



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE LÁCTEOS: LECHE PASTEURIZADA, YOGURT, Y  
QUESOS UBICADA EN LA PARROQUIA ANTONIO JOSE  
HOLGUÍN, CANTÓN SALCEDO , PROVINCIA DE  
COTOPAXI, ECUADOR.

**AUTORES:**

Ing. Luis Enrique Santamaría  
Ing. Nicolay Ramón Fonseca.

**DIRECTOR**

Ing. Verónica Parreño.

# ANTECEDENTES

El presente proyecto está orientado a la creación de una fábrica de lácteos en la **parroquia Antonio José Holguín, que es un sector netamente agrícola y sobre todo ganadero .**

Como se indicó anteriormente, la actividad principal de sus habitantes es la producción lechera, sin embargo, esta parroquia no cuenta con una empresa de productos lácteos, donde se pueda aprovechar la materia prima existente en el sector y obtener productos de calidad competitivos para el mercado del centro del país.

# JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La importancia de la creación de la fábrica de lácteos en esta parroquia radica en su contribución al desarrollo del país a través de la generación de oportunidades de empleo, impulsando al comercio nacional e internacional y dinamización de la economía.

# OBJETIVOS GENERAL

- Efectuar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos lácteos: Leche pasteurizada, yogurt y quesos, en la Parroquia Antonio José Holguín del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el Estudio de Mercado para determinar la demanda insatisfecha de los productos lácteos: Leche Pasteurizada, Queso y Yogurt.
- Cuantificar los requerimientos técnicos del proyecto y determinar los costos - gastos necesarios para la realización del proyecto.
- Determinar su estructura organizacional.
- Realizar la Evaluación Financiera y ver la factibilidad del proyecto.

# CAPITULO II

# ESTUDIO DE MERCADO

- PRODUCTO
- DEMANDA
- OFERTA
- DEMANDA  
INSATISFECHA
- ESTRATEGIAS

# OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

*Conocer la oferta, la demanda, y la demanda insatisfecha, para de esta forma poder establecer las necesidades que existe en las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo, para la creación de una fábrica de lácteos en la parroquia Antonio José Holguín.*

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- *VARIABLES :*

*1.- GEOGRÁFICAS:*

*TUNGURAHUA*

*COTOPAXI*

*CHIMBORAZO*

*2. CONDUCTUALES*

*FRECUENCIA DE CONSUMO , PRODUCTO DE  
CONSUMO MASIVO ( NECESIDAD BÁSICA  
ALIMENTACION )*



# PRUEBA PILOTO

- 
- ¿Si en la Parroquia Antonio José Holguín del cantón Salcedo, existiera una empresa productora y comercializadora de productos lácteos de calidad, a precios económicos y fueran distribuidos en su provincia, estaría dispuesto a comprar y ser cliente de esta empresa?

- *APLICÓ AL 0.1 %  
POBLACIÓN*

VARIABLES	RESULTADO	PORCENTAJE
Si (p)	140	86,42
No (p)	22	13,58
suman	162	100

# POBLACIÓN

## NÚMERO DE FAMILIAS SEGÚN PROYECCIÓN 2010

PROVINCIA	TOTAL DE FAMILIAS	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
COTOPAXI	100.794	39.569	61.226
CHIMBORAZO	109.826	57.030	52.796
TUNGURAHUA	125.860	65.390	60.470
SUMA TOTAL	336.480	161.989	174.491

# INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Tamaño de la muestra

- POBLACION 161.989 FAM

**n = 73 encuestas**

## FÓRMULA

$$n = \frac{Zc^2 Np(1-p)}{e^2 N + Zc^2 p(1-p)}$$

Donde:

$N$  = Población (HABITANTES SALCEDO)

Por lo tanto:

$n$  = Tamaño de la muestra

$Z_c$  = Valor de Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza del

95% que es igual a 1.96

$p$  = Proporción de éxito en la población (95 %)

$q$  = Es la diferencia entra 1-p (1-0.95) = 0.05

$e$  = Error en la proporción de la muestra. (0.05)

# INVESTIGACIÓN DE CAMPO ( ENCUESTAS )

Encuesta dirigida a Consumidores del producto

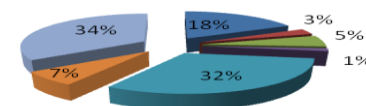
## IDENTIFICACIÓN CON LA MARCA DE PRODUCTOS LÁCTEOS

NÚMERO DE FAMILIAS SEGÚN PROYECCIÓN 2010

PROVINCIA	TOTAL DE FAMILIAS	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
COTOPAXI	100.794	39.569	61.226
CHIMBORAZO	109.826	57.030	52.795
TUNGURAHUA	125.860	65.390	60.470
SUMA TOTAL	336.480	161.989	174.491

IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA DE PRODUCTOS LÁCTEOS

■ Ranchito ■ Paraiso ■ Alpina ■ Kiosco  
■ Pura Crema ■ Tony ■ Otros

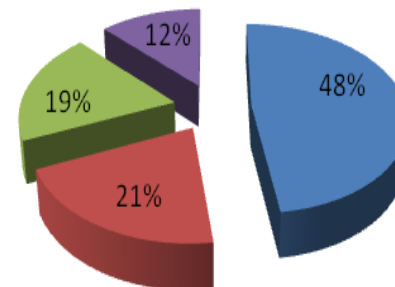


# FRECUENCIA DE CONSUMO DE PRODUCTOS LÁCTEOS

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Diario	35	47.95
2	Semanal	15	20.55
3	Mensual	14	19.18
4	Alguna vez	9	12.33
Total		73	100.00

FRECUENCIA DE CONSUMO PRODUCTOS LÁCTEOS

■ Diario ■ Semanal ■ Mensual ■ Alguna vez

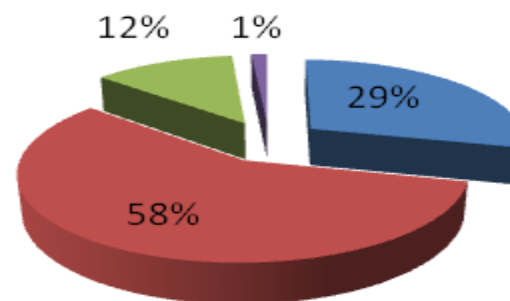


# FRECUENCIA DE CONSUMO DEL QUESO

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Diario	21	28.77
2	Semanal	42	57.53
3	Mensual	9	12.33
4	Alguna vez	1	1.37
Total		73	100.00

FRECUENCIA QUE CONSUMEN QUESO

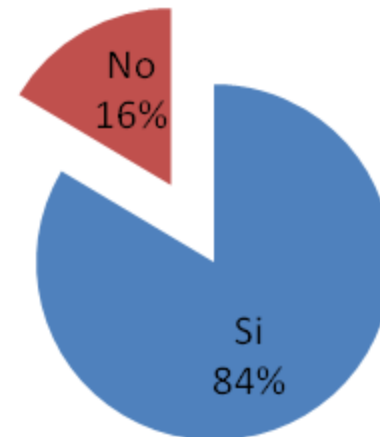
■ Diario ■ Semanal ■ Mensual ■ Alguna vez



# CONSUMO DE LECHE PASTEURIZADA

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Si	61	83.56
2	No	12	16.44
Total		73	100.00

CONSUME LECHE PASTEURIZADA

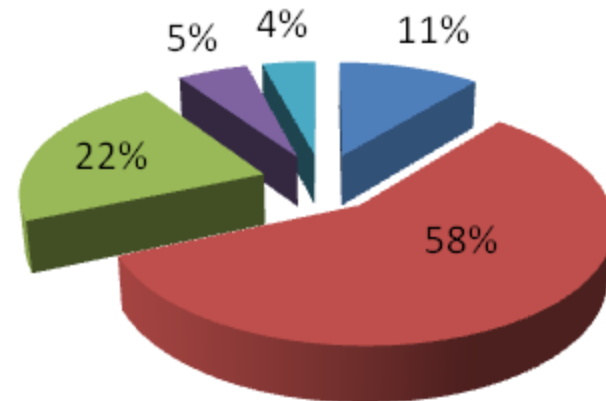


# PREFERENCIA EN EL TAMAÑO DE LA LECHE PASTEURIZADA

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1	½ Litro	8	10.96
2	1 Litro	42	57.53
3	2 Litros	16	21.92
4	4 Litros	4	5.48
5	Otros	3	4.11
Total		73	100.00

TAMAÑO LECHE PASTEURIZADA

■ ½ Litro ■ 1 Litro ■ 2 Litros ■ 4 Litros ■ Otros



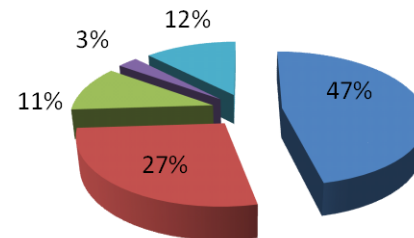


# PREFERENCIA EN EL TAMAÑO DEL YOGURT

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	1/4 Litro	34	46.58
2	1 Litro	20	27.40
3	2 Litros	8	10.96
4	4 Litros	2	2.74
5	Otros	9	12.33
<b>Total</b>		<b>73</b>	<b>100.00</b>

TAMAÑO DE CONSUMO DE YOGURT

■ 1/4 Litro ■ 1 Litro ■ 2 Litros ■ 4 Litros ■ Otros

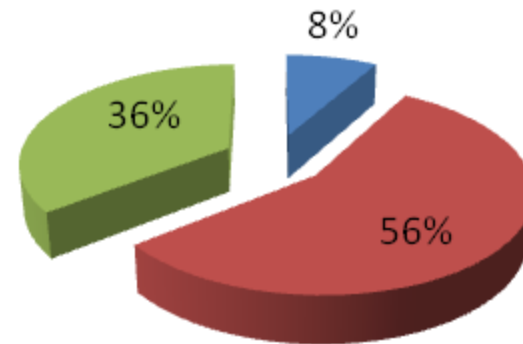


# PREFERENCIA EN EL TAMAÑO DEL QUESO

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Pequeño	6	8.22
2	Mediano	41	56.16
3	Grande	26	35.62
Total		73	100.00

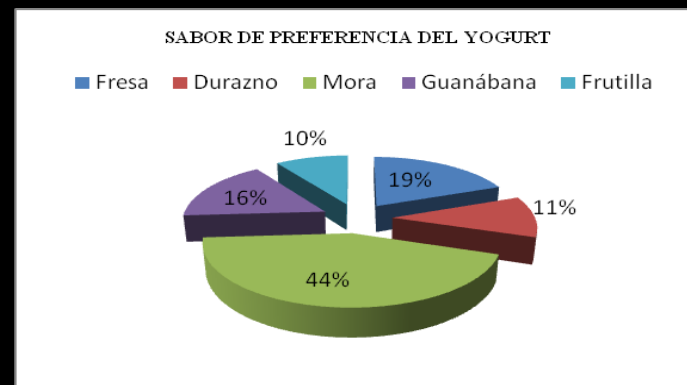
TAMAÑO DE PREFERENCIA DEL QUESO

■ Pequeño ■ Mediano ■ Grande



# PREFERENCIA EN EL SABOR DEL YOGURT

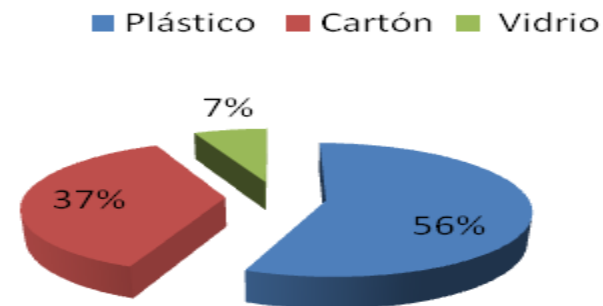
CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Fresa	14	19.18
2	Durazno	8	10.96
3	Mora	32	43.84
4	Guanábana	12	16.44
5	Frutilla	7	9.59
Suman		73	100.00



# PREFERENCIA EN EL TIPO DE ENVASE DEL YOGURT

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Plástico	41	56.16
2	Cartón	27	36.99
3	Vidrio	5	6.85
Suman		73	100.00

TIPO DE ENVASE DEL YOGURT

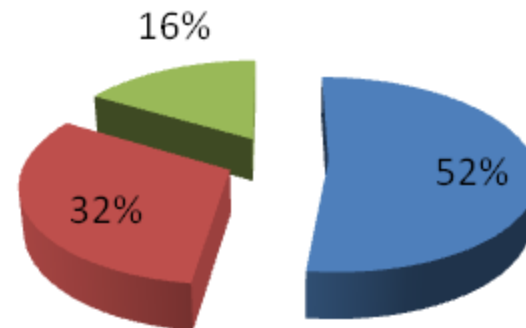


# PREFERENCIA EN EL TIPO DE QUESO

CODIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Fresco	38	52.78
2	Mesa	23	31.94
3	Mozzarella	12	16.67
<b>Suman</b>		<b>73</b>	<b>101.39</b>

TIPO DE QUESO QUE PREFIEREN

■ Fresco ■ Mesa ■ Mozzarella

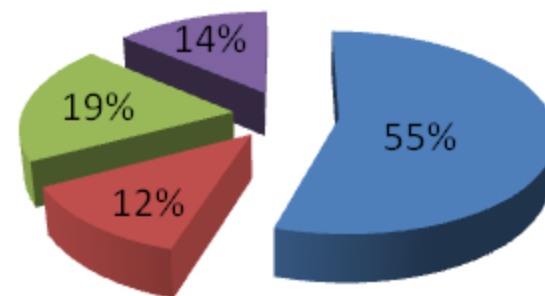


# LUGAR DONDE ADQUIEREN LOS PRODUCTOS LÁCTEOS

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Tienda	40	54.79
2	Despensa	9	12.33
3	Supermercados	14	19.18
4	Otros	10	13.70

LUGAR DONDE ADQUIEREN PRODUCTOS LÁCTEOS

■ Tienda ■ Despensa ■ Supermercados ■ Otros

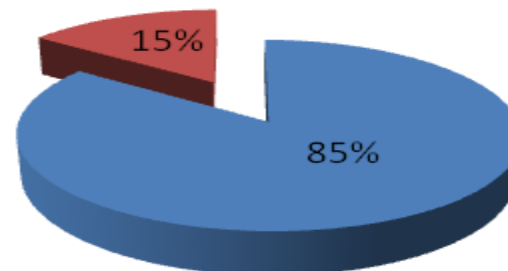


# RESULTADOS SOBRE LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN.

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Si	62	84.93
2	No	11	15.07
Suman		73	100.00

## COMPRARIA PRODUCTOS LÁCTEOS EN A.J.HOLGUÍN

■ Si ■ No

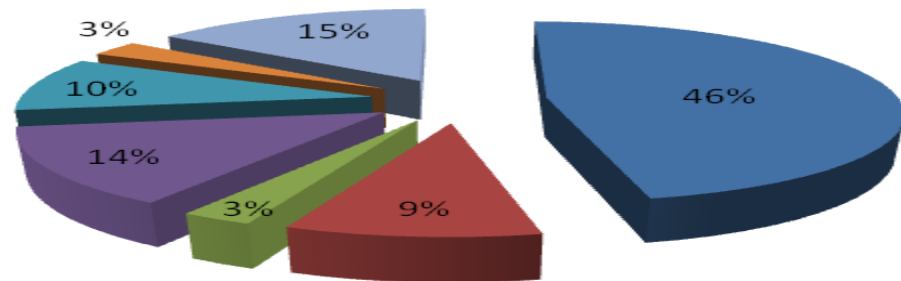


# MARCA DE PRODUCTOS LÁCTEOS CONSUMIDOS EN EL ÚLTIMO MES

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Pura Crema	34	46.58
2	Paraiso	7	9.59
3	Vitaleche	2	2.74
4	Ranchito	10	13.70
5	Tony	7	9.59
6	Parmalat	2	2.74
8	Otros	11	15.07
Suman		73	100.00

MARCA DE PRODUCTOS CONSUMIDOS ÚLTIMO MES

■ Pura Crema ■ Paraiso ■ Vitaleche ■ Ranchito  
■ Tony ■ Parmalat ■ Otros



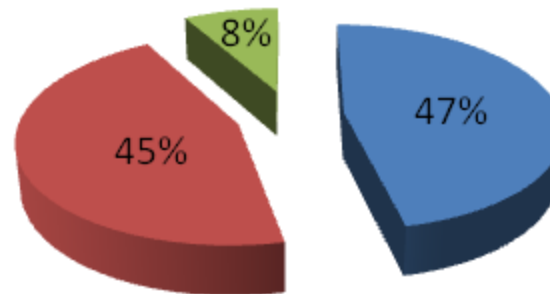


# CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	RESULTADOS	%
1	Calidad	34	46.58
2	Precios	33	45.21
3	Publicidad	6	8.22
Suman		73	100.00

BUEN PRODUCTO POR:

■ Calidad ■ Precios ■ Publicidad



# DEMANDA HISTÓRICA DE LECHE

DEMANDA HISTÓRICA			
AÑOS	LITROS DE LECHE (en miles de litros)	TASA DE CRECIMIENTO	% PORCENTUALMENTE
1.995	1.247.717		
1.996	1.300.954	0,0427	4,27
1.997	1.506.943	0,1583	15,83
1.998	1.519.399	0,0083	0,83
1.999	1.552.265	0,0216	2,16
2.000	1.518.423	-0,0218	-2,18
2.001	1.554.009	0,0234	2,34
2.002	1.582.867	0,0186	1,86
2.003	1.634.678	0,0327	3,27
2.004	1.689.987	0,0338	3,38
2.005	1.715.989	0,0154	1,54
2.006	1.756.897	0,0238	2,38
2.007	1.789.656	0,0186	1,86
2.008	1.876.543	0,0485	4,85
2.009	1.923.765	0,0252	2,52

# DEMANDA HISTÓRICA DE QUESO

DEMANDA HISTÓRICA			
AÑOS	QUESO EN KILOGRAMOS	TASA DE CRECIMIENTO	% PORCENTUALMENTE
1.995	47.717		
1.996	49.954	0,0469	4,69
1.997	50.694	0,0148	1,48
1.998	51.939	0,0246	2,46
1.999	55.225	0,0633	6,33
2.000	51.843	-0,0612	-6,12
2.001	53.882	0,0393	3,93
2.002	55.800	0,0356	3,56
2.003	57.800	0,0358	3,58
2.004	59.200	0,0242	2,42
2.005	61.200	0,0338	3,38
2.006	63.428	0,0364	3,64
2.007	64.789	0,0215	2,15
2.008	66.788	0,0309	3,09
2.009	68.987	0,0329	3,29

# DEMANDA HISTÓRICA DE YOGURT

DEMANDA HISTÓRICA			
AÑOS	YOGURT LITROS	TASA DE CRECIMIENTO	% PORCENTUALMENTE
1.995	181.901		
1.996	190.833	0,0491	4,91
1.997	192.786	0,0102	1,02
1.998	194.789	0,0104	1,04
1.999	196.654	0,0096	0,96
2.000	199.876	0,0164	1,64
2.001	202.564	0,0134	1,34
2.002	205.765	0,0158	1,58
2.003	207.657	0,0092	0,92
2.004	209.876	0,0107	1,07
2.005	211.543	0,0079	0,79
2.006	215.426	0,0184	1,84
2.007	218.765	0,0155	1,55
2.008	222.876	0,0188	1,88
2.009	225.652	0,0125	1,25

# DEMANDA PROYECTADA DE LA LECHE ( EN LITROS )

AÑOS	LITROS DE LECHE ( en miles de litros )	DEMANDA PROYECTADA		DEMANDA PROYECTADA ( LITROS DE LECHE )
		% CRECIMIENTO (g)	factor de crec. (g/100) + 1	
2.009	1.923.765	3.21	1,032	1.985.537
2.010	1.985.537	3.21	1,032	2.049.074
2.011	2.049.074	3.21	1,032	2.114.645
2.012	2.114.645	3.21	1,032	2.182.313
2.013	2.182.313	3.21	1,032	2.252.147
2.014	2.252.147	3.21	1,032	2.324.216
2.015	2.324.216	3.21	1,032	2.398.591

# DEMANDA PROYECTADA DEL QUESO ( EN KILOGRAMOS )

DEMANDA PROYECTADA				
AÑOS	QUESO EN KILOGRAMOS	% CRECIMIENTO (g)	<i>factor de crec.</i> (g/100) + 1	DEMANDA PROYECTADA ( QUESO EN KILOGRAMOS )
2.009	68.987	2.7	1,027	70.850
2.010	70.850	2.7	1,027	72.763
2.011	72.763	2.7	1,027	74.727
2.012	74.727	2.7	1,027	76.745
2.013	76.745	2.7	1,027	78.817
2.014	78.817	2.7	1,027	80.945
2.015	80.945	2.7	1,027	83.130

# DEMANDA PROYECTADA DEL YOGURT ( EN LITROS )

DEMANDA PROYECTADA				
AÑOS	YOGURT LITROS	% CRECIMIENTO (g)	factor de crec. (g/100) + 1	DEMANDA PROYECTADA ( YOGURT EN LITROS )
2.009	225.652	1.56	1,015	229.037
2.010	229.037	1.56	1,015	232.472
2.011	232.472	1.56	1,015	235.959
2.012	235.959	1.56	1,015	239.499
2.013	239.499	1.56	1,015	243.091
2.014	243.091	1.56	1,015	246.738
2.015	246.738	1.56	1,015	250.439

# OFERTA HISTÓRICA DE LECHE EN LITROS

OFERTA HISTÓRICA			
AÑOS	LITROS DE LECHE ( en miles de litros)	TASA DE CRECIMIENTO	% PORCENTUALMENTE
1.995	321.100		
1.996	322.337	0,0039	0,39
1.997	340.347	0,0559	5,59
1.998	317.285	-0,0678	-6,78
1.999	343.427	0,0824	8,24
2.000	336.600	-0,0199	-1,99
2.001	338.654	0,0061	0,61
2.002	339.659	0,0030	0,30
2.003	342.786	0,0092	0,92
2.004	348.765	0,0174	1,74
2.005	356.876	0,0233	2,33
2.006	361.658	0,0134	1,34
2.007	365.786	0,0114	1,14
2.008	369.897	0,0112	1,12
2.009	374.563	0,0126	1,26



# OFERTA DEL YOGURT

OFERTA HISTÓRICA			
AÑOS	YOGUR LITROS	TASA DE CRECIMIENT	% PORCENTUALMENTE
1.995	18.192		
1.996	18.908	0,0394	3,94
1.997	19.343	0,0230	2,30
1.998	19.765	0,0218	2,18
1.999	20.234	0,0237	2,37
2.000	20.654	0,0208	2,08
2.001	21.087	0,0210	2,10
2.002	21.343	0,0121	1,21
2.003	21.675	0,0156	1,56
2.004	22.345	0,0309	3,09
2.005	22.765	0,0188	1,88
2.006	23.456	0,0304	3,04
2.007	23.987	0,0226	2,26
2.008	24.564	0,0241	2,41
2.009	25.390	0,0336	3,36

# PROYECCIÓN DE OFERTA DE LA LECHE EN LITROS

OFERTA PROYECTADA				
AÑOS	LITROS DE LECHE (en miles de litros)	% CRECIMIENTO (g)	<i>factor de crec.</i> (g/100) + 1	OFERTA PROYECTADA ( LITROS DE LECHE )
2.009	374.563	1.16	1,027	384.676
2.010	384.676	1.16	1,027	395.062
2.011	395.062	1.16	1,027	429.433
2.012	429.433	1.16	1,027	466.794
2.013	466.794	1.16	1,027	507.405
2.014	507.405	1.16	1,027	551.549
2.015	551.549	1.16	1,027	599.534

# PROYECCIÓN DEL QUESO EN KILOGRAMOS

AÑOS	OFERTA PROYECTADA			OFERTA PROYECTADA ( QUESO EN KILOGRAMOS )
	QUESO EN KILOGRAMOS	% CRECIMIENTO (g)	<i>factor de crec.</i> (g/100) + 1	
2.009	65.478	2.58	1,025	67.115
2.010	67.115	2.58	1,025	68.793
2.011	68.793	2.58	1,025	70.513
2.012	70.513	2.58	1,025	72.275
2.013	72.275	2.58	1,025	74.082
2.014	74.082	2.58	1,025	75.934
2.015	75.934	2.58	1,025	77.833

# PROYECCIÓN DEL YOGURT EN LITROS

AÑOS	OFERTA PROYECTADA			OFERTA PROYECTADA ( YOGURT EN KILOGRAMOS )
	YOGUR LITROS	TASA DE CRECIMIENTO (g)	<i>factor de crec.</i> (g/100) + 1	
2.009	25.390	2.41	1,024	25.999
2.010	25.999	2.41	1,024	26.623
2.011	26.623	2.41	1,024	27.262
2.012	27.262	2.41	1,024	27.917
2.013	27.917	2.41	1,024	28.587
2.014	28.587	2.41	1,024	29.273
2.015	29.273	2.41	1,024	29.975

# DEMANDA INSATISFECHA DE LECHE EN LITROS

AÑOS	OFERTA ( LECHE ) En Litros	DEMANDA ( LECHE) En litros	DEMANDA INSATISFECHA Leche ( litros )
2.010	395.062	2.049.074	-1.654.012
2.011	429.433	2.114.645	-1.685.212
2.012	466.794	2.182.313	-1.715.520
2.013	507.405	2.252.147	-1.744.743
2.014	551.549	2.324.216	-1.772.667
2.015	599.534	2.398.591	-1.799.057

# DEMANDA INSATISFECHA DE QUESOS EN KILOGRAMOS

AÑOS	OFERTA ( QUESOS ) KILOGRAMOS	DEMANDA ( QUESOS ) KILOGRAMOS	DEMANDA INSATISFECHA Quesos ( kilogramos )
2.010	67.115	70.850	-3.735
2.011	68.793	72.763	-3.970
2.012	70.513	74.727	-4.215
2.013	72.275	76.745	-4.469
2.014	74.082	78.817	-4.735
2.015	75.934	80.945	-5.011

# DEMANDA INSATISFECHA DE YOGURT EN LITROS

AÑOS	OFERTA ( YOGURT ) En Litros	DEMANDA ( YOGURT ) En litros	DEMANDA INSATISFECHA YOGURT ( LITROS)
2.010	25.999	229.037	-203.037
2.011	26.623	232.472	-205.849
2.012	27.262	235.959	-208.697
2.013	27.917	239.499	-211.582
2.014	28.587	243.091	-214.505
2.015	29.273	246.738	-217.465

# DEMANDA A SER CAPTADA POR EL PROYECTO

NUESTRA FÁBRICA DE LÁCTEOS SE ORIENTA  
A CAPTAR EN UN INICIO EL:

50% DE LA DEMANDA INSATISFECHA



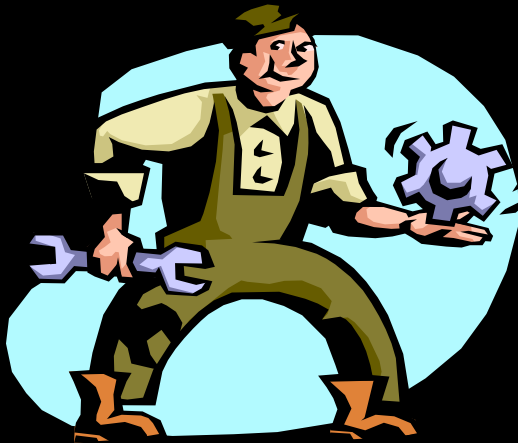
# PRECIOS DE LA COMPETENCIA

	PRECIO ACTUAL (\$)	PRECIO ACTUAL (\$)	PRECIO ACTUAL (\$)
OFERENTES DE LÁCTEOS	LECHE ( litro)	QUESO ( 500 gramos)	YOGURT ( litro)
PURA CREMA	0,62	1,45	1,1
EL RANCHITO	0,58	1,25	0,98
PARAISO	0,55	1,25	0,98

# PRECIOS PROPUESTOS DE LA FÁBRICA SANTA LUCIA

PRECIO ESTABLECIDO	EN DÓLARES
FÁBRICA SANTA LUCIA	
LECHE ( litro )	0,53
QUESO ( 500 gramos )	1,23
YOGURT ( litro )	0,96

# CAPITULO 3: ESTUDIO TECNICO



- TAMAÑO DEL PROYECTO
- LOCALIZACIÓN
- INGENIERÍA DEL PROYECTO

# MATRIZ DE LOCALIZACION

FACTORES	PESO	ALTERNATIVAS		
		CUNCHIBAMBA	MULALILLO	ANTONIO JOSE HOLGUIN
Proveedores	0,30	8	8	9
Clientes	0,25	9	8	9
Servicios Básicos	0,20	9	8	9
Tamaño de la Propiedad	0,12	6	6	10
Vías de Acceso	0,10	10	7	10
Mano de Obra	0,03	8	8	8
TOTAL	1,00			

# RESULTADOS DE LA MATRIZ

FACTORES	ALTERNATIVAS		
	CUNCHIBAMBA	MULALILLO	ANTONIO JOSE HOLGUIN
Proveedores	2,4	2,4	2,7
Clientes	2,25	2	2,25
Servicios Básicos	1,8	1,6	1,8
Tamaño de la Propiedad	0,72	0,72	1,2
Vías de Acceso	1	0,7	1
Mano de Obra	0,24	0,24	0,24
<b>TOTAL</b>	<b>8,41</b>	<b>7,66</b>	<b>9,19</b>

# LOCALIZACIÓN

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Salcedo



*Barrio La Libertad  
Parroquia Antonio  
José Holguín*

# DISPONIBILIDAD DE RECURSOS

- Mano de obra
- Insumos
- Servicios Básicos
- Maquinaria y equipo

# INGENIERÍA DEL PROYECTO ( FLUJOGRAMA DE PROCESO)

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE LA LECHE PASTEURIZADA





# CONTROL DE CALIDAD EN TODOS LOS PROCESOS



# ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental de la industria láctea está concentrado básicamente en la problemática de los residuos líquidos y de los producidos en su tratamiento. La descarga de éstos a un curso de agua superficial si previo procesamiento se traduciría inevitablemente en un foco contaminante, lo que depende, en todo caso, del desecho y del caudal del cuerpo receptor.

**POR LO QUE SE CONTARÁ CON LAS MEDIDAS PREVENTIVAS NECESARIAS COMO DESPOJE ADECUADO DE DESECHOS**

# CAPITULO IV

## ESTUDIO ORGANIZACIONAL



- BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA
- ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

## CONSTITUCIÓN

- Superintendencia de Compañías
- Servicio de Rentas Internas
- Normas Sanitarias
- Normas Técnicas INEN
- TIPO DE EMPRESA    COMPAÑÍA LTDA

RAZÓN SOCIAL

**"FÁBRICA DE LÁCTEOS SANTA  
LUCIA."**

LOGOTIPO DE LA EMPRESA



## SLOGAN

***"La calidad reflejada en tus productos lácteos...."***

## VISIÓN

Nuestra Visión se lo define:

¿Cuándo?

"Durante los próximos cinco años, seremos la FABRICA DE LÁCTEOS, preferida por los clientes en la zona central del país, logrando la mayor participación de mercado, a través de proveer: rentabilidad para sus accionistas, calidad de productos para nuestros clientes y con gente excepcional!"

¿Que?

¿Cómo?

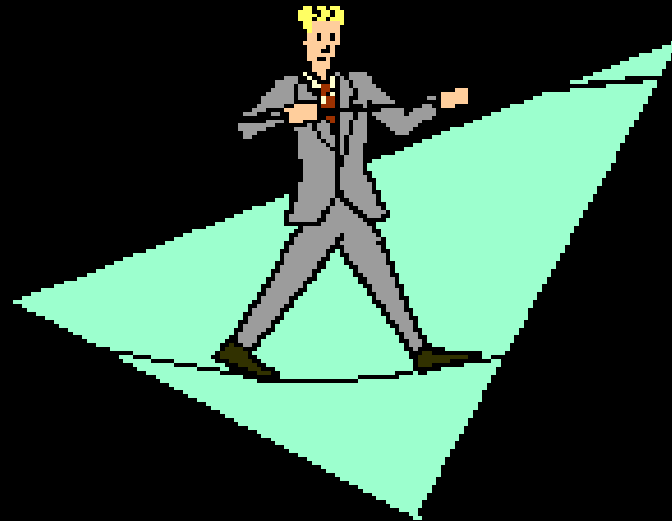
- Misión "

"Producir y comercializar productos lácteos de alta calidad y a un precio justo, orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores, al mismo tiempo que generamos rentabilidad y creamos un ambiente de motivación y superación para nuestros empleados."



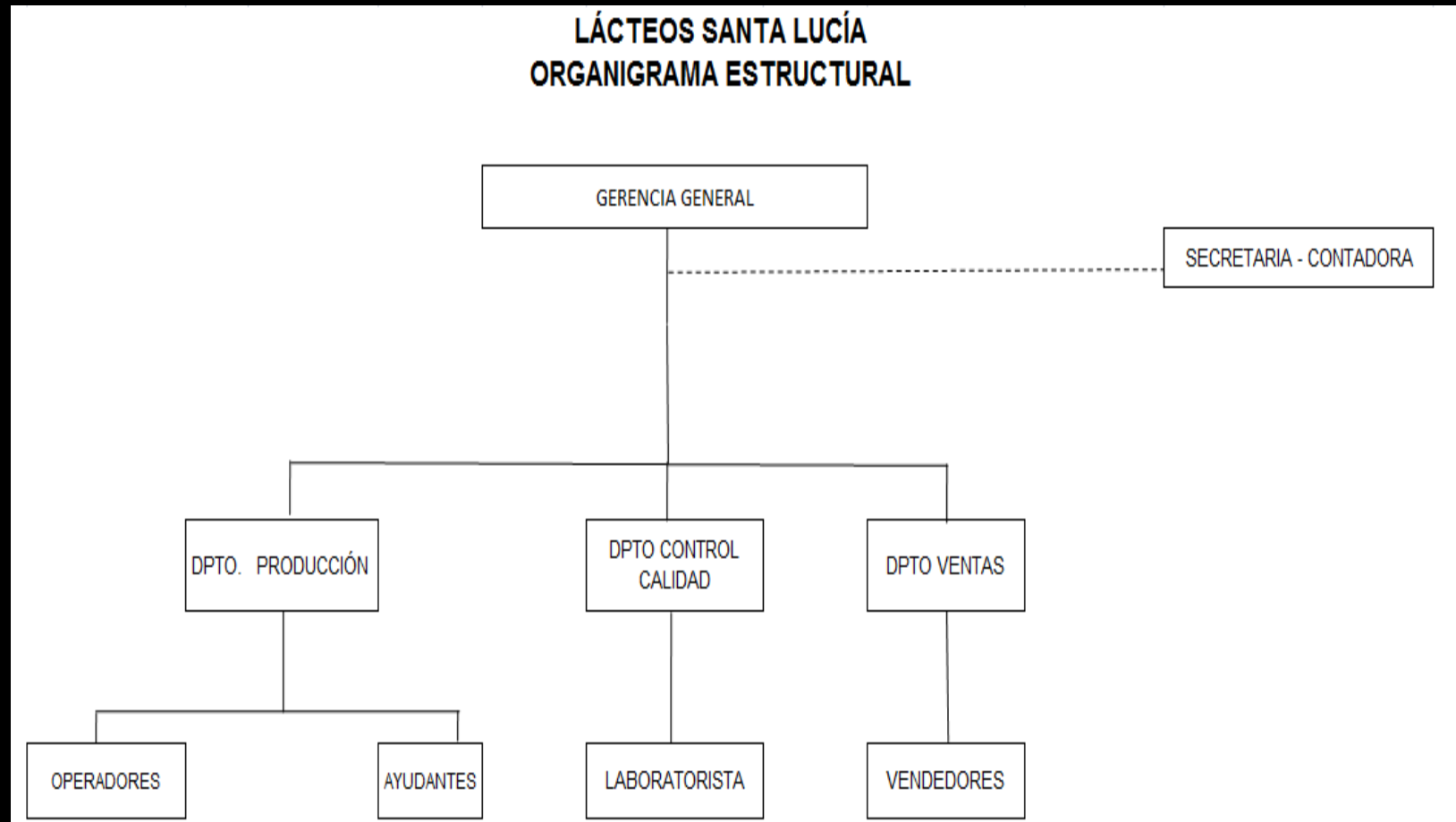
# ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- CALIDAD
- PRODUCTIVIDAD
- PUBLICIDAD
- PROMOCIÓN
- PERSONAL





# ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



# CAPITULO 5: ESTUDIO ECONÓMICO



- PRESUPUESTOS
- ESTADOS  
FINANCIEROS
- EVALUACIÓN  
FINANCIERA

# PRESUPUESTOS DE INVERSIÓN

CUADRO DE INVERSIONES FÁBRICA DE LÁCTEOS SANTA LUCIA						
1. MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	DOLARES			Vida Util	O
		V. UNITARIO	VALOR TOTAL	%	años	cero
Bomba con Tanque de almacenamiento	1	4.000,0	4.000,0	4,3%	10	4.000,0
Pasteurizador continuo de 2000 litros	1	6.000,0	6.000,0	6,5%	10	6.000,0
Estandarizadora 2000 litros	1	6.000,0	6.000,0	6,5%	10	6.000,0
Tanque silo isotérmico	1	1.500,0	1.500,0	1,6%	10	1.500,0
Bomba de 500 litros / hora	1	2.200,0	2.200,0	2,4%	10	2.200,0
Enfundadora semiautomática	1	2.000,0	2.000,0	2,2%	10	2.000,0
Caldero	1	200,0	200,0	0,2%	10	200,0
Banco de Hielo	1	980,0	980,0	1,1%	10	980,0
Cuarto frio y Banco Hielo	1	10.000,0	10.000,0	10,8%	10	10.000,0
Vehículo	2	30.000,0	60.000,0	64,6%	5	60.000,0
		<b>Suma</b>	<b>92.880,0</b>	<b>39,1%</b>		<b>92.880,0</b>
			0,0			0,0
<b>CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES</b>						
			0,0			0,0
TERRENO	1,0	60.000,0	60.000,0	65,2%	0	60.000,0
Area para produccion de leche pasteuriz	1,0	5.000,0	5.000,0	5,4%	20	5.000,0
Area para produccion de yogurt	1,0	5.000,0	5.000,0	5,4%	20	5.000,0
Aréa para producción de quesos	1,0	2.000,0	2.000,0	2,2%	20	2.000,0
Area de estacionamiento	1,0	5.000,0	5.000,0	5,4%	20	5.000,0
Area Administrativa	1,0	5.000,0	5.000,0	5,4%	20	5.000,0
Aréa de bodegas insumos	1,0	8.000,0	8.000,0	8,7%	20	8.000,0
Area verdes	1,0	2.000,0	2.000,0	2,2%	20	2.000,0
	0	0,0	0,0	0,0%	0	0,0
		<b>Suma</b>	<b>92.000,0</b>	<b>38,7%</b>		<b>92.000,0</b>
			0,0			0,0
<b>3. MUEBLES,ENSERES Y OTRAS INVERSIONES</b>						
			0,0			0,0
Mesas Niquelada	1,0	1.000,0	1.000,0	5,3%	10	1.000,0
Aros	1,0	500,0	500,0	2,6%	10	500,0
Cedazos	1,0	200,0	200,0	1,1%	10	200,0
Tanques	5,0	2.000,0	10.000,0	52,9%	10	10.000,0
Sillas	12,0	500,0	6.000,0	31,7%	10	6.000,0
Archivadores	6,0	100,0	600,0	3,2%	10	600,0
Muebles de recepción	1,0	200,0	200,0	1,1%	10	200,0
Archivadores Aéreos	4,0	100,0	400,0	2,1%	10	400,0
	0	0,0	0,0	0,0%	0	0,0
	0	0,0	0,0	0,0%	0	0,0
	0	0,0	0,0	0,0%	0	0,0
	0	0,0	0,0	0,0%	0	0,0
		<b>Suma</b>	<b>18.900,0</b>	<b>8,0%</b>		<b>18.900,0</b>
			0,0			0,0
<b>4. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES</b>						
Gastos de Constitución	1	280,00	280,0	15,7%	0	280,0
Gastos de Investig y publicidad	1	1.500,00	1.500,0	84,3%	0	1.500,0
	0	-	0,0	0,0%	0	0,0
	0	-	0,0	0,0%	0	0,0
		<b>Suma:</b>	<b>1.780,0</b>	<b>0,7%</b>	Reinversio	205.560,0
<b>CAPITAL DE TRABAJO INICIAL</b>			<b>32.068,5</b>	<b>13,5%</b>	Capital de tr	32.068,5
<b>PREOPERACIONALES</b>						
<b>INVERSION TOTAL INICIAL :</b>			<b>237.628,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>TOTAL INVE</b>	<b>237.628,5</b>

# ESTRUCTURA CAPITAL

Capital propio	30,00%	71.288,5
Capital financiado	70,00%	166.339,9
Suma:	100,00%	237.628,5

## TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuota Variable						
MEDIANO PLAZO						
Intereses	19.129,09			Comprobaciones		
CAPITAL	166.339,93	Amortizacion	S/.166.339,9	166.339,93		
INTERES	11,5%	Intereses	S/.61.530,6	61.530,61		
PLAZO	5,00	Cuotas	227870,54	227.870,54		
GRACIA			O.K.			
CUOTA:	S/.45.574,11					
MEDIANO PLAZO				CONSOLIDADO		
año	Principal	intereses	cuota mediano plazo	Principal	intereses	Cuota Total
1	26.445,02	19.129,09	45.574,11	26.445,02	19.129,09	45.574,11
2	29.486,19	16.087,92	45.574,11	29.486,19	16.087,92	45.574,11
3	32.877,11	12.697,00	45.574,11	32.877,11	12.697,00	45.574,11
4	36.657,97	8.916,14	45.574,11	36.657,97	8.916,14	45.574,11
5	40.873,64	4.700,47	45.574,11	40.873,64	4.700,47	45.574,11

# BALANCE GENERAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORTO PLAZO	
Caja Bancos	32.068,47		166.339,93
ACTIVO FIJO		203.780,00	
Maquinaria y equipo	92.880,00		
Construcciones e instalaciones	92.000,00		
Muebles y enseres	18.900,00		
ACTIVOS DIFERIDOS		PATRIMONIO	
	1.780,00	Capital social :	71.288,54
	280,00		
	1.500,00		
TOTAL ACTIVO	237.628,47	TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO :	237.628,47

# ESTADO DE RESULTADOS

## ESTADO PROFORMA DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

### ESTADO DE RESULTADOS DOLARES

CONCEPTO/AÑO:	UNO		DOS		TRES		CUATRO		CINCO	
		%		%		%		%		%
<b>(+) Ingreso por ventas netas</b>	<b>532.686,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>542.351,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>551.804,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>560.997,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>569.873,5</b>	<b>100,0%</b>
(-) Costos de Ventas	432.869,2	81,3%	437.479,4	80,7%	448.394,0	81,3%	462.150,0	82,4%	468.186,8	82,2%
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>99.817,0</b>	<b>18,7%</b>	<b>104.872,1</b>	<b>19,3%</b>	<b>103.410,7</b>	<b>18,7%</b>	<b>98.847,2</b>	<b>17,6%</b>	<b>101.686,7</b>	<b>17,8%</b>
(-) Gastos administrativos	11.520,0	2,2%	11.901,2	2,2%	12.013,1	2,2%	12.126,0	2,2%	12.240,0	2,1%
(-) Gastos de ventas	18.377,0	3,4%	18.377,0	3,4%	18.377,0	3,3%	18.377,0	3,3%	18.377,0	3,2%
<b>(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACION</b>	<b>69.920,0</b>	<b>13,1%</b>	<b>74.593,9</b>	<b>13,8%</b>	<b>73.020,6</b>	<b>13,2%</b>	<b>68.344,2</b>	<b>12,2%</b>	<b>71.069,7</b>	<b>12,5%</b>
(-) Gastos financieros	19.129,1	3,6%	16.087,9	3,0%	12.697,0	2,3%	8.916,1	1,6%	4.700,5	0,8%
(-) Otros egresos	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%
(+) Otros ingresos		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%
<b>(=) Utilidad antes de participacion</b>	<b>50.790,9</b>	<b>9,5%</b>	<b>58.506,0</b>	<b>10,8%</b>	<b>60.323,6</b>	<b>10,9%</b>	<b>59.428,1</b>	<b>10,6%</b>	<b>66.369,2</b>	<b>11,6%</b>
(-) 15 % participacion de trabajadores	7.618,6	1,4%	8.775,9	1,6%	9.048,5	1,6%	8.914,2	1,6%	9.955,4	1,7%
<b>(=) utilidad antes impuesto a la renta</b>	<b>43.172,3</b>	<b>8,1%</b>	<b>49.730,1</b>	<b>9,2%</b>	<b>51.275,1</b>	<b>9,3%</b>	<b>50.513,8</b>	<b>9,0%</b>	<b>56.413,8</b>	<b>9,9%</b>
(-) Impuesto la renta 25%	10.793,1	2,0%	12.432,5	2,3%	12.818,8	2,3%	12.628,5	2,3%	14.103,5	2,5%
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>32.379,2</b>	<b>6,1%</b>	<b>37.297,6</b>	<b>6,9%</b>	<b>38.456,3</b>	<b>7,0%</b>	<b>37.885,4</b>	<b>6,8%</b>	<b>42.310,4</b>	<b>7,4%</b>
<b>Reserva legal (10% utilidad)</b>	<b>3.237,9</b>		<b>3.729,8</b>		<b>3.845,6</b>		<b>3.788,5</b>		<b>4.231,0</b>	

# INGRESOS DEMANDA

	PRODUCCION / INGRESOS TOTALES		
	Cantidad de PRODUCTOS o SERVICIOS que comercializa cada año:		
PRODUCTOS O SERVICIOS POR CADA AÑO	LECHE PASTEURIZADA ( LITROS )	QUESOS ( KILOGRAMO )	YOGURT ( LITROS )
UNO	827.006,0	1.867,0	101.518,0
DOS	842.606,0	1.985,0	102.924,0
TRES	857.760,0	2.107,0	104.348,0
CUATRO	872.371,0	2.234,0	105.791,0
CINCO	886.333,0	2.367,0	107.252,0
SEIS	899.528,0	2.505,0	108.732,0
SIETE	931.281,3	2.593,4	112.570,2
OCHO	964.155,6	2.685,0	116.544,0
NUEVE	998.190,3	2.779,8	120.658,0
DIEZ	1.033.426,4	2.877,9	124.917,2
<b>Unidades</b>			
Venta local %	99%	99%	99%
Venta internacional %			
Desperdicios %	1%	1%	1%
Precio unitario local	0,53	1,23	0,96
Precio unitario internacional			

# FLUJO DE FONDOS

Nº	CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1	+ ingresos de la operación		532.686,20	542.351,47	551.804,71	560.997,17	569.873,52	578.371,57	598.788,09	619.925,31	641.808,67	780.094,52
2	- costo de operación		443.612,20	448.603,59	459.630,08	473.498,98	479.649,84	497.515,13	511.418,42	525.869,18	545.147,09	560.630,00
3	- depreciación		18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00
4	- amortización		356,00	356,00	356,00	356,00	356,00	-	-	-	-	-
5	- pago intereses por los créditos recibidos		19.129,09	16.087,92	12.697,00	8.916,14	4.700,47	-	-	-	-	-
6	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS		50.810,91	58.525,97	60.343,62	59.448,05	66.389,21	62.078,44	68.591,67	75.278,13	77.883,59	200.686,52
7	- participación de trabajadores 15% de la utilidad		7.621,64	8.778,89	9.051,54	8.917,21	9.958,38	9.311,77	10.288,75	11.291,72	11.682,54	30.102,98
8	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		43.189,27	49.747,07	51.292,08	50.530,85	56.430,83	52.766,68	58.302,92	63.986,41	66.201,05	170.583,54
9	- impuesto a la renta 25%		10.797,32	12.436,77	12.823,02	12.632,71	14.107,71	13.191,67	14.575,73	15.996,60	16.550,26	42.645,89
10	UTILIDAD/PERDIDA NETA		32.391,95	37.310,30	38.469,06	37.898,13	42.323,12	39.575,01	43.727,19	47.989,81	49.650,79	127.937,66
11	+ utilidad venta de activos											
12	- impuesto a la utilidad en venta de activos											
13	+ ingresos no gravables											
14	- costo de operación no deducibles											
15	+ valor en libros de los activos vendidos											
16	+ depreciación	-	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00	18.778,00
17	+ amortización											
18	+ amortización activos diferidos		356,00	356,00	356,00	356,00	356,00					
19	- valor de la inversión	205.560,00	-	-	-	-	60.000,00	-	-	-	-	111.780,00
20	- capital de trabajo	32.068,47	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21	+ recuperación del capital de trabajo											32.068,47
22	+ crédito recibido	166.339,93	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23	- pago del capital ( amortización del principal)		26.445,02	29.486,19	32.877,11	36.657,97	40.873,64	-	-	-	-	-
24	FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	<b>-71.288,54</b>	25.080,94	26.958,11	24.725,95	20.374,16	-39.416,52	58.353,01	62.505,19	66.767,81	68.428,79	67.004,13
	FLUJO DE FONDOS PURO =(año uno a año diez:)		-46.207,60	26.958,11	24.725,95	20.374,16	-39.416,52	58.353,01	62.505,19	66.767,81	68.428,79	67.004,13



# CAPITULO 6: EVALUACIÓN FINANCIERA



- INDICES

DE

EVALUACIÓN

# TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

1.

La fórmula empleada para el cálculo de la T.I.R., es la siguiente:

$$0 = -Inv.Inicial + \frac{FA1}{(1+TIR)^1} + \frac{FA2}{(1+TIR)^2} + \frac{FA3}{(1+TIR)^3} + \frac{FA4}{(1+TIR)^4} + \frac{FA5}{(1+TIR)^5}$$

T.I.R. = 35,34%

TASA	VAN	TIR%
5,34%	196.891,0	
25,34%	28.770,0	
30,34%	12.292,8	
35,34%	0,00	35,34%
40,34%	(9.373,5)	
45,34%	(16.669,2)	
65,34%	(34.172,0)	

# TMAR

Tasa Minima Aceptable de Rendimiento			
FINANCIAMIENTO :	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
APORTE DE ACCIONISTAS/EMPRESARIOS	30%	15,0%	4,5%
CREDITO	70%	11,5%	8,1%
TMAR GLOBAL *1/			12,6%

# Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR):

Año	FLUJO FONDOS	EL HORIZONTE DEL PROYECTO Y LA		
		VARIACION DE LA TIR %	VAN (Act.= TMAR)	TIRM % (Reinversion de flujos)
0	-71.288,54			
1	25.080,94	-23,45%		
2	26.958,11	-18,45%		
3	24.725,95	3,80%	(\$10.380,27)	7,64%
4	20.374,16	14,15%	\$2.316,63	14,52%
5	-39.416,52	14,00%	(\$19.508,19)	8,41%
6	58.353,01	17,55%	\$9.198,97	15,24%
7	62.505,19	26,33%	\$36.520,03	18,89%
8	66.767,81	30,98%	\$62.450,06	20,92%
9	68.428,79	33,70%	\$86.061,88	21,99%
10	67.004,13	35,34%	\$106.604,06	22,47%
	TASA DE INTERES Activa	11,50%		
	TASA DE REINVERSION	15,00%		
	<b>TMAR</b>	<b>12,55%</b>		

Valor Actual Neto

VAN 0

# VALOR ACTUAL

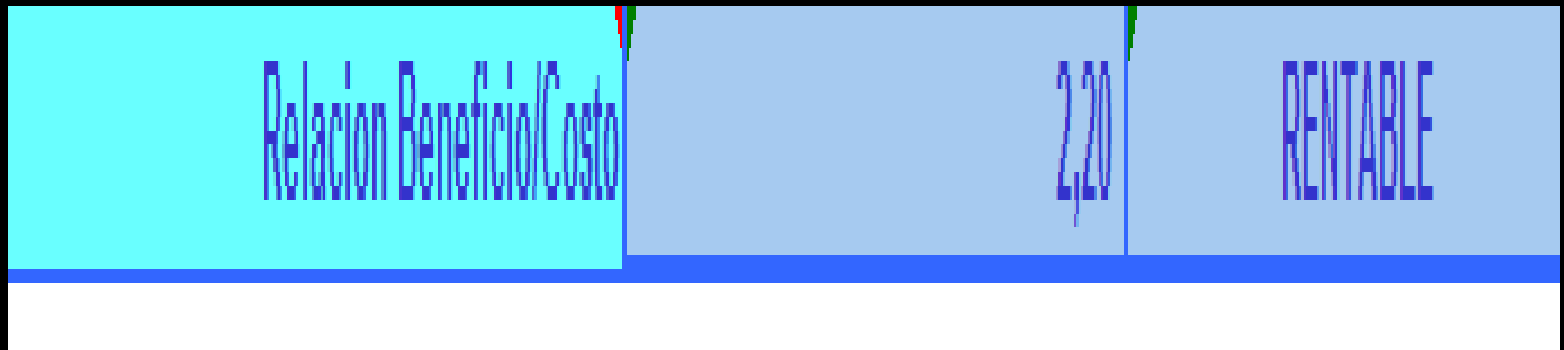
Año	FLUJO FONDOS	EL HORIZONTE DEL PROYECTO Y LA		
		VARIACION DE LA TIR %	VAN (Act.= TMAR)	TIRM % (Reinversion de flujos)
0	-71.288,54			
1	25.080,94	-23,45%		
2	26.958,11	-18,45%		
3	24.725,95	3,80%	(\$10.380,27)	7,64%
4	20.374,16	14,15%	\$2.316,63	14,52%
5	-39.416,52	14,00%	(\$19.508,19)	8,41%
6	58.353,01	17,55%	\$9.198,97	15,24%
7	62.505,19	26,33%	\$36.520,03	18,89%
8	66.767,81	30,98%	\$62.450,06	20,92%
9	68.428,79	33,70%	\$86.061,88	21,99%
10	67.004,13	35,34%	\$106.604,06	22,47%

CUADRO REFERENCIAL PARA CONTROL DEL AVANCE: Criterios de evaluacion		
Criterios de Evaluacion del Proyecto	VALORES	EVALUACION
Relacion Beneficio/Costo	2,20	RENTABLE
Valor Presente Neto: VAN	106.604,06	RENTABLE
TIR% =	35,34%	RENTABLE
<b>Criterio/Evaluacion general : Justifica financiamiento</b>		

## ANALISIS DE SENSIBILIDAD

<b>RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES:</b>				
<b>CONCEPTOS:</b>	<b>Variacion %</b>	<b>TIR %</b>	<b>VAN</b>	<b>EVALUACION</b>
Aumento de costos	5%		-101,068.4	Sensible
Disminucion de ingresos	-5%		-107,116.1	Sensible
<b>Disminucion ingresos y aumento de costos simultaneamente</b>			-329,138.7	Sensible
Aumento a la M.O.D.	5%	39.78%	118,229.5	No sensible
Aumento al personal	5%	38.72%	113,883.8	No sensible
Aumento de materia prima	5%		-77,798.5	Sensible
Aumento en Suminis. Servicios	5%	40.30%	120,288.6	No sensible
<b>Normal</b>		<b><u>40.46%</u></b>	<b><u>120,954.2</u></b>	<b>RENTABLE</b>
<b>TMAR:Tasa minima aceptable de rendimiento del proyecto</b>		<b>14.86%</b>		
<p><b>No sensible</b> = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variacion en el factor critico considerado</p> <p><b>Sensible</b> = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores de mercado (precios).</p>				
<b>El proyecto es mas sensible a una disminucion de ingresos que al aumento de costos</b>				

# RELACIÓN COSTO BENEFICIO



- El proyecto es aceptable debido a que la relación beneficio costo de la FÁBRICA DE LÁCTEOS , determina que los beneficios generados dentro del período de análisis son mayores a los costos es decir, se tiene un excedente de un dólar con veinte centavos por cada dólar que se gaste.

# PERIODO DE RECUPERACIÓN

- “El período de recuperación de la inversión es un criterio de evaluación mediante el cual se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial”.<sup>3</sup>
- EN NUESTRO PROYECTO ES DE 5,82 años.

ITEM	RECOMENDACION	VALOR	RESULTADO
(Tasa Interna de Retorno) TIR% =	$Tir\% \geq TMAR\%$	35,34%	O.K.
(Valor Actual Neto) VAN =	$VAN \geq 0$	106.604,06	O.K.
(Coeficiente Beneficio Costo) CBC =	$IngAct/EgreAct > 1$	1,03	O.K.
Periodo de recuperacion de la Inversion Inicial : Repago =	$X Vida Util > PRI$	5,82	O.K.
( Relacion Beneficio/Costo) R/B/C =	$\sum FFAct/InvInicla > 1$	2,20	O.K.
TMAR DEL PROYECTO =		12,55%	



# ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES:				
CONCEPTOS:	Variacion %	TIR %	VAN	EVALUACION
Aumento de costos	5%		-48.128,3	Sensible
Disminucion de ingresos	-5%		-53.458,5	Sensible
Disminucion ingresos y aumento de costos simultaneamente			-208.190,9	Sensible
Aumento a la M.O.D.	5%	33,68%	98.823,2	No sensible
Aumento al personal	5%	30,20%	83.003,6	No sensible
Aumento de materia prima	5%	12,68%	640,5	No sensible
Aumento en Suminis.Servicios	5%	34,59%	103.353,6	No sensible
<b>Normal</b>		<b>35,34%</b>	<b>106.604,1</b>	<b>RENTABLE</b>
TMAR:Tasa minima aceptable de rendimiento del proyecto		12,55%		

**No sensible** = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variacion en el factor critico considerado

**Sensible** = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores de mercado(precios).

El proyecto es mas sensible a una disminucion de ingresos que al aumento de costos



# CONCLUSIONES

- “
- La actividad ganadera y agrícola es una de las actividades más predominantes en la provincia de Cotopaxi y Tungurahua, lo que le genera a estas provincias muy buenos ingresos.
- 
- Con un respaldo del estudio de mercado se determinó que la Parroquia Antonio José Holguín sector Santa Lucía cantón Salcedo es un sitio óptimo para implantar una fábrica de lácteos.
- 
- Nuestra fábrica de lácteos aplicará como estrategia de mercado la mezcla de mercadotecnia como son las 4 P`s: Producto, Precio, Plaza y Promoción y como estrategia de introducción se aplicará una gran variedad de políticas de promoción y publicidad.

# CONCLUSIONES

- Dentro del estudio técnico se estableció la macro localización y la micro localización, en la cual se llegó a definir que la nueva empresa va estar ubicada en la ciudad de Salcedo en el sector de Santa Lucía.
- 
- La fábrica tiene una base filosófica, estructura organizacional, y funcional adecuada que para alcanzar una imagen de solidez y fortaleza.
- 
- La inversión para este proyecto es de \$ 237.628,50 de lo cual \$ 71.288,50 pertenece a capital propio y \$ 166.339,90 pertenece a financiamiento, el cual será adquirido en una institución financiera a una tasa de interés en función de su destino.
-

# CONCLUSIONES

- El TIR es de 35,34% lo que demuestra que es un proyecto factible en razón de que esta tasa es mayor que el costo de oportunidad.
- La inversión de este proyecto se recuperaría en 5,82 años.

# RECOMENDACIONES

- 
- Se recomienda aprovechar la ventaja de que la provincia de Cotopaxi es una de las provincias netamente agrícolas y ganaderas para desarrollar este tipo de proyectos lo que generarían numerosas fuentes de trabajo.
- 
- Se recomienda realizar un estudio de mercado efectivo que permita determinar los requerimientos y necesidades de los futuros clientes y consumidores y en base a esto se determinará el inicio de la factibilidad acertada de un proyecto, que en nuestro caso se sugiere que se esta inversión en la parroquia Antónío José Holguin.
- 
- Se recomienda que en la ejecución del proyecto, se debe aplicar las estrategias de introducción al mercado para alcanzar con agresividad más del 50% de la demanda insatisfecha en la producción y venta de productos lácteos.

# RECOMENDACIONES

- 
- La obtención y análisis de los datos estadísticos son muy indispensables en la creación de una empresa, por lo que se recomienda su aplicabilidad para una proyección acertada de la producción y venta de productos lácteos.
- 
- La creación de la Fábrica de Lácteos Santa Lucía debería ser ejecutada por ser proyecto con gran probabilidad de éxito.
- 
- Se recomienda tener un apoyo logístico oportuno y constante, a fin de que exista una excelente retroalimentación y optimización en la entrega de la leche cruda en razón de que es un producto muy delicado en su manipulación.

# RECOMENDACIONES

- En la ejecución del proyecto se debe tener como base y difundir a la organización su direccionamiento filosófico, su estructura y sus funciones por que esto permitirá un desarrollo exitoso.
- 
- Las estrategias de marketing (promoción y publicidad) deberán difundir el slogan de la empresa, para llegar a la mente del cliente y consumidor.
- 
- La inversión del proyecto tiene capital propio y de terceros, por lo tanto se recomienda que en la obtención de la fuente de financiamiento de terceros se trate de obtener la tasa de interés más rentable.
- 
- Según los indicadores financieros obtenidos se recomienda la aplicación del presente proyecto.
- 
-