,54
Pago del agua de riego	500,00	520,80	542,47	565,03	588,54
Arriendo	6.500,00	6.770,40	7.052,05	7.345,41	7.650,98
TOTAL DE COSTOS	8.665,00	8.847,35	9.215,40	9.598,76	9.998,07

INSUMOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Vacuna New Castle (500 dosis)	20,00	240,00
Medicina (Desparasitante) 250 Gr.	12,00	144,00
Desinfectante: Banodine 1 litro	7,00	84,00
TOTAL	39,00	468,00

Combustible

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gas	30,00	360,00
TOTAL		360,00

Implementos para Limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escoba	1	1,83	1,83
Trapeador	1	2,5	2,5
Basurero	2	4,5	9

Cepillo	1	0,89	0,89
Cepillo sanitario	1	2,5	2,5
Franelas	5	4,3	21,5
Toalla	3	7,2	21,6
Desinfectante	1	4,6	4,6
Lustre	3	0,25	0,75
Guantes	6	1,86	11,16
Fundas de basura	1000	0,1	100
Recogedor	2	2	4
Lava de platos	1	0,97	0,97
Varios	1	50	50
TOTAL			231,3

Mantenimiento maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo	15,00	180,00
TOTAL		180,00

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	40,00	480,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL		780,00

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papel resma	15	3,5	52,5
Carpetas	12	0,3	3,6
Esferográfico	10	0,3	3
Tinta impresora	5	13	65
Cuaderno	6	1,75	10,5
Lápiz	10	1,1	11
Borrador	5	0,3	1,5
Libretines (facturas)	12	4,5	54
TOTAL			201,1

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	180,00
TOTAL		180,00

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	4	160,00	640,00
Prensa	4	90,00	360,00
Afiches	7	40,00	280,00
Página web	12	30,00	360,00
TOTAL		320,00	1.640,00

**COMBUSTIBLE Y
MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	120	1.440
Mantenimiento vehículo	20	240
TOTAL		1.680