UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA SOCIAL, JURÍDICA Y ADMINISTRATIVA

MODALIDAD ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Titulo:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autor:

LUIS FABRICIO CUENCA VELASCO

Director:

ING. CARLOS RODRÍGUEZ ARMIJOS

Loja - Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN

Ingeniero
Ing. Carlos Rodríguez Armijos
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido, revisado minuciosa y prolijamente el trabajo de tesis titulado **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO,** previo a optar el título de Ingeniero Comercia, del egresado: Luis Fabricio Cuenca *Velasco, autorizando su presentación debido a que el mismo se sujeta a las* normas y reglamentos generales de graduación exigido para la carrera de Administración de Empresas en la Modalidad de Estudios a Distancia.

Loja, febrero del 2013

Ing. Carlos Rodríguez Armijos
Director de Tesis

AUTORÍA

Yo Luis Fabricio Cuenca Velasco declaro ser autor(a) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Luis Fabricio Cuenca Velasco

FIRMA: .....

CÉDULA: 0703957522

FECHA: Loja, Septiembre de 2013

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

Yo, Luis Fabricio Cuenca Velasco declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO** Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERO COMERCIAL**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de Septiembre del dos mil trece, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTORA: Luis Fabricio Cuenca Velasco
CÉDULA: 0703957522
DIRECCIÓN: Piñas calle Juan José Loaiza y José Joaquin de Olmedo
CORREO ELECTRÓNICO: fabricuenca@hotmail.es
TELÉFONO: 2975265 CÉLULAR: 0989913789

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carlos Rodríguez Armijos

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Lolyta Hualpa Lima	**(Presidente)**
Ing. Galo Salcedo López	**(Vocal)**
Ing. Luis Quizhpe Salinas	**(Vocal)**

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por haberme permitido culminar mis estudios en tan prestigio centro de estudios, especialmente a los Directivos de la Modalidad de Estudios a Distancia, así como a la carrera de Ingeniería Comercial, al personal docente y de manera especial al Ing. Carlos Rodríguez Armijos que en su calidad de DIRECTOR del presente trabajo de investigación, me impartió desinteresadamente sus conocimientos permitiendo culminar con éxito el presente proyecto.

El Autor

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres Luis y Yolanda por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

Quienes contribuyeron con su abnegación, sacrificio y desvelos; me supieron enrumbar por el camino del bien y el saber.

A mi querida esposa Xismenia y con especial aprecio a mis hijos Fabrizzio David y Anahí Stefanía que son mi apoyo, pilar, comprensión, paciencia y cariño, que me dieron la suficiente fuerza para llegar a la meta propuesta profesional.

A mis queridos abuelitos (+) que cuando estuvieron a lado me impartieron su cariño, compresión y me supieron guiar por el buen camino para que siga adelante y ahora que están en el cielo con la bendición de Dios llegue a lograr mi meta.

A mis hermanos, a mis tíos, primos, amigos que siempre me han apoyado en los buenos y malos momentos con sus consejos pude seguir adelante y así conseguir lo deseado.

EL AUTOR

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTÓN PIÑAS EN LA PROVINCIA DE EL ORO”

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó en el Cantón Piñas, provincia de El Oro, cuyo objetivo general fue el estudio de factibilidad para creación e implementación de una empresa dedicada a la producción de salchicha de ternera y su comercialización, para lo cual a través de la misma se determinó que se debía utilizar carne fresca y tierna de ternera con la finalidad de ofertar el producto en óptimas condiciones.

Para el estudio de mercado se aplicó una encuesta a 377 familias distribuidas equitativamente en la zona geográfica y 31 entrevistas a los expendedores de embutidos que están legalmente registrados determinándose que existe una Demanda potencial de 6.385 familias; una Demanda real de 5.810 familias y una Demanda efectiva de 611.468 libras de salchicha de ternera. Una Oferta de 26.676 libras al año, cantidad que resulta insuficiente debido a que existe una demanda insatisfecha de 585.792 libras de salchicha al año. Además la técnica de la observación permitió determinar la macro y micro localización de la empresa en el Cantón Piñas cerca de la vía de salida a la costa, observando la gran oportunidad de comprar la materia prima en el mismo lugar por la cercanía al camal municipal, lo que garantizará la disponibilidad de materia prima, facilidad de acceso para los consumidores, disposición de transporte, servicios básicos e infraestructura, por lo que se estableció que la ubicación más favorable de la empresa es en un barrio periférico de la ciudad por su fácil acceso para oferentes y consumidores, cuya dirección es: Vía la Independencia y Miguel

Sangurima. La empresa dispondrá de 5 empleados operativos lo que le permitirá cubrir las necesidades de los potenciales consumidores.

La demanda insatisfecha muestra el gran potencial que existe en el cantón Piñas para la colocación del producto, mostrando los siguientes resultados: Para el año uno de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de 585.792 libras, de los cuales la empresa estará en capacidad de producir 43.680 libras, que representan la capacidad utilizada, trabajando las maquinas únicamente el 75% de su capacidad para obtener productos de óptima calidad y a precios muy competitivos.

En la Ingeniería del proyecto se diseñaron los diagramas de proceso, la operatividad y gestión, los requerimientos técnicos de equipos, maquinarias, instalaciones, muebles y enseres de oficina así como el estudio organizacional y administrativo, llegándose a determinar que debería ser de responsabilidad limitada e implementándose la estructura orgánico-funcional para los niveles directivo, ejecutivo, legislativo, asesor, auxiliar y operativo, así como un Manual de funciones y los organigramas estructural y funcional que sirvieron de base para efectuar una excelente organización.

Para la implementación del proyecto la inversión requerida es de $ 29.838,50, cuyo capital propio es de $ 9.838,50 y un crédito al Banco de Fomento de $ 20.000 dólares a 5 años plazo.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: El Valor Actual Neto, **VAN** en el presente proyecto nos da un valor de $ 478.506,72, que es

un satisfactorio para su realización.

La Tasa Interna de Retorno, **TIR** es del 22,29%, que es un valor satisfactorio para el proyecto. La relación **Beneficio-costo** es de $ 1,20, lo que significa que por cada dólar invertido tendrá una recuperación de $ 0,20 centavos de dólar. El **Periodo de Recuperación del Capital** es de un año, un mes y 25 días. Los valores de **Sensibilidad** son menores a uno y no afectan al proyecto. Los cambios en los costos e ingresos incrementados en el 62,50% y decrementados en el 30%, respectivamente señalan que el proyecto no es sensible a dichos cambios.

En el desarrollo del proyecto se utilizó el método científico para mediante la investigación bibliográfica enlazar la teoría con la práctica garantizando así la certeza del mismo, estableciendo con ello la organización y administración de la empresa cuya razón social será: Industria Alimenticia González, Cárnicos y Embutidos, C. Ltda.

Se utilizó también el método analítico para analizar y comparar los datos proporcionados por la encuesta y la entrevista.

A través del método deductivo se estableció el tamaño de la muestra, la demanda real y potencial del producto a través de datos reales. El método inductivo me permitió formular conclusiones y recomendaciones para la puesta en marcha del proyecto, llegándose a establecer que la inversión es rentable para la empresa debido a que el porcentaje de utilidad se ha considerado únicamente en el 20%, por cuanto existe una gran cantidad de

expendedores que ofertan este tipo de producto, pero fabricado fuera del lugar seleccionado para el montaje de la empresa.

SUMMARY

The present research was conducted in the Canton Piñas, province of El Oro, whose overall objective was to study the feasibility of creating and implementing a company dedicated to the production of veal sausage and marketing , for which through it was determined that it should use fresh meat and tender beef in order to offer the product in good condition.

For market study surveyed 377 families distributed equally in the geographical area and 31 interviewing dispensers are legally registered sausages determined that there is a potential demand of 6,385 families , a real demand 5,810 families and effective demand 611,468 pounds of beef sausage . An offer of 26,676 pounds per year , an amount that is insufficient because there is an unmet demand for 585,792 pounds of sausage a year. Furthermore, the observation technique allowed to determine the macro and micro business location in Canton Piñas near the exit ramp to the shore , watching the great opportunity to buy the raw material at the same location for proximity to local slaughterhouse , which will ensure the availability of raw materials, ease of access for consumers , available transportation, utilities and infrastructure , so it was established that the most favorable location of the company is in a suburb of the city for easy access for providers and consumers , whose address is: Via Independence and Miguel Sangurima . The company will have 5 operating employees allowing you to meet the needs of potential consumers .

The unmet demand shows the great potential that exists in the canton

Pineapples for product placement, showing the following results: For one year life of the project the unmet demand is 585,792 pounds, of which the company will be able to produce 43,680 pounds, representing capacity utilization, working the machines only 75 % capacity for high quality products and competitive prices.

In the designed project engineering process diagrams , the operation and management , the technical requirements of equipment, machinery , plant , furniture and office equipment as well as organizational and administrative study , reaching determine which should be limited and implemented organic structure -functional management levels , executive, legislative , advisory and operational side as well as a manual functions and structural and functional organization charts which served as basis for an excellent organization .

To implement the project the investment required is $ 29,838.50, which is capital of $ 9,838.50 and a credit to the Development Bank of $ 20,000 5-year term.

The financial evaluation shows the following results: Net Present Value, NPV in this project gives us a value of $ 478,506.72, which is a satisfactory implementation.

The Internal Rate of Return, IRR is 22.29%, which is a satisfactory value for the project. The benefit - cost ratio is $ 1.20, which means that for every dollar invested will have a recovery of $ 0.20 cents. The Capital Recovery Period is one year, one month and 25 days. Sensitivity values are less than

one and not affect the project. The changes in costs and revenues increased by 62.50% and decremented in 30%, respectively indicate that the project is not sensitive to such changes.

In the project development scientific method was used for library research by linking theory with practice ensuring the certainty of it, thus establishing the organization and administration of the company whose name is: González Food Industry, Meat and Sausages, C. Ltd.

Was also used analytical method to analyze and compare data from the survey and interview.

Through deductive method established the sample size, actual and potential demand of the product through real data . The inductive method allowed me to formulate conclusions and recommendations for the implementation of the project , reached a conclusion that the investment is profitable for the company because the profit percentage has been considered only in the 20 % , because there is a lot of retailers that offer this type of product but manufactured outside of the selected place for installation of the company.

c. INTRODUCCIÓN

El Cantón Piñas, ubicado en la Provincia de El Oro, es un lugar muy productivo, de carácter agrícola, dedicado a la ganadería, que no solo sirve para la elaboración de productos lácteos para el consumo de sus habitantes, sino también para la fabricación de productos cárnicos de excelente calidad, tal es el caso de la salchicha de ternera que es muy nutritiva y saludable, razón por la que se ha propuesto la implementación de una empresa dedicada a su elaboración utilizando como materia prima la carne de ternera de los vacunos del medio, lo que constituye una excelente ventaja. Otra ventaja es que su producción no solo servirá para el consumo interno, sino que podrá ser vendida en los cantones de la parte alta de la provincia, tal es el caso de Portovelo, Zaruma y Atahualpa, por su proximidad al lugar, lo que contribuirá al mejoramiento de la economía de sus habitantes, sus hábitos de consumo y al aprovechamiento de los recursos propios del lugar, razones más que suficientes por las que se planteó su factibilidad.

Otra de las grandes primacías con las que cuenta el proyecto es que al ser el lugar productor de la materia prima, el ganado vacuno, se facilita su comercialización a costos más bajos, dando la oportunidad para que la empresa obtenga una excelente rentabilidad, conforme se lo comprueba en la evaluación financiera practicada al proyecto.

El propósito del presente proyecto de investigación es realizar el estudio de factibilidad para que a través de la información obtenida sobre el mercado, proceso de producción, determinación de costos e ingresos, el estudio

técnico y la evaluación financiera permita la toma de decisiones sobre la inversión y puesta en marcha con el mayor grado de certeza y el menor riesgo posible.

En la metodología (literal e) se hace referencia a la utilizaron de los métodos científico, descriptivo, analítico- sintético, inductivo-deductivo, estadístico y las técnicas de observación directa, entrevista y encuesta que permitieron determinar la demanda insatisfecha, la oferta, el tamaño y localización de la empresa, su organización jurídica y administrativa, la factibilidad económica y la rentabilidad. De igual manera se realizó el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero, las características del producto y la comercialización del mismo. El estudio técnico detalla el tamaño y localización de la empresa, capacidad de producción y lo concerniente al proceso productivo y mediante la evaluación financiera se determinó la factibilidad para la creación de la empresa.

Efectuado el estudio en su totalidad se llegó a concluir (literal h) y recomendar (literal i) a cerca de la oportunidad de invertir en su puesta en marcha a partir del análisis de los resultados, la discusión y el marco teórico conceptual y en general de todo el proceso investigativo, por lo que se ha considerado oportuno desarrollar la presente propuesta denominada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTON PIÑAS , EN LA PROVINCIA DE EL ORO”,** a través del cual se plantearon los siguientes objetivos:

Realizar el estudio de mercado incluida el plan de comercialización, en el cual se analiza la demanda, oferta y demanda insatisfecha del producto que se pretende ofertar a la ciudadanía del cantón Piñas.

Efectuar el estudio técnico para determinar la capacidad instalada y utilizada, la demanda insatisfecha, el tamaño y localización apropiada así como la ingeniería del proyecto para ajustar los recursos físicos para las estimaciones de producción.

Ejecutar el estudio organizacional para determinar el tipo de organización jurídica y administrativa de la empresa, la razón social y un Manual de Funciones para cada uno de los puestos del personal a utilizar en la empresa.

Realizar el estudio financiero para ordenar y sistematizar la información económica y monetaria para a través de los presupuestos establecer la inversión en el proyecto.

Mediante la realización del Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional, Estudio Financiero y la Evaluación Financiera se determinó su factibilidad de inversión desde el punto de vista económico y financiero.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO TEORICO

PROYECTO

Un proyecto es el conjunto de actividades que desarrolla una **persona** o una entidad, para alcanzar un determinado **objetivo**. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada. Es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido.

La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto. Consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo, y es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial o se agotan los recursos disponibles. La definición más tradicional "es un esfuerzo planificado, temporal y único, realizado para crear productos o servicios únicos que agreguen valor o provoquen un cambio beneficioso. Esto en contraste con la forma más tradicional de trabajar, en base a

procesos, en la cual se opera en forma permanente, creando los mismos productos o servicios una y otra vez".

PROYECTO DE INVERSION

Un proyecto de Inversión es: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del incremento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo[1].

Es también el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual una persona decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener una mayor rentabilidad a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

Etapas de un Proyecto de Factibilidad

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas: Idea, Pre inversión, Inversión y Operación

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, más que una

[1] **Colin F.Bruce, 1982.**

ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

La etapa de preinversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, prefactibilidad y factibilidad.

El nivel **perfil**, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia. En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel **prefactibilidad** se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de **factibilidad** y constituye la culminación de los estudios de perversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la

necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económicas sean las más ventajosas para el país. Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad de un proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero.

ESTUDIO DE MERCADO

"Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización".[2]

Mercado.- El mercado puede ser un lugar físico y también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos.[3]

Producto.- "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos".[4]

---

[2]Randall Geoffrey . Principios de Marketing. Segunda Edición, , Pág. 120. 2010
[3] Revista emprendedores
[4] P. Bonta y M. Farber.199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, , Grupo Editorial Norma, Pág. 37.

Precio.-Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el **precio** es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”[5]

Plaza.- “La **distribución** es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean”. [6]

Publicidad.- La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

Promoción.- "La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

---

[5]Kotler y Armstrong . Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, , Prentice Hall, Pág. 353.
[6]BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.

DEMANDA

“Conjunto de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios, manteniéndose constantes el resto de las variables”.[7]

Demanda efectiva.- O real, es aquella que se expresa en las unidades realmente adquiridas por el mercado en un lapso de tiempo dado; dicha demanda efectiva suele ser mejor indicador del grado de logro de resultados en la empresa

Demanda total.- La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Demanda potencial.- La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

Demanda actual.- Consiste en determinar en cifras, las cantidades y precios de los productos iguales o similares que se consumen (incluida la demanda insatisfecha)

Demanda insatisfecha.- Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto. Existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

---

[7]http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm

Proyección de la demanda.- Se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable pueda tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien "Z" actuaran de igual manera en el futuro.

OFERTA

Tiene relación con el comportamiento de los productores, o vendedores. Refleja la disposición que tienen de ofrecer bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio.

Análisis de la oferta.- El análisis de la oferta tiene como objetivo, en primer lugar conocer las condiciones en las que se producen bienes o servicios iguales o similares a los que serán producidos por el proyecto; y en segundo lugar, dimensionar la demanda insatisfecha futura y la franja del mercado que será atendida por el proyecto.

Proyección de la oferta.- Estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

Oferta global.- Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.

ESTUDIO TÉCNICO

Corresponde analizar lo concerniente al Tamaño y Localización del proyecto, se determinará la capacidad instalada y utilizada de la maquinaria y equipos, la micro y macro localización de la empresa a instalarse. Otro punto a analizar dentro del estudio técnico está la ingeniería del proyecto que enfocará todos los aspectos relacionados a procesos productivos, materia prima requerida, distribución de la planta en el espacio físico, etc.

Tamaño y Localización

Tamaño

Es la producción normal del conjunto de equipos instalados, con relación a la unidad de tiempo.

"Capacidad instalada.- Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar a ése nivel máximo de producción.

Capacidad utilizada.- Significan los porcentajes a los que trabajará la planta productora, es decir, la utilización de la capacidad de operación a la cual trabajará la maquinaria y equipo existentes.". [8]

"Tamaño de proyecto-demanda.- Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay suficiente demanda la empresa tendrá

[8]NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**., México D.F., Diciembre., 1968. Pág. 17

mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

Tamaño de proyecto-suministros e insumos.- Teniendo una cantidad significante demanda es lógico que la empresa requiera de suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un buen programa de producción.

Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.- Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiado cara y sofisticada y en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

Tamaño de proyecto-financiamiento.- La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para endeudarse en cualquier maquinaria, debe hacerlo con las condiciones más convenientes de pago que le puedan ofrecer las entidades financieras.

Tamaño de proyecto-organización.- Es de suma importancia contar con el personal adecuado para la empresa, no se puede contratar personal excesivamente caro en caso de no necesitarlo, ni tampoco se puede contratar personal incapaz por el solo hecho del costo de la mano de obra que implicaría”. [9]

[9] Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 31-32.

Localización

El estudio de la localización del proyecto o de la planta, define claramente cuál es el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima será aquella que permita tener una máxima producción, maximizando los beneficios y reduciendo a lo mínimo posible los costos.

Fuerzas Locacionales.- Son factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores

Factores de Localización.- Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo esta evaluación son: **geográficos, institucionales, sociales y económicos.**

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico.

El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza

Proceso de producción.- Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. En él se enlazan la maquinaria, la materia prima y recurso humano para realizar el proceso.

“Diagrama de flujo.- Esquema expresado por medio de símbolos y líneas que conectan entre sí.) a la estructura y secuencia general de operaciones de una actividad o programa (diagrama de flujo del programa); b) o al sistema de procesamiento (diagrama de flujo del sistema). [10]

Equipo e instalaciones.- “El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración reproducción y / o servicios de la empresa”. [11]

Distribución de la planta.- Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

Es importante encontrar la mejor ordenación de las áreas de trabajo y de la ubicación del equipo para conseguir el máximo ahorro de espacio, la mayor seguridad y la satisfacción de la fuerza laboral. La distribución de la planta implica la ordenación de espacios requeridos para el manipuleo del personal, almacenamiento, equipos o líneas de producción, maquinaria industrial,

[10] QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos. Pág. 22
[11] Guía Didáctica. Negocios. Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Año 2006. Pág. 89

administración y servicios para el personal, procurando siempre integrar los factores que afecten a la distribución, movimiento de material, circulación de los trabajadores en la planta, utilización efectiva y máxima de todos los espacios, mínimo esfuerzo y seguridad de los trabajadores y flexibilidad en la ordenación para facilitar ajustes o ampliaciones.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

La agrupación de personas con fines de adelantar labores mancomunados, ya sea con fines de lucro o no, se suelen denominar “sociedades”, y que una vez constituida legalmente forman una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados.[12]

Base Legal

Toda empresa para su libre operación, debe cumplir con ciertos requisitos exigidos por la Ley, tales como el Acta constitutiva que da fe de la conformación legal de la empresa y debe contener la razón social, domicilio, objeto de la sociedad, capital social, tiempo de duración, la nómina de los socios fundadores y los nombres de los administradores que responderán por las acciones legales y económicas de la empresa

Estructura organizacional.- Se puede definir como el arreglo e interrelación de las partes componentes y de las posiciones de la compañía.

---

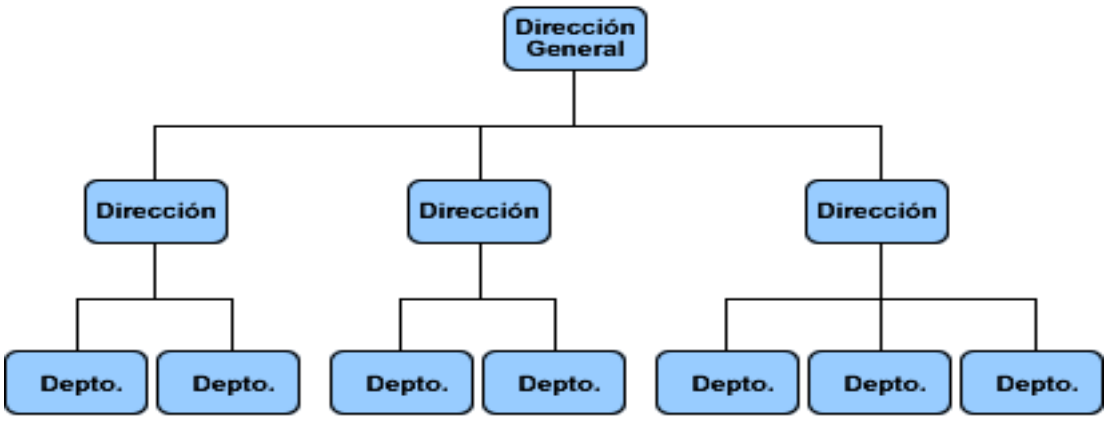
[12]**MIRANDA Juan José,** “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. MB Editores. Bogotá. 1997. 366 Páginas.

Las estructuras sirven como referencia del tamaño de la compañía, de la ubicación de las áreas, de la posición para toma de decisiones, la coordinación de las actividades y se adecua de acuerdo a los diferentes crecimientos de la compañía.

"Niveles jerárquicos.- Son aquellos que responden a un mismo tipo estructural funcional y jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de responsabilidad, en la jurisdicción y en el tamaño de sus unidades.". [13]

Organigrama.-Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio. A continuación se muestra un modelo de organigrama estructura de una empresa.

[13] QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. **Diseño y Evaluación de Proyectos.** Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.



Fuente: Organización de Empresas, de Enrique B. Franklin [2]

Manual de funciones.- es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos ò más de ellas.

ESTUDIO FINANCIERO

Permite declaraciones informativas de la situación económico- financiera que posee la empresa. Por lo tanto, en esta fase se agrupa los instrumentos financieros que nos permitirán determinar la rentabilidad de la gestión empresarial efectuada durante el periodo de producción.

INVERSIÓN

La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

Presupuesto.- El presupuesto es la expresión monetaria de los ingresos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto.

FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

Fuentes internas de financiamiento.- Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto. Los recursos propios pueden destinarse a la Inversión fija, diferida y/o Capital de Trabajo.

Fuentes externas de financiamiento.- Son aquellas que requieren cumplir con requisitos más estratos de garantía real o firma solidaria y al evaluar su costo es más alto.

Usos de fondos.- Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.

“Inversiones fijas.- Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; entre ellas se encuentra los terrenos, construcción de obras civiles, maquinaria y equipo, muebles, vehículos.

Inversiones circulantes.- Son aquellas que dependen del nivel de efectivo de producción de la empresa.[14]

Capital de trabajo.- Es la parte de la inversión orientada a financiar los desfases entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los ingresos generados por la venta de bienes o servicios, que constituyen la razón de ser del proyecto.

Punto de equilibrio.-Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Es el segundo de los Estados financieros principales, muestra los ingresos y gastos dentro de un periodo contable y la diferencia entre estos es la utilidad o pérdida obtenida durante ese periodo. Cuando el resultado es positivo existe ganancia y cuando es negativo existe pérdida.

Balance General.- Es un documento contable sintético obtenido de los datos de los libros contables, muestra los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa, constituye el Estado de situación Inicial o Final, según se lo presente al inicio del periodo contable o al final del mismo.

Depreciación,- Es el desgaste que sufren los activos de la empresa, ya sea por su uso o desgaste o porque entran en estado de obsolescencia.

---

[14]**BACA URBINA, Gabriel,** "Fundamentos de ingeniería económica", Editorial Mc Graw Hill, 1994 México, 305 páginas.

Utilidad.- Margen o incremento sobre el costo unitario del bien o servicio, el mismo que es planificado según se cubra los costos y los precios que tenga la competencia.

COSTOS E INGRESOS

COSTOS

Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

Costo Primo.- Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa.

Gastos de fabricación.- Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación, etc.

Gastos.- Es todo egreso de dinero, usado para pagar la compra de bienes o la prestación de servicios, y que puede estar incluido o no en los costos.

Gastos de administración y ventas.- Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de administración y ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales.

Costos.- Son los gastos que se aplican sobre aquellos rubros que permiten obtener el producto elaborado o servicio final. En un proyecto en general, permiten obtener la realización del mismo y su funcionamiento.

Costos Indirectos.- Son aquellos que no pueden ser directamente identificados con un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

Costos de producción.- Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

Costos Fijos.- Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Costos Variables.- Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

Gastos Financieros.- "Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto". [15]

---

[15]SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975. Pág. 9 -10 – 15 – 16.

INGRESOS

Son estimaciones de dinero que dependen del rigor de estudio de mercado y están sujetos al comportamiento del mercado.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto, utilizando los instrumentos de evaluación financiera que a continuación se detallan:

Valor actual neto (VAN).-Se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida[16].

Fórmula Valor Actual Neto

$$VAN = \sum \frac{BNt}{(1+i)^t} - Io$$

Donde:

VAN = Valor actual neto

BNt = Beneficios netos

Io = Inversión inicial

1 = Constante matemática

[16]Kelety Andrés. Análisis y evaluación de inversiones, 2da Edición, EADA, 1996

i = Tasa de descuento

t = Tiempo.

Tasa interna de retorno (TIR).- Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

Fórmula de la TIR

Formula: $TIR = \sum \frac{BNt}{(1+r)^t} - I_0 = 0$

Donde:

TIR = Tasa interna de retorno

r = Tasa interna de retorno

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

Si la TIR > que costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR = que costo de oportunidad o de capital, la realización de inversión a criterio del inversionista.

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

Período de recuperación de capital (PRC).- Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

Fórmula Periodo de recuperación del capital

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

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C).- Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costo se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.[17]

Fórmula

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

Análisis de sensibilidad del proyecto.- "El análisis de sensibilidad, busca escenarios sobre variaciones que pudiera experimentar el proyecto como resultado en las condiciones originalmente establecidas como bases del proyecto, normalmente se analizan volúmenes y precios de venta que tienen que ver con los niveles de beneficios y por otro lado analiza las variaciones que pueden experimentar los costos de producción e inversiones y los beneficios estimados". [18]

---

[17](Sánchez Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 1998).

[18] Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2007. Pág. 45-46.

Fórmula

Análisis de sensibilidad del proyecto=	$\frac{(VANn-VANe)}{VANe}$

Donde:

VANn = nuevo VAN obtenido

VANe =VAN antes de realizar el cambio en la variable

CARNE VACUNA

Una de las carnes más apreciadas es la de vacuno, hasta el punto de que cuando no se especifica de qué animal es la carne, suele entenderse que se trata de ternera, vaca o buey.

TIPOS DE CARNE DE VACUNO:

Ternera de leche: Define al animal que todavía no ha cumplido el año de vida, concretamente es el menor de 8 meses que ha sido alimentado exclusivamente con leche materna, por lo que el color de su carne es rosáceo, también definida como carne blanca dentro de los tipos de carne de vacuno. Su corta vida y su alimentación hacen también que su carne sea muy tierna, de fácil digestión y que ofrezca un sabor suave y delicado[19].

[19]González D. "Fabricación de embutidos". Atacames.2010 http//.repositorio.utn.edu.ec/…14ª/03%20AGP%2063%20PORTADA

“Ternera: En este caso se puede hablar de macho o hembra y es el animal de entre 8 y 12 meses de edad, con características similares a la anterior, tierna, sabor delicado pero algo más pronunciado, todavía contiene mucha agua y por lo tanto poca grasa.

Añojo: El añojo puede ser también hembra o macho, generalmente son animales de entre 12 y 24 meses de edad. Su carne ha adquirido más sabor, está más desarrollada y continúa siendo tierna y con poca grasa.

Novillo: Macho y hembra de entre 24 y 48 meses, su color es más pronunciado, más rojo, resulta más sabrosa, pero empieza a perder la ternura de las carnes mencionadas antes.

Cebón: Se denomina cebón a la carne del macho castrado con menos de 48 meses. Está quizá poco valorada, pero resulta una carne muy gustosa. Su color es rojo y su carne más prieta.

Vacuno mayor: En esta categoría se encuentra el buey, que es el macho castrado mayor de 48 meses, la vaca, que es la hembra mayor de 48 meses y el toro, que es el macho mayor de 48 meses procedente de lidia. La carne es menos tierna, con más grasa y por lo tanto resulta jugosa. Sus propiedades nutritivas son mayores, aunque en general la carne de vacuno

es un alimento muy nutritivo, que dependiendo del corte, ofrecerá unos valores nutricionales distintos”.[20]

PRODUCTOS CÁRNICOS

Los productos cárnicos son emulsiones o suspensiones coloidales de dos líquidos inmiscibles. Generalmente es una dispersión de un líquido polar en un líquido apolar, el tercer componente es un agente emulsor cuya presencia es necesaria para lograr una emulsión estable [21]

Las emulsiones cárnicas pueden considerarse como dispersiones del tipo grasa en agua formadas por tejido adiposo, tejido muscular, agua, sales inorgánicas y aditivos. Se forman, cuando las proteínas de la carne se han solubilizado en disoluciones salinas, creando una matriz que encapsula los glóbulos de grasa.[22]

Materias primas utilizadas

Las materias primas son aquellas sustancias alimenticias que intervienen en distintas formas en la elaboración de los productos cárnicos las utilizadas son:

Agua.- Es el componente cuantitativamente más importante de los embutidos, ya que constituye el 45-55% del embutido. La cantidad exacta

---

[20] APOLO L.”PRODUCTOS CARNICOS”. El Oro. 2011. http:// www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3916/1/6443.pdf

[21] M.D. Ranken, Manual de industrias de la carne, AMV Ediciones. 2003.

[22] Centro de Información Tecnológica, Información Tecnológica, 2004, Volumen 15, N°4, versión electrónica ISSN 0718-0764.

depende de la relación entre las porciones magra y grasa del embutido. El agua que puede agregarse a un embutido no debe exceder más de cinco veces la cantidad de proteína de la carne. En los embutidos, mejora notablemente las características sensoriales, contribuyendo a la suavidad y jugosidad de éstos.[23]

Carne.- Es el tejido muscular de los animales, en la alimentación humana se utiliza en forma directa o procesada. Está constituida por agua, proteínas, grasa, sales e hidratos de carbono.[24]

La calidad de la carne depende de la categoría en la cual el animal ha sido clasificado al momento de su recepción en el matadero. Después del sacrificio, se determina la calidad en tres clases, según las siguientes características:

Primera: medias canales de animales magros**.**

Segunda: medias canales de animales semigrasos**.**

Tercera: medias canales de animales grasos.

“Las carnes magras, contribuyen a la estabilidad de la emulsión y a las propiedades físicas de los embutidos escaldados. Las proteínas de la carne (deben encontrarse en una proporción mínima del 12%) cumplen dos funciones muy importantes en la elaboración de embutidos: emulsionan la

[23] Frey Werner, Fabricación Fiable de Embutidos, Editorial Acribia
[24] Manual para educación agropecuaria, Elaboración de Productos Cárnicos.

grasa y ligan el agua adicionada a la formulación. La carne también proporciona la mioglobina, la cual por reacción con el óxido nitroso proporciona el color característico del embutido.

En la elección de la carne que va a ser elaborada deben tomarse en cuenta las siguientes características:

- ✓ Color.
- ✓ Estado de maduración.
- ✓ Capacidad fijadora de agua.

El color de la carne depende de la edad del animal. Las carnes jóvenes se suelen usar en embutidos cocidos y escaldados, las carnes de mediana edad en toda clase de embutidos y las carnes viejas en embutidos curados de larga duración.

Para la elaboración de productos cárnicos se necesita carne de distintos grados de maduración. Para la preparación de embutidos escaldados y cocidos se utiliza carne sin maduración apreciable, para que el sabor particular del producto terminado se distinga mejor.

En el picado de la carne se liberan proteínas en cantidades variables, que aumentan el poder fijador del agua, como en el caso de los productos escaldados.

Grasa.- La grasa contribuye a la jugosidad y suavidad de los embutidos. En la grasa de los animales se distingue la grasa orgánica y la grasa de los tejidos.

La grasa orgánica como la del riñón, vísceras y corazón es una grasa blanda que normalmente se funde para la obtención de manteca.

La grasa de los tejidos, como la dorsal y la de la pierna es una grasa resistente al corte. Se destina a la elaboración de productos cárnicos y a la obtención de manteca.

La grasa dorsal del tocino y la fracción de grasa de la carne se utiliza para la elaboración de embutidos. Se prefiere el uso de grasa de cerdo en lugar de la grasa de res, debido a que la primera es más blanda y se funde a temperaturas más bajas.

Sal.- Es el ingrediente no cárnico más común, se utiliza en la elaboración de la mayoría de productos cárnicos con los siguientes fines:

- Imparte sabor al producto.
- Solubiliza las proteínas de la carne.
- Actúa como preservante.
- Mejora la coloración.
- Aumenta el poder de fijación del agua.
- Favorece la penetración de otras sustancias curantes.

- Ayuda a la emulsificacion de los ingredientes.

La acción de la sal es solubilizante o hidratante, de las proteínas miofibrilares, actina y misiona”.[25]

Condimentos y potenciadores de sabor.- El condimento es aquel alimento que confiere sabor agradable a los productos alimenticios. Para sazonar los embutidos se emplean mezclas de diferentes especias así como potenciadores de sabor (glutamato mono sódico y nucleótidos aromatizantes), existen mezclas que son características de cada tipo de embutido.

Sustancias ligantes.- Tienen la capacidad de retener el agua y emulsionar la grasa, pueden ser de origen animal o vegetal.

Las sustancias ligantes de origen animal, están constituidas por productos lácteos, como leche descremada en polvo, pobre en calcio, suero desecado y caseinato de sodio.

Los productos de origen vegetal, son principalmente de soya: aislado de soya, harina de soya y otros. En este caso se usó aislado de proteína vegetal que es un derivado de la soya.

Sustancias de relleno.- Son sustancias que retienen varias veces su masa en agua y están representadas principalmente por harinas de cereales (trigo,

[25] J.L. Multon, Aditivos y Auxiliares de Fabricación en las Industrias Agroalimentarias, Segunda Edición, Editorial Acribia S.A.

cebada, maíz, yuca). La diferencia más obvia entre estas sustancias y las ligantes, reside en la capacidad de las últimas de emulsionar la grasa además de retener el agua.

“Nitritos y nitratos.- La utilización de nitritos y nitratos tiene importancia en el curado, debido a que interviene en el proceso de desarrollo de color, aroma y en la inhibición microbiana. La reacción química básica del curado es la siguiente:

$$\text{Oximioglobina} + NO \xrightarrow{\text{Calor}} \text{NO-mioglobina (rojo)} \rightarrow \text{nitrosilhemocromo}$$

(Rosado)

Por la acción de bacterias el nitrato es reducido a óxido nitroso, que se presenta en estado gaseoso, este gas reacciona con el pigmento rojo del músculo formando una sustancia inestable de color rojo claro. Al someter la carne al calor durante el ahumado o la cocción, este color rojo se vuelve más estable.”[26]

Los nitratos favorecen el enrojecimiento y la conservación al desarrollar un efecto bactericida. El nitrato potásico y el nitrato sódico forman parte de las diversas sales curantes, se agregan 2.5 partes de nitrato a cada 100 partes de sal común, en cantidades elevadas confieren un sabor amargo a la carne.

Se puede acelerar el proceso añadiendo nitritos en lugar de nitratos, sin embargo, el nitrito es altamente tóxico. Para la elaboración de productos

[26] Lawrie R, “La ciencia de las carnes”. España. 2008

cárnicos está permitido utilizar a una concentración de 15 mg de nitrito sódico por cada 100 g. de carne.

El uso de estos aditivos está limitado y legislado en diversos países debido a que en grande cantidades no es metabolizable por el organismo, pudiendo perjudicar la salud, atribuyéndosele, por la presencia de aminas volátiles, un efecto carcinógeno.

Fosfatos.- En la industria de la carne se utilizan las sales de algunos ácidos fosfóricos, debido a las siguientes características:

- Favorecen la absorción de agua, debido a que aumentan el ph de la carne y tienen acción secuestrante sobre diversos iones metálicos.
- Emulsifican la grasa
- Disminuyen las pérdidas de proteínas durante la cocción.
- Disminuyen la contracción de los productos durante el ahumado.

En algunos países no se permite el uso de fosfatos, porque pueden enmascarar defectos de elaboración, como el empleo de carnes de baja calidad y de elevadas cantidades de grasa. Normalmente se permite su utilización en proporción de 0.4% de las masas elaboradas. Los fosfatos permitidos son el tripolifosfato de sodio, hexametafosfato de sodio, pirofosfato ácido de sodio, pirofosfato de sodio y el fosfato disódico.

Coadyuvantes del curado.- Los agentes que se utilizan como coadyuvantes del curado son: el ácido ascórbico, isoascórbico, eritorbato de

sodio. Estos productos retienen y mejoran el color de los embutidos curados que luego se someten a tratamientos térmicos, aceleran la reacción de curado al reducir la metamioglobina a mioglobina. Además tienen acción reductora sobre el nitrito de sodio, generando una concentración mayor de óxido nitroso. Por otro lado estos productos ayudan a la estabilización del color cuando se exponen al aire

Tripas.- Existen tripas naturales y artificiales, las naturales tienen diversas formas, se extraen de cerdos o reses. Entre sus ventajas poseen alta permeabilidad a los gases, humo y vapor, son comestibles, económicas y dan aspecto artesanal. Sin embargo pueden presentar defectos causados por putrefacción, enranciamiento, desuniformidad al calibrar el embutido, menor resistencia a la rotura, presencia de parásitos, entre otros.

Las tripas artificiales, poseen características específicas para cada tipo de producto. Son altamente higiénicas, resistentes a los ataques bacterianos, ofrecen un diámetro uniforme de embutido, ausencia de olores extraños, y se pueden usar en procesos automáticos. Normalmente están hechas de celulosa, fibras membranosas y tejidos sedosos.

“ELABORACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS

Cuando la carne es industrializada para la elaboración de productos cárnicos, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

La humedad, su contenido natural en la carne magra y en otros líquidos adicionados, deben mantenerse en un porcentaje óptimo durante el proceso.

El contenido natural de grasa de la carne y la grasa extra que se incorpora en la formulación del producto también debe mantenerse en una proporción máxima y óptima todo el tiempo.

Donde el producto contiene partes de tejidos conectivos más duros, estos deberán presentarse de la manera más aceptable.

La cohesión, el producto debe mantener su integridad física

SALCHICHAS

Las salchichas se clasifican como embutidos escaldados y en su elaboración se pueden usar carnes de muy diverso origen, lo que determina su calidad y precio. Se prefiere carne recién sacrificada de novillos, terneras y cerdos jóvenes y magros, en vista que este tipo de carne posee fibra tierna y se aglutina y amarra fácilmente. Además, carece de grasa interna y es capaz de fijar gran cantidad de agua. Estos productos son de consistencia suave, elevada humedad y corta duración (unos 8 días en refrigeración).

En la elaboración de las salchichas estilo Viena se emplea carne de res y cerdo, grasa y hielo. La carne de cerdo confiere color entre rosa claro y rojo mate a la masa, en cambio la carne de res presenta un color rojo claro e intenso, que da consistencia a la masa y sabor fuerte. Es indispensable un mezclador (cúter) para formar una emulsión y para ayudar a su formación se agrega hielo. Reciben un tratamiento térmico que coagula las proteínas y le dan una estructura firme y elástica; posteriormente se ahúman para darles un sabor específico.

MATERIA PRIMA, EMPAQUE, MATERIALES Y MAQUINARIA Y EQUIPOS

A continuación se presenta un cuadro que demuestra claramente la materia prima, materiales indirectos, empaque y la maquinaria y equipos que se utilizan en la elaboración de las salchichas tipo Viena.

Materias primas y empaques.	Materiales	Maquinaria y equipo
Carne magra de res-emulsión	Termómetro de sonda	**Mesas en acero inoxidable**
Carne magra de cerdo-emulsión	Balanza o gramera	**Molino para carne**
Grasa de cerdo	Báscula	**Cutter**
Hielo en escarcha	Cuchillos para corte	**Embutidora**
Harina de trigo	Recipientes para enfriado	**Porcionadora**
Sal nitrada	Poncheras plásticos	**Horno de secado**

Condimentos unipack para salchicha Frankfurt	Hilo natural, pita o piola delgada, sin colorantes.	**Marmita o caldero + estufa de gas**
Fosfato para embutidos		**Escabiladero metálico para colgar**
Eritorbato		**Refrigerador o cuarto frío**
Tubos de celofán calibre 18-20mm		**Empacadora al vacío**
Empaques preformados para vacío.		

INSTALACIONES Y EQUIPOS

Para garantizar el proceso productivo de las salchichas es indispensable considerar las instalaciones y el proceso a seguir hasta obtener un producto terminado y de la más alta calidad. A continuación se detalla cómo deben ser las instalaciones y el diagrama de proceso

Instalaciones.- El local debe ser lo suficientemente grande para albergar las siguientes áreas: recepción de materia prima, proceso, empaque, cámara de frío, bodega, laboratorio, oficina, servicios sanitarios y vestidor. La construcción debe ser en bloc repellado con acabado sanitario en las uniones del piso y pared para facilitar la limpieza.

Los pisos deben ser de concreto recubiertos de losetas o resina plástica, con desnivel para el desagüe. Los techos de estructura metálica, con zinc y

cielorraso. Las puertas de metal o vidrio y ventanales de vidrio. Se recomienda el uso de cedazo en puertas y ventanas.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Con la finalidad de ilustrar de mejor manera el proceso productivo a seguir en la elaboración de salchichas de ternera se orienta el proceso productivo a seguir: Recibo y Selección: Se usa carne de res y carne magra de cerdos jóvenes con poco tejido conectivo, las cuales deben estar refrigeradas.

- **Troceado:** Las piezas de carne seleccionadas se cortan en trozos pequeños de aproximadamente 7 x 7 centímetros se lavan con agua limpia y seguidamente se congelan por 24 horas para reducir la contaminación y facilitar la operación de molienda.
- **Molienda**: Las carnes y la grasa se muelen, cada una por aparte. Para las carnes e usa un disco de 3 mm y para la grasa el disco de 8 mm.
- **Picado y Mezclado:** Esta operación se realiza en forma simultánea en un aparato llamado cúter, el cual está provisto de cuchillas finas que pican finamente la carne y producen una mezcla homogénea. Al picar y mezclar se debe seguir el siguiente orden de agregación de los ingredientes:

1. Carne magra de cerdo y res, sal y fosfatos, a velocidad lenta hasta obtener una masa gruesa pero homogénea.
2. Se acrecienta la velocidad y se incorpora el hielo; se bate hasta obtener una masa fina y bien ligada.
3. Se incorpora la lonja o la carne de cerdo grasosa.
4. Se agregan los condimentos y el ascorbato. La temperatura de la pasta no debe exceder de 15 °C. El proceso se suspende cuando la emulsión se muestre homogénea.

- **Embutido:** La masa de carne se traslada a la máquina embutidora y allí se llena en fundas sintéticas de calibre entre 18 y 20 mm. El embutido de las salchichas Viena debe efectuarse bastante suelto, para que la masa tenga espacio suficiente y no se reviente la tripa.
- **Atado:** Las salchichas se amarran en cadena, aproximadamente cada 10 centímetros, utilizando hilo de algodón.
- **Tratamiento térmico:** Se realiza en 3 fases:

1. Calentamiento a 50°C entre 10 y 30 minutos, según el calibre.

2. Ahumado a 60-80°C durante 10-30 minutos, según el calibre.

3. Pasteurización (escaldado) en agua a 75-82°C, por 10 minutos para salchichas delgadas.

- **Enfriamiento:** Después de la cocción la temperatura debe bajarse bruscamente mediante una ducha fría o con hielo picado.

- **Almacenamiento:** Las salchichas se cuelgan para que sequen y se almacenan bajo refrigeración”.[27]

CONTROL DE CALIDAD

Por tratarse de un producto para el consumo humano es indispensable poner en práctica las normas para el manejo de los productos, observando las siguientes:

Higiene.- Todo el equipo se lava perfectamente con detergente, se enjuaga muy bien y se desinfecta con una solución de germicida de grado alimentario. El tratamiento final de escaldado pasteuriza el producto, pero hay peligro de re contaminación por bacterias cuando no se mantienen condiciones adecuadas de almacenamiento. Todo el proceso debe realizarse con estricta higiene, además el hielo debe ser de buena calidad, microbiológica.

“Control de la Materia Prima.- La carne que se utiliza en la elaboración de éste tipo de embutidos debe tener una elevada capacidad fijadora del agua. Es preciso emplear carnes de animales jóvenes y magras, recién sacrificados y no completamente madurados. No se debe emplear carne congelada, de animales viejos, ni carne veteada de grasa.

Control del Proceso.- Los puntos de control son:

[27] Siegfried G. Müller & Mario A. Ardoíno. “ELABORACION Y ESTANDARIZACION EN EL CONTROL DE CALIDAD DE EMBUTIDOS”. Alemania. 2010

- ✓ La cantidad y calidad de materias primas (formulación).
- ✓ El molido, picado y mezclado de las carnes, los cuales deben realizarse en el orden y por el tiempo adecuado, ya que por ejemplo un picado excesivo causa problemas de ligado, aumenta la temperatura e inhibe la emulsificacion.
- ✓ Control de la temperatura durante el molido, picado y mezclado.
- ✓ Un adecuado tratamiento térmico en términos de control de la temperatura y el tiempo durante el calentamiento, el ahumado y la pasteurización o escaldado.
- ✓ El uso adecuado de envolturas, las cuales deben ser aptas para los cambios que sufre el embutido, durante el rellenado, el escaldado, el ahumado y el enfriamiento. Las temperaturas y condiciones de almacenamiento en refrigeración, tanto de la materia prima, como del producto terminado.
- ✓ La higiene del personal, de los utensilios y de los equipos.

Control del Producto.- Los principales factores de calidad son el color, el sabor y la textura del producto".[28]

Empaque y almacenamiento.- El empaque protege a los embutidos de la contaminación. La calidad final de las salchichas depende mucho de la utilización de envolturas adecuadas. Se utiliza como material de empaque

[28] J Sancho. Introducción al Análisis Sensorial de los Alimentos, Ediciones Universidad de Barcelona, 2002.c

tripas naturales y sintéticas. El producto final debe mantenerse en refrigeración y tiene una vida útil de aproximadamente 8 días[29].

[29] Mosquera y Vivas. ”Rendimiento en Canal del Ganado.Colombia. 2009

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales Utilizados

Pen-drive, computador, calculadora, esferográficos, hojas de papel bond, materiales de escritorio.

Materiales Económicos:

CUADRO Nº 1

Insumos	Ingresos	Egresos
Aporte personal	300.00	
Material de Escritorio		20.00
Costo de tiempo invertido en levantamiento tipográfico de documentos.		70.00
Costo de tiempo invertido en recolección de información, planificación y ejecución del trabajo.		110.00
Gastos de Movilización.		10.00
Gastos de Alimentación.		10.00
Gastos en Medios de Comunicación		50.00
Internet		30.00
TOTAL	**300.00**	**300.00**

MÉTODOS

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se utilizaron los métodos que a continuación se describen:

Método Científico.- El método científico es el conjunto de procedimientos lógicos que sigue la investigación para descubrir las relaciones internas y externas de los procesos de la realidad natural y social.

Su aplicación permitió sustentar científicamente los objetivos propuestos y los resultados obtenidos en la investigación para determinar la factibilidad del proyecto.

Método descriptivo.- Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentación correcta.

La utilización del presente método permitió puntualizar detalladamente lo referente al mercado, oferta, demanda satisfecha e insatisfecha así como el proceso de producción, distribución y comercialización

Método analítico- sintético.- El método analítico de investigación consiste en la desmembración de un todo, en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y efectos.

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una exposición metódica y breve.

Se lo utilizó como instrumento de análisis y síntesis para la verificación de estudio de mercado y la evaluación financiera, determinando el efecto de la

problemática existente y diferenciando ordenadamente los componentes del proyecto propuesto.

Método inductivo-deductivo.- El método deductivo es aquél que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

La aplicación de este método permitió deducir los resultados de la encuesta aplicada establecer la factibilidad de implementar la empresa, y formular las conclusiones y recomendaciones.

Método Estadístico.- El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de la hipótesis general de la investigación.

Se lo utilizó para la presentación de los resultados obtenidos a través de cuadros y gráficos, que hacen más viable la interpretación del proyecto.

TÉCNICAS

De igual manera se utilizaron técnicas que permitieron recopilar información como:

La encuesta.- Este instrumento de investigación se aplicó a los habitantes del Cantón Piñas, provincia de El Oro, para obtener información de fondo que permita conocer gustos y preferencias en el uso de salchichas de ternera y la posibilidad de incrementarla en la canasta familiar.

Segmentación del mercado.- Debido a que el consumo de salchichas de carne de ternera es un producto alimenticio de consumo masivo, la muestra se la dirigió a los integrantes de las familias del cantón Piñas y sus parroquias urbanas.

Tamaño de la muestra.- Para determinar el número de encuestas a realizar, se tomó de base los datos otorgados por el INEC según censo del 2010 y su tasa de crecimiento, llegándose a determinar los siguientes valores a través de la utilización de la siguiente fórmula

Cálculo de la muestra

Población:

Para determinar el número de encuestas a realizar se tomó de base los datos otorgados por el INEC 2010, cuya población total del Cantón Piñas es 25.988 habitantes, con una tasa de crecimiento de 1,18%

Dado que el proyecto está dirigido para las familias del cantón Piñas cuyo promedio total es 4 miembros por familia, se llegó a determinar los siguientes valores.

PROYECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

$$Pf = Pa(1+r)$$

Pf_{2010}= 25988

Pf_{2011}= 25988(1,0118)=26294.6584= 26295

Pf_{2012}= 26295(1,0118)=26605

$$\text{Número de familias} = \frac{\text{Población}}{\text{Número de personas por familia}}$$

NUMERO DE FAMILIAS= $\frac{26605}{4}$

NUMERO DE FAMILIAS = 6.651

CÁLCULO DE LA MUESTRA

FÓRMULA:

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

$$n = \frac{6.651}{1 + 6.651 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{6651}{17,6275}$$

N = 377 encuestas

f) RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO

Mediante la aplicación de la encuesta a los consumidores y productores y/o vendedores de salchicha de ternera se ha logrado la información indispensable que permite analizar, asimilar y descifrar los hechos y fenómenos que se dan en el mercado meta propuesta.

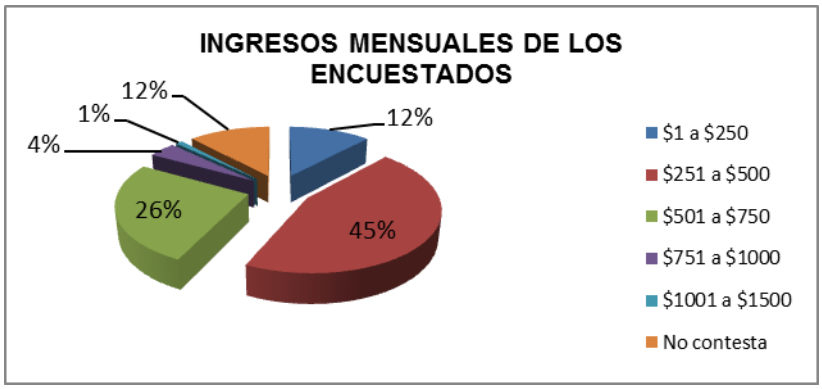
1. **¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso mensual?**

CUADRO N° 2

Ingresos Mensuales	Frecuencia	Porcentaje
$1 a $250	45	12%
$251 a $500	170	45%
$501 a $750	98	26%
$751 a $1000	16	4%
$1001 a $1500	3	1%
No contesta	45	12%
Total	377	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N°1



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

De las 377 encuestas aplicadas el 12% indicó tener ingresos económicos de hasta $250 dólares, el 45% hasta $500, el 26% hasta $750, el 4% manifiesta que tiene ingresos hasta $ 1000, el 1% tiene un ingreso hasta $1500 dólares, mientras que el 12% no contestan.

ANÁLISIS

Lo que determina que en el Cantón Piñas, la mayoría de familias cuentan con una fuente de ingresos promedio que están entre ($251 a $500).

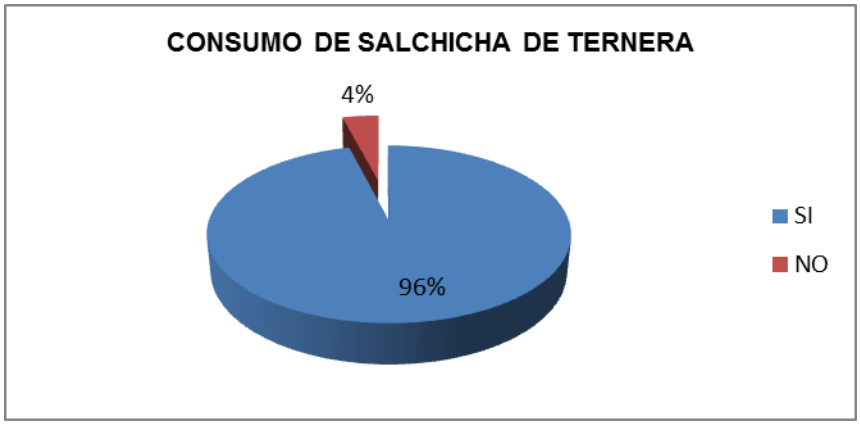
2.- ¿En su hogar consume salchicha de ternera?

CUADRO N° 3

Consumo de salchicha de Ternera	Frecuencia	Porcentaje
SI	362	**96%**
NO	15	**4%**
Total	377	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 2



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

De las 377 encuestados, el 96% manifiestan que si consumen salchicha de ternera, mientras que el 4% dice no consumirla.

ANÁLISIS

Esto determina que el mayor porcentaje de los encuestados consume salchicha de ternera.

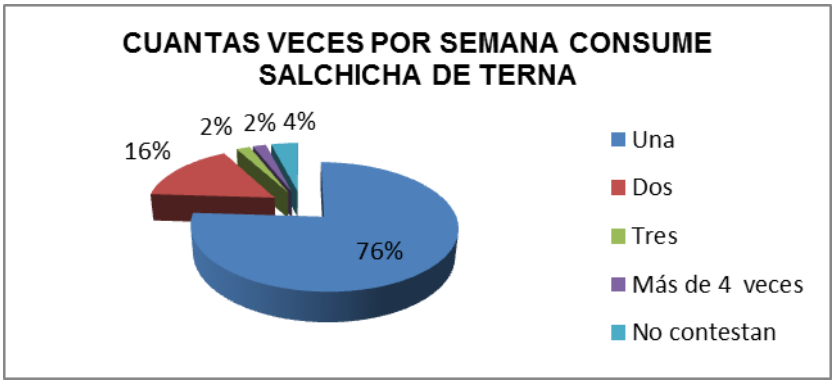
3.- ¿Cuántas veces a la semana consume salchicha de ternera?

CUADRO N° 4

Consumo semanal de salchicha de Ternera	Frecuencia	Porcentaje
Una	288	**76%**
Dos	60	**16%**
Tres	8	**2%**
Más de 4 veces	6	**2%**
No contestan	15	**4%**
Total	**377**	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 3



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

De los 377 encuestados con respecto al consumo semanal de salchicha de ternera se observa que el 76% dice consumir una vez; el 16% dos veces, el 2% tres veces, el 2% restante consume más de cuatro veces por semana, mientras que el 4% no responden la pregunta.

ANÁLISIS

Esto determina que la mayor parte de los encuestados consume salchicha de ternera una vez por semana.

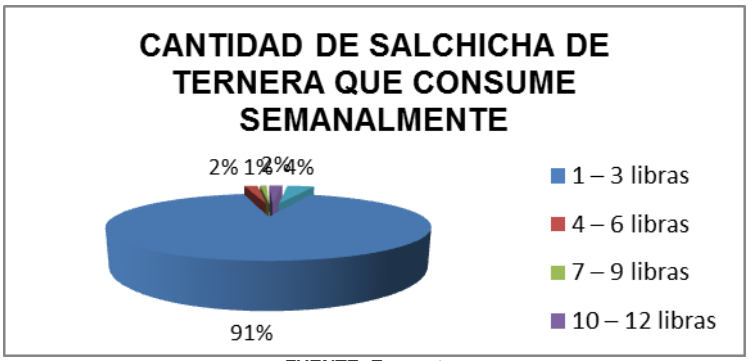
4.- ¿Qué cantidad en libras de salchicha de ternera consume semanalmente?

CUADRO N° 5

Cantidad de salchicha de Ternera consume semanalmente	Frecuencia	Porcentaje
1 – 3 libras	342	**91%**
4 – 6 libras	7	**2%**
7 – 9 libras	6	**1%**
10 – 12 libras	7	**2%**
No contestan	15	**4%**
TOTAL	377	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 4



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

De los datos recolectados por los encuestados en lo referente al consumo semanal de salchicha de ternera el 91% consume de 1 a 3 libras, el 2% entre 4 y 6 libras; el 2% entre 7 y 9 libras y el otro 2% entre 10 y 12 libras; mientras que el 4% restante no contestan.

ANÁLISIS

Esto determina que la mayor parte de la población encuestada consume entre de 1 a 3 libras semanales.

Consumo Per cápita

Para determinar el consumo por persona, se aplicó la siguiente formula:

$$X = \frac{Ef.Xm}{N}$$

Donde:

X = Consumo promedio mensual

f = Frecuencia

Xm = Punto medio

N = Universo

E =

CUADRO No. 5A

DETERMINACION CONSUMO PER CAPITA

Alternativa	Frecuencia	XM	FXM
1 – 3 libras	342	2	680
4 – 6 libras	7	5	35
7 – 9 libras	6	8	48
10 – 12 libras	7	11	99
TOTAL	362		862

Fuente: Cuadro No. 5
Elaboración: Fabricio Cuenca

Interpretación: Para determinar el consumo per cápita se divide 862 que es la cantidad de producto para las 362 personas que consumen salchicha de ternera, dando un promedio de 2,384 libras semanales. Esta cantidad se la multiplica por 4 semanas que tiene el mes y por 12 meses que tiene el año, dando como resultado:

2,384 x 4 = 9,536

9,536 x 12 = 114,4 libras por familia anualmente

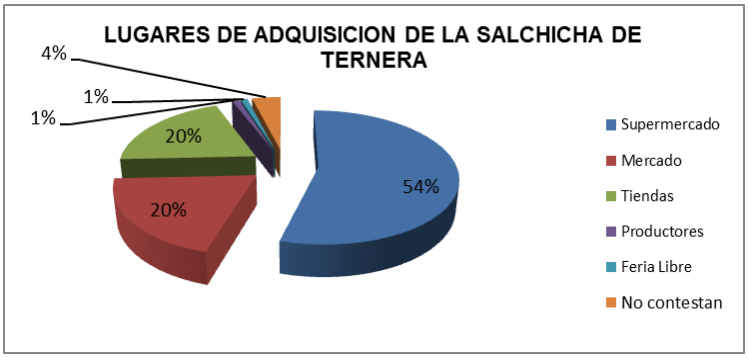
5.- ¿Dónde adquiere regularmente la salchicha de Ternera?

CUADRO N° 6

Lugares de adquisición	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	206	**55%**
Mercado	75	**20%**
Tiendas	74	**20%**
Productores	5	**1%**
Feria Libre	2	**1%**
No contestan	15	**4%**
Total	377	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 5



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

De las 377 personas que consumen salchicha de ternera, el 55% adquiere en supermercados, 20% en los mercados; 20% en tiendas, 1% en ferias libres, el 1% restante a productores; mientras que el 4% no responden a la pregunta planteada.

ANÁLISIS

Esto determina que la compra de salchicha de ternera se realiza más a menudo en supermercados, y en menor frecuencia mercados o tiendas de la localidad.

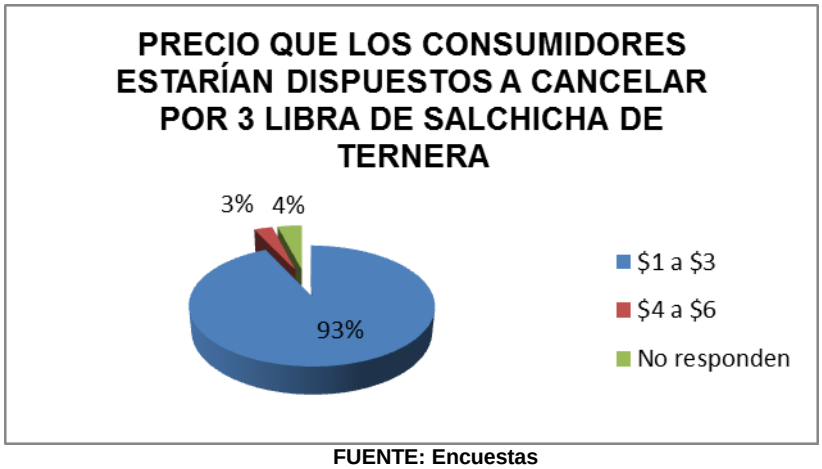
6.- ¿Cuál es el precio que paga por cada libra de salchicha de Ternera que usted estaría dispuesto a pagar semanalmente?

CUADRO N° 7

Precio que estarían dispuestos a pagar por libra de salchicha de ternera	Frecuencia	Porcentaje
$1 a $3	349	**93%**
$4 a $6	13	**3%**
No responden	15	**4%**
Total	377	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 6



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

De los 377 consumidores de salchicha, el 93% estarían dispuestos a cancelar de entre 1 a 3 dólares por libra, el 4% entre 4 a 6 dólares; mientras que el 4% no responde

ANÁLISIS

Lo que determina que un gran número de consumidores está dispuesto a cancelar entre 1 a 3 dólares por libra.

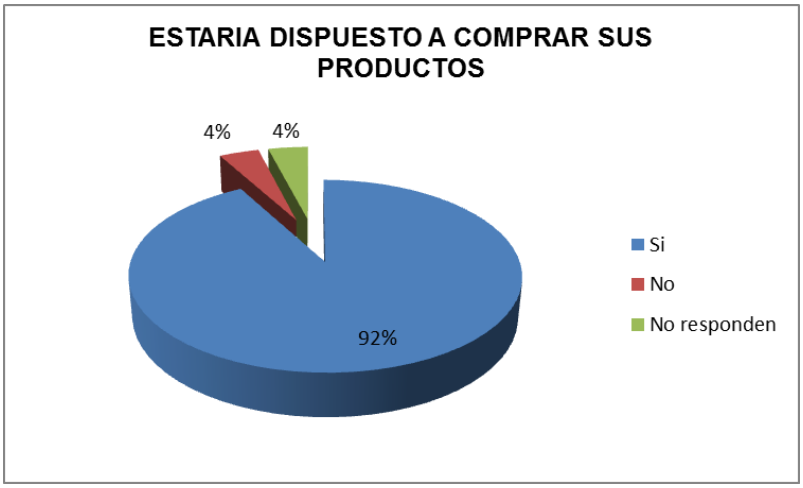
7.- ¿Si se creara en el cantón Piñas una empresa productora de salchicha de Ternera estaría Ud. dispuesto a comprar sus productos?

CUADRO N° 8

Estaría Ud. dispuesto a comprar sus productos	Frecuencia	Porcentaje
Si	347	**92%**
No	15	**4%**
No responden	15	**4%**
Total	377	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 7



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

De los 377 encuestados que consumen salchicha de ternera, el 92% manifiesta estar dispuesto a adquirir el producto, el 4% manifiesta que no lo haría, y el 4% no responde.

ANÁLISIS

Esto determina que un elevado número de personas encuestadas estarían dispuestas a consumir el producto.

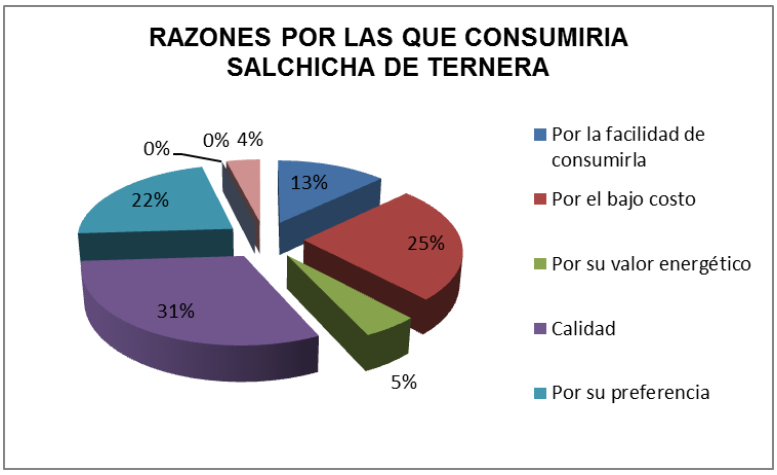
8.- ¿Señale por qué razones adquiriría Ud. salchicha de Ternera para incluirla en su dieta familiar?

CUADRO N° 9
RAZONES PARA INCLUSIÓN EN LA DIETA FAMILIAR

Razones por las que adquiriría salchicha de Ternera	Frecuencia	Porcentaje
Por la facilidad de consumirla	50	13%
Por el bajo costo	95	25%
Por su valor energético	18	5%
Calidad	116	31%
Por su preferencia	83	22%
Publicidad	0	0
Otras	0	0
No responden	15	4%
Total	377	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 8



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

El 13 % de los encuestados están dispuestos a adquirir la salchicha de ternera por la facilidad de consumo, 25% lo haría si fuese de bajo costo, el 5% por su valor energético, 31% por la calidad, el 23% por la preferencia dentro del mercado; el 4% no manifiestan razón para adquirirla.

ANÁLISIS

Un gran porcentaje de la población encuestada indica que sería primordial la calidad para consumir el producto, otro factor esencial sería el costo, así como la preferencia que tendría dentro del mercado.

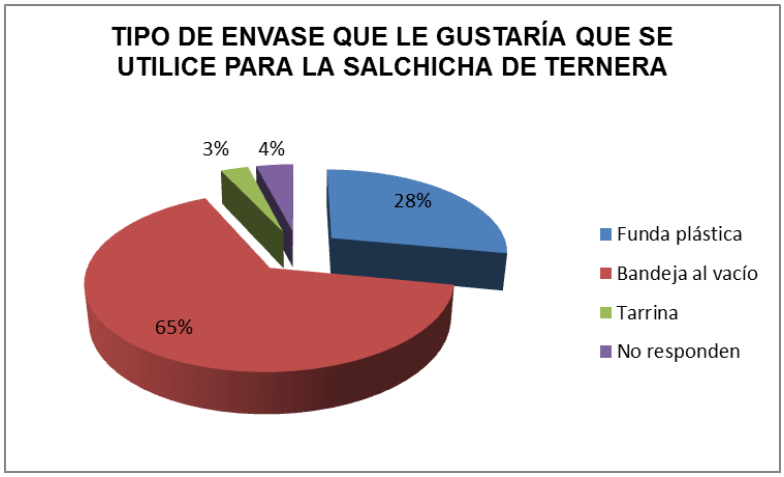
9.- ¿En qué tipo de envase le gustaría que se comercialice la salchicha de Ternera?

CUADRO N ° 10
TIPO DE ENVASE

Tipo de envase	Frecuencia	Porcentaje
Funda plástica	106	28%
Bandeja al vacío	246	65%
Tarrina	10	3%
No responden	15	4%
Total	377	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

El 65% desearía adquirir el producto en bandejas envasadas al vacío, el 28% envasada en funda plástica, el 3% en tarrina; mientras que el 4% de los encuestados no responden.

ANALISIS

Esto determina que la población desea adquirir el producto en bandejas al vacío, y un menor porcentaje de los entrevistados indica que desearía que

fuese en funda plástica aunque muy pocos expresan que se lo debería de hacer en tarrina.

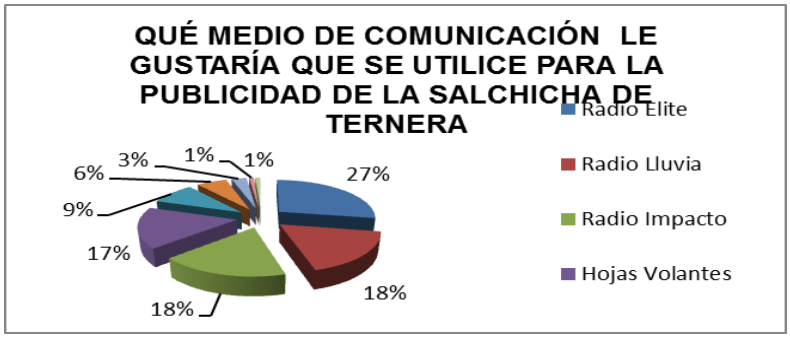
10.- ¿En cuál de los siguientes medios de publicidad preferiría la promoción del producto?

CUADRO N° 11

Medios de publicidad	Frecuencia	Porcentaje
Radio Elite	222	28%
Radio Lluvia	137	18%
Radio Impacto	142	18%
Hojas Volantes	133	17%
Diario El Correo	69	9%
Diario EL Nacional	47	6%
Vallas Publicitarias	20	3%
Televisión	7	1%
Propaganda Rodante	5	1%
Total	**782**	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 10



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN

El 28% prefieren Radio Elite, el 18% Radio Lluvia, el 18% en Radio Impacto; en cuanto a la publicidad escrita el 17% señala que mediante hojas volantes, el 9% opina que a través de Diario El Correo, el 6% en el Diario El Nacional, 3% en vallas publicitarias, el 1% en televisión y el 1% a través de propaganda rodante.

ANÁLISIS

La población encuestada coincide que la publicidad de la empresa se la realice a través de Radio Elite y Radio Impacto, hojas volantes, y en menor porcentaje a través de prensa escrita, vallas publicitarias, medios televisivos o propaganda rodante.

INFORME DE LA ENCUESTA A LOS OFERENTES

Para determinar la oferta se realizó una encuesta a 31 propietarios de locales comerciales de salchicha de ternera en el Cantón Piñas.

CUADRO N° 12
VENDEDORES DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTON PIÑAS

NOMBRE DEL COMERCIANTE	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN
Andrés Añazco	Multimarket "La Economía"	Juan José Loayza y Juan León Mera
Cecibel Fernández	Tienda "Cecibel"	Calle Urdaneta
María Aldean	Supermercado "Jo – Mar"	Calle Sucre
Rosario Hernández	Comercial "Valentina"	Salida a la Costa
Guillermo Espinosa	Supermercado "Ecomarket"	Avenida Loja
Vicenta Betacourth	Asadero "RJB"	Salida a la Costa
Julia Banda	Asadero "El Negrito"	Avenida 8 de noviembre
Tatiana Luzuriaga	Comercial "Marco Vinicio"	Juan José Loayza y García Moreno
Carmita Vivanco	Comercial "María Lisbeth"	Juan José Loayza y Juan León Mera
Karla Aguilar	Micromercado "Central"	Juan José Loayza y Juan León Mera
Teresa Vaca	Comercial "Híper – Market"	Juan José Loayza y Juan León
Richard Tapia	Tienda "El Trébol"	Calle Principal (Piedras)
Liliana Zhuni	Restaurant "El Burger"	Saracay
Andrea Salazar	Tienda "Juleisy"	Saracay
Adriana Gallardo	Tienda "Aguilar"	Capiro
Flavio Recalde	Tienda "Andreita"	Moromoro
Cristian Bravo	Tienda "El Económico"	La Bocana
Paul Vera	Complejo "El Paraíso"	Moromoro
Ligia Aguilar	Tienda "La Gorda"	Andrés Romero
Andrea González	Tienda "El Combo"	Av. 8 de Noviembre
Melisa Valarezo	Tienda "Don Rogelio"	Piñas Grande
Francisco Recalde	Tienda "Su Casa"	Avenida Héroes de Panupalí
Jimmy Elizalde	Tienda "Roberto"	Calle 28 de noviembre
Johanna Ontaneda	Tienda "El Pescador"	Avenida "El Trabajador"
Sebastián Jaramillo	Multimarket "Riofrio"	Avenida Orquídea Sur
Bella Castillo	Tienda "Guiricuña"	Avenida Guiricuña
Pablo Sánchez	Tienda "Pablo Sánchez	Avenida 8 de noviembre
Johanna Romero	Tienda "Doña Isabelita"	Avenida Loja
Jorge Encalada	Tienda "Danielito"	Calle Teodoro Sánchez
Robert Jara	Comercial "Jara"	Parque Central
Mariela Orellana	Tienda "El Cafecito"	Juan José Loayza y García Moreno

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

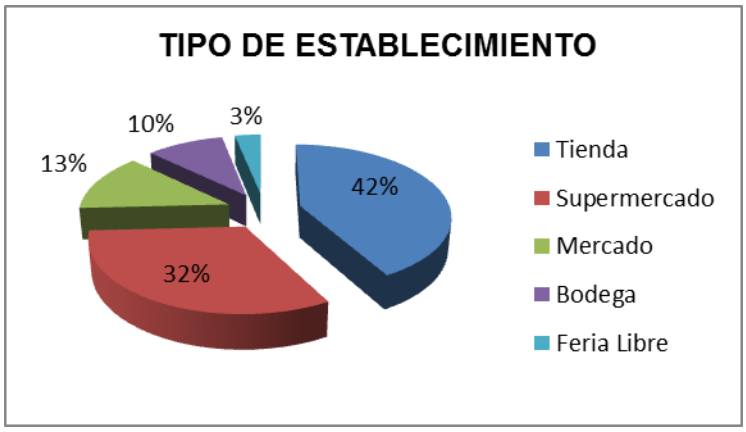
1.- ¿QUE TIPO DE ESTABLECIMIENTO TIENE USTED?

CUADRO N° 13

Tipo de establecimiento	Frecuencia	Porcentaje
Tienda	13	42%
Supermercado	10	32%
Mercado	4	13%
Bodega	3	10%
Feria Libre	1	3%
Otros	0	0%
Total	**31**	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 11



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN:

De los 31 encuestados, el 42% expresa ser propietario de tienda, el 32% poseen supermercado, el 13% puesto en el mercado, el 10% bodega, el 3% realiza la venta de en las ferias libres.

ANÁLISIS: Esto determina que el mayor porcentaje es propietario de tienda y supermercado, y solo un pequeño porcentaje posee un sitio en el mercado o es propietario de bodega.

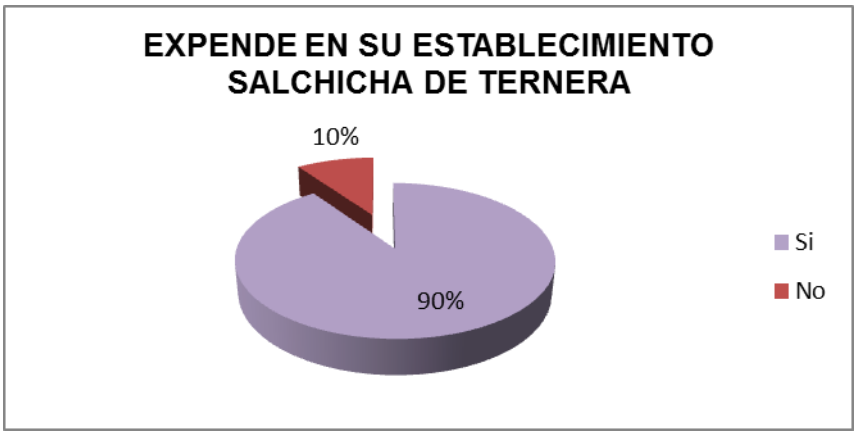
2.- ¿Expende en su establecimiento salchicha de ternera?

CUADRO N° 14

establecimiento donde se vende salchicha de ternera	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	90%
No	3	10%
Total	31	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 12



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN:

En cuanto al expendio de salchicha de ternera, 90% afirma vender este tipo de producto, mientras que el 10% no lo hace

ANÁLISIS:

Esto establece que gran parte de las personas entrevistadas expenden salchicha de ternera.

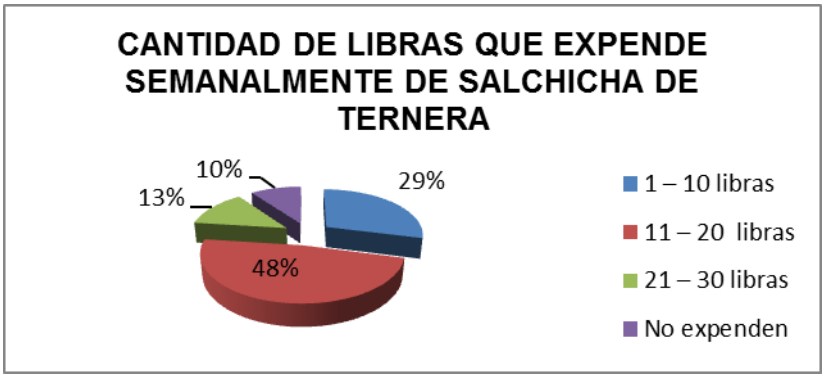
3.- ¿Qué cantidad en libras vende semanalmente de salchicha de ternera?

CUADRO N° 15

Cantidad en libras semanales	Frecuencia	Porcentaje
1 – 10 libras	9	**29%**
11 – 20 libras	15	**48%**
21 – 30 libras	4	**13%**
No expenden	3	**10%**
TOTAL	31	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 13



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN:

Del análisis se conoce que semanalmente expenden, el 29% vende entre 1 y 10 libras, el 48% entre11 y 15 libras, el 13% entre 16 y 20 libras, mientras que el 10% no venden.

ANÁLISIS:

Lo que determina que semanalmente la mayor parte de comercializadores expenden entre 11 a 15 libras de salchicha de ternera.

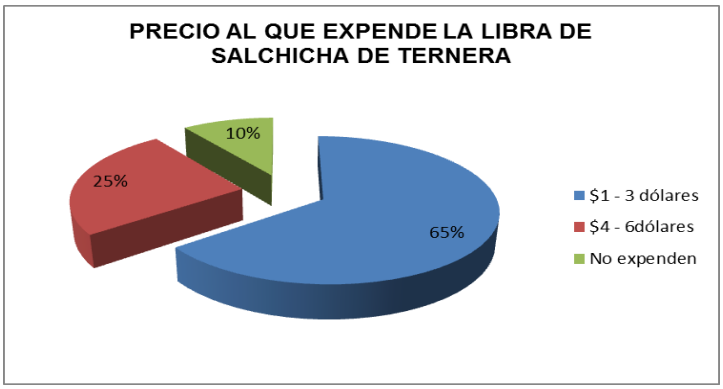
4.- ¿En cuánto vende usted una libra de salchicha de ternera?

CUADRO N° 16

Precio en el que vende 1 libra de salchicha de ternera	Frecuencia	Porcentaje
$1 - 3 dólares	20	**64%**
$4 – 6 dólares	8	**25%**
No expenden	3	**10%**
TOTAL	31	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 14



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN:

En lo concerniente a la comercialización de salchicha de ternera y el costo en dólares se determinó que el 65% la expende entre $1 a $3 dólares, el 25% entre $4 a $ 6 dólares por cada 375 gramos; mientras que el 10% no expenden este tipo de producto.

ANÁLISIS

Esto establece que la mayoría comercialice la libra de salchicha de ternera entre $1 a $3 dólares.

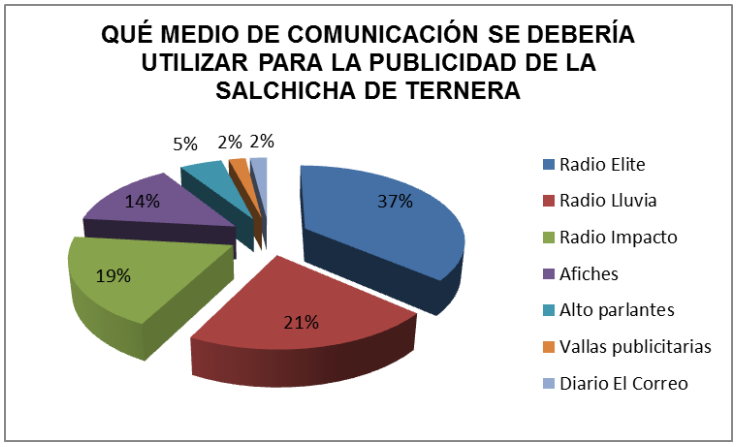
5.- ¿En cuál de los siguientes medios de publicidad realiza la promoción de sus productos?

CUADRO N° 17

Medios de publicidad	Frecuencia	Porcentaje
Radio Elite	15	**36%**
Radio Lluvia	9	**21%**
Radio Impacto	8	**19%**
Afiches	6	**14%**
Alto parlantes	2	**5%**
Vallas publicitarias	1	**2%**
Diario El Correo	1	**2%**
Total	**42**	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 15



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTEPRETACIÓN:

De los 31 encuestados para la promoción del producto, el 36% cree conveniente que se debería realizar a través de medios radiales como la radio Elite, el 21% Radio Lluvia, 19% Radio Impacto, 14% que se realice a través de alto parlante, el 2% a través de vallas publicitarias y el 2% por medios impresos como el diario El Correo.

ANÁLISIS:

La promoción del producto se debe realizar a través de las radios Élite, Radio Lluvia e Impacto, alto parlante, vallas publicitarias o medios de tipo impreso como El Correo.

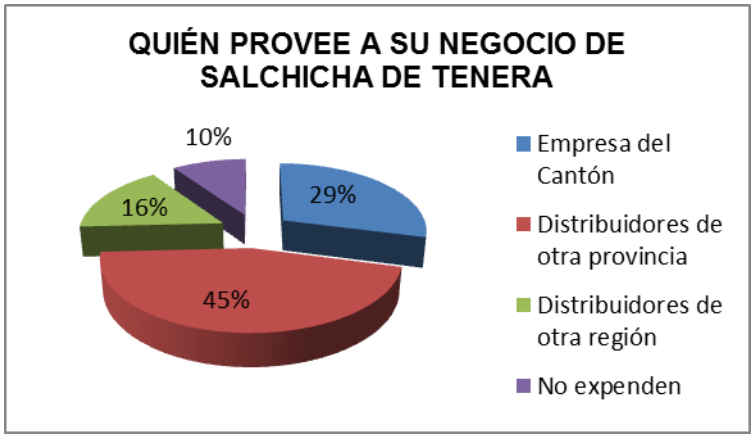
6.- ¿Quién provee a su negocio de la salchicha de ternera?

CUADRO N° 18

Proveedor de salchicha de ternera	Frecuencia	Porcentaje
Empresa del Cantón	9	29%
Distribuidores de otra provincia	14	45%
Distribuidores de otra región	5	16%
No expenden	3	**10%**
TOTAL	31	100%

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRÁFICO N° 16



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN:

De los 31 encuestados, manifiestan que los proveedores en un 29% son provenientes de empresas del cantón, el 45% son distribuidores en toda la provincia, y el 16% son de otra región, mientras que el 10% no se dedica al expendio de este producto.

ANÁLISIS

Lo que determina que los proveedores de este producto son provenientes de empresas de toda la provincia, en menos medida del cantón y otros provenientes de otra región.

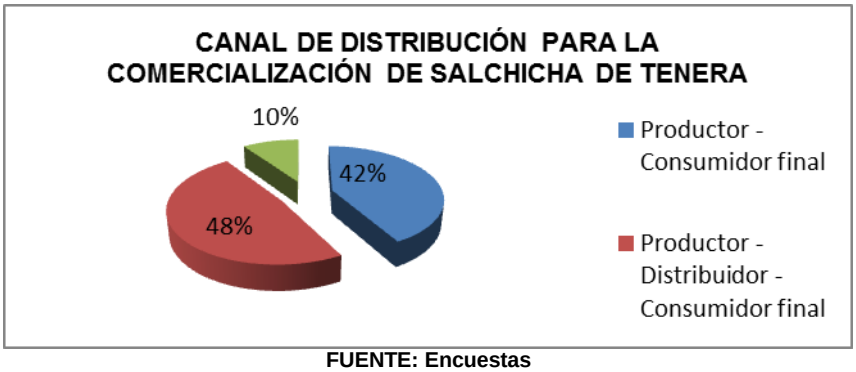
7.- ¿Qué canal de distribución utiliza usted para comercializar la salchicha de ternera?

CUADRO N° 19

Canal de distribución para la comercialización de salchicha de ternera	Frecuencia	Porcentaje
Productor - Consumidor final	13	**42%**
Productor - Distribuidor - Consumidor final	15	**48%**
No expenden	3	**10%**
Total	31	**100%**

FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

GRAFICO N° 17



FUENTE: Encuestas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INTERPRETACIÓN:

Como se observa, el 42% realiza la comercialización a través del canal productor-consumidor final y el 48% productor-distribuidor – consumidor final, mientras que el 10% no expenden salchicha de ternera.

ANÁLISIS:

Lo que determina que el canal de comercialización es productor – distribuidor – consumidor final y en menor media productor- consumidor final.

g) DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL.

La demanda potencial del proyecto está constituida por las 6.651 familias del Cantón Piñas, considerando la tasa de crecimiento de la población que según el I.NE.C. es del 1,18% anual. En este caso la demanda Potencial de una población de 6.651 familias es **6.385** que representa el 96 % de personas que si consumen la salchicha de ternera como parte de la canasta familiar, conforme a la pregunta No. 2, cuadro No. 3 de la encuesta dirigida a los consumidores de salchicha, obteniendo como resultado:

CUADRO Nº 20

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL
0	6.385
1	6.460
2	6.536
3	6.613
4	6.691
5	6.770

FUENTE: Cuadro Nº 5 I.N.E.C. Tasa de crecimiento 1.18%

ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

La proyección de la demanda potencial está realizada en base a la tasa de crecimiento de la población, según fuente proporcionada por I.N.E.C. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

DEMANDA REAL

Para determinar la demanda real, se utilizó el procedimiento matemático del cual si de **377** encuestados, el **96 %** conoce la salchicha de ternera como parte de la canasta familiar, entonces en una población de 6.651 son **6.385** familias las que la conocen.

De la respuesta a la pregunta 4, el 91% manifiesta que consume salchicha de ternera, lo que da como resultado una **demanda real** de **5.810** familias que adquieren y la consumen.

6.385 x 91% = 5.810

CUADRO No. 21

DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	% DEMANDA REAL
2012	6385	5810
2013	6460	5879
2014	6536	5948
2015	6613	6018
2016	6691	6089
2017	6770	6161

FUENTE: Cuadro N° 5

ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA.

Para establecer la demanda efectiva se procedió a utilizar el método matemático que se describe:

De acuerdo a la pregunta 8, de las 377 familias encuestadas que adquieren salchicha de ternera en el Cantón Piñas, 347, equivalente al 92% están

dispuestas a comprarla en la nueva empresa, lo que da como resultado que las **5.345** familias son las que constituyen la demanda efectiva.

5.810 X 92% = 5.345

Luego transformamos a unidades multiplicando el número de familias que están dispuestas a comprar nuestro producto por el promedio percápita de consumo de salchicha anual de ternera que es de 114,4 libras.

5.345x 114,4 = 611.468 libras al año

CUADRO No. 22

PROYECCIÓN ANUAL DE LA DEMANDA REAL Y EFECTIVA DE SALCHICHA DE TERNERA

Años	Demanda Real 91%	Consumo Percápita	Demanda Efectiva
0	5.810	114,4	**611.468**
1	5.879	114,4	**618.711**
2	5.948	114,4	**625.990**
3	6.018	114,4	**633.365**
4	6.089	114,4	**640.835**
5	6.161	114,4	**648.401**

FUENTE: Cuadro N° 9
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

De acuerdo con la investigación realizada, se pudo determinar que en el Cantón Piñas, 31 personas se dedican al expendio de productos cárnicos, pero únicamente 28 personas y/o empresas comercializan salchicha de ternera.

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA.

Promedio de la oferta

Para determinar la oferta total de salchicha de ternera al año, se procedió a elaborar el siguiente cuadro, en el que se demuestra que según la pregunta número 3 a los oferentes existen 31 personas y/o empresas dedicadas a comercializar salchicha de ternera. De ellas, **7** manifestaron vender de 1 a 10 libras semanales; **6** de 11 a 20 libras; **15** de 21 a 30 libras, mientras que 3 no comercializan el producto. Para determinar la oferta promedio, se multiplicó dichos resultados por la media (FxMd), se sumó y dividió para el total de la frecuencia, lo que nos dio la cantidad de producto ofertado semanalmente.

CUADRO No. 23

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA PROMEDIO SEMANAL DE SALCHICHA DE TERNERA

Cantidad	F	Md	FxMd
1 - 10 libras	7	5,5	38
11 – 20 libras	6	15,5	93
21 – 30 libras	15	25,5	382
No comercializan	3		
TOTAL	**31**		**513**

FUENTE: Cuadro Nº 16
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Para determinar la oferta total anual de salchicha de ternera, se ha seguido el siguiente: se ha multiplicado los 513 X las 52 semanas que tiene el año

513 X 52 = 26.676 libras al año.

CUADRO No. 24

PROYECCIÓN ANUAL DE LA OFERTA DE SALCHICHA DE TERNERA EN LIBRAS

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	**26.676**
1	**27.967**
2	**29.320**
3	**30.739**
4	**32.226**
5	**33.785**

FUENTE: CEPAL. Tasa de crecimiento 4.84%
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

La proyección de la oferta está realizada en base a la tasa de crecimiento de los negocios en la provincia de El Oro revelada por la CEPAL.

DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda total de salchicha de ternera y la oferta (**631.717 – 26.676**), lo que da como resultado **605.041** libras de salchicha de ternera como demanda insatisfecha anual .A continuación se presenta la proyección.

CUADRO Nº 25

DEMANDA INSATISFECHA.

Años	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda insatisfecha
0	**611.468**	**26.676**	**585.792**
1	**618.711**	**27.967**	**590.744**
2	**625.990**	**29.320**	**596.670**
3	**633.365**	**30.739**	**602.626**
4	**640.835**	**32.226**	**608.609**
5	**648.401**	**33.785**	**614.616**

FUENTE: Cuadro de demanda efectiva y de oferta
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

Para la ejecución del proyecto es necesario advertir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que permitirá proporcionar juicios anticipados a situaciones posteriores de mercado.

Para realizar el plan de comercialización se analizará las 4Ps.

PRODUCTO.

El producto que se pretende elaborar y ofrecer al mercado es salchicha de ternera elaborada con carne de vacuno, lo que dará la posibilidad de incrementar este nuevo producto a la canasta familiar de nuestros clientes. Además el producto aspira ser de excelente calidad, puesto que será elaborado con carne tierna de animales criados para tal efecto y estará sometido a un estricto control de calidad que le permita diferenciarse y encumbrarse en el mercado, para posicionarse de manera efectiva ante la competencia.

El producto terminado llevará una etiqueta en su anverso en la que constará:

Nombre de la Empresa: "Industria Alimenticia González"
Cárnicos y Embutidos
Productos de Calidad
"SALCHICHA DE TERNERA"
Industriaalimenticia.gonzalezhotmail.com
Lugar de Elaboración: Piñas – El Oro
Tel. 2977871 Cel. 0994540937
Dirección de la Fábrica: Vía La Independencia y Miguel Sangurima

Logotipo.- Es el "*símbolo que utiliza normalmente una empresa o marca para que la identifiquen con más facilidad*"

Slogan: "Busca nutrición total, consuma productos de calidad, salchicha de ternera de Industria Alimenticia González"

En la elaboración de la salchicha de ternera de Industria Alimenticia González se considerará las siguientes características:

Materia prima: Se utilizará 100% carne de vacuno de óptima calidad, teniendo cuidando en el faenado corte y selección, lavado ,molido, cocción, enfriado, empaquetado y sellado, procurando que se realice la presentación con una mezcla de colores que haga agradable el producto tanto a la vista como al paladar.

Tamaño: Se venderá en la cantidad requerida, debidamente empaquetado y sellado.

Diseño: El envasado se hará utilizando fundas para envasado al vacío, a fin de satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

PRECIO.

Los costos de producción y la competencia, nos permitirán determinar el precio de producción de las salchichas de ternera, ya que no será rentable vender la producción a precios inferiores a los producidos, ni a precios superiores a los ofertados por los competidores, lo que facilitará el posicionamiento en el mercado.

Por lo tanto, el precio del producto estará manejado por el costo unitario de producción más un margen de utilidad que será flexible a los cambios del entorno de mercado, debido a que es preciso entrar al mercado con precios competitivos y de fácil accesibilidad, considerando que la empresa por el momento requiere darse a conocer y establecer confianza en los clientes.

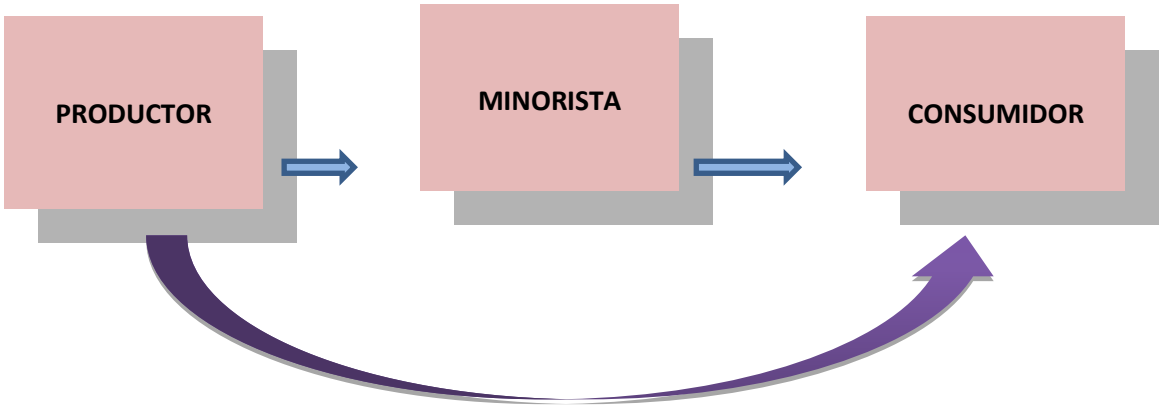
PLAZA.

Para ofertar el producto, se ha considerado como plaza El Cantón Piñas donde se llevará a efecto la comercialización con el objetivo de llegar con el producto hasta el consumidor final. Por lo tanto se utilizará dos canales de comercialización claramente definidos:

1) VENTA DIRECTA DE LA EMPRESA.- El consumidor final podrá realizar los pedidos directamente a la empresa ubicada en el Cantón Piñas, provincia de El Oro.

2) VENTA A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS.- Las ventas se efectuarán a través de establecimientos comerciales del lugar.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



El primer canal indica que la empresa **"Industria Alimenticia González"** venderá las fundas de salchicha empaquetadas y selladas directamente de su fábrica al consumidor final.

El segundo canal permitirá que la empresa comercialice su producto a distribuidores mayoristas, a la vez que estos sub-distribuirán al usuario final.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

En cuanto a la promoción no se realizará ninguna. Con respecto a la publicidad y tomando en consideración que la mayoría de encuestados desean ser informados a través de radio y prensa escrita, se ha considerado destinar un rubro aproximado mensual para el pago de publicidad en radio Elite, Lluvia e Impacto durante un año, con la finalidad de lograr el posicionamiento del producto en el mercado.

La propaganda que se hará por radio, es la siguiente:

Si de excelente nutrición quieres gozar y en tu bolsillo atesorar, consume salchicha de ternera de Industria Alimenticia González, elaborada con materia prima local y a un muy bajo costo.
Ven a Industria alimenticia González, ubicada en Vía La Independencia y Miguel Sangurima

Somos productores, ventas al por mayor y menor

La propaganda que se publicará las hojas volantes será la siguiente:

Si buscas excelente nutrición en el consumo de carne de vacuno, ven a Industria Alimenticia González, ubicada en la Av. La Independencia y Miguel Sangurima.

Piñas, El Oro Ecuador

Tel. 2977871

Para estimar las exigencias empresariales en función del tamaño y localización de la planta, descripción técnica y de procesos de producción, capacidad instalada de la maquinaria y la cantidad de fuerza laboral a utilizar, se detalla el presente estudio técnico que permitirá la puesta en marcha de la empresa propuesta.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Se realiza el estudio de la capacidad de producción de la empresa durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal, tomando

en consideración los productos de reserva, prediciendo los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, considerando la posibilidad de la demanda, lo que permite establecer que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de producción que se plantea ofertar, considerando que la capacidad depende de la naturaleza del proyecto en mención.

En lo referente a la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto trabajar en jornadas normales de 8 horas diarias (7H00 a 12H00 y 14H00 a 18H00), por 52 semanas laborables al año.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el nivel de producción máxima al que podría llegar la empresa utilizando el 100% de la capacidad de cada uno de los factores que comprenden el proceso productivo, estipulada en el tiempo utilizado para las jornadas de trabajo.

La capacidad instalada de la empresa en la utilización de la maquinaria es de **20 libras de salchicha de ternera por hora**, que trabajando jornadas de 8 horas día producirá **160 libras** x 7 días producirá **1.120 libras semana** X 52 semanas da **58.240 libras al año**, para lo cual contará con 2 obreros para el manejo de la maquinaria y el proceso productivo que consiste en saneado y troceado, molido, cuterado, embutido, amarre, cocción, enfriado, empaquetado y sellado del producto.

Para determinar la capacidad instalada utilizaremos una regla de tres simple de la siguiente manera:

Demanda insatisfecha = 590.744

Capacidad Instalada = 58.240

Capacidad máxima de producción

590.744 100% 58.240 X 100
58.240 X ---------- =
9,85%

590.744

Cubriremos el **9,85%** de la demanda insatisfecha.

CUADRO Nº 26

CAPACIDAD INSTALADA

Años	Demanda Insatisfecha	Porcentaje	Capacidad Instalada de
	de salchicha de ternera	%	Salchicha de ternera
1	**590.744**	9,85	58.240
2	**596.670**	9,76	58.240
3	**602.626**	9,6606	58.240
4	**608.609**	9,5654	58.240
5	**614.616**	9,4748	58.240

FUENTE: Cuadro de Demanda Insatisfecha y Capacidad Instalada
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CAPACIDAD UTILIZADA

Una empresa cuando inicia sus actividades no debe utilizar el 100% de su capacidad instalada, porque los factores que intervienen en el proceso de producción no alcanzan el total grado de confianza , por lo que hay necesidad de hacer frente a ciertos componentes que no permiten tener seguridad absoluta, tales como: acceso del producto al mercado, elección de intermediarios, ajuste del proceso de fabricación, adiestramiento de la

fuerza laboral, elección de canales de mercadeo, determinación del monto para difusión y propaganda.

De acuerdo a la oportunidad de introducción del producto en el mercado, es necesario ampliar poco a poco el volumen de capacidad utilizada hasta llegar a su límite máximo permitido. Por ello, para la puesta en marcha del proyecto en el primer año de vida útil se utilizará el 75%, en el segundo el 80% en el tercero el 85%, en el cuarto el 90% y en el último año el 95% de su volumen. En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 27

CAPACIDAD UTILIZADA

Años	Capacidad instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	58.240	75	43.680
2	58.240	80	46.592
3	58.240	85	49.504
4	58.240	90	52.416
5	58.240	95	55.328

FUENTE: Capacidad Instalada
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

Con respecto a los factores determinantes del tamaño del proyecto empresarial, éstos dependen del tipo de proyecto que se va a ejecutar.

Entre los factores predominantes para la presente empresa de producción tenemos: el volumen de mercado; materias primas apropiadas; tecnología de punta; capacidad financiera; disponibilidad de mano de obra; suficiencia

de servicios básicos; medios de transporte al alcance; planes de mejora; y, el establecimiento del proyecto. Dichos componentes tienen relación directa con la inversión y precio de elaboración, debido a que, a menor precio de producción, menor inversión y mayor rentabilidad para la empresa.

b) LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Con la finalidad de abaratar costos, buscar un sitio estratégico para la ubicación de la planta de producción y acrecentar la rentabilidad es preciso buscar la mejor oportunidad para instalarla. Entre los factores a considerar como de mayor importancia tenemos: el mercado, disponibilidad de materia prima y recursos, fácil acceso de los consumidores a la planta, facilidad del transporte y servicios básicos en la cantidad y calidad requeridos.

Los factores preponderantes para la localización de una empresa se analizan desde la macro y micro localización, variando su importancia de una manufactura a otra y en función de sus circunstancias y objetivos concretos.

Macro localización.

Permite definir la zona, ciudad y/o región donde se va a localizar la unidad de producción, en este caso, el Cantón Piñas, provincia de El Oro.

Para conseguir la máxima optimización en la ubicación de la planta productora y comercializadora de salchicha de ternera, es importante considerar la disponibilidad y el fácil acceso de la materia prima a la planta, el clima y la fácil concurrencia de los habitantes

GRÁFICO N° 18

MACRO LOCALIZACIÓN

Fuente: Dirección de Planificación - GPP

Microlocalización.

Es la fase complementaria de la anterior, porque luego de definir de manera general la ubicación del Cantón Piñas, provincia de El Oro, es necesario puntualizar la distribución geográfica del mencionado cantón, para determinar el lugar exacto donde se va a ubicar la empresa, es decir, en la calle Avenida de la Independencia y Miguel Sangurima.

La localización mencionada cuenta con un apreciable número de factores condicionantes favorables como es: fácil acceso a la planta, servicios básicos necesarios (agua, luz y teléfono), apropiado espacio físico para la producción, y el paso obligado de los empleados y trabajadores a sus sitios de trabajo, adecuada infraestructura para la distribución y comercialización del producto.

GRÁFICO N° 19

UBICACIÓN DE LA PLANTA

FUENTE: Municipio de Piñas

ELABORACION: Fabricio Cuenca

La ubicación exacta de la planta está en la avenida La Independencia, Salida a la Costa y Miguel Sangurima.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Es la parte del proyecto que por su naturaleza queda fuera del ámbito de acción de la economía, sin embargo es necesario que éste disponga de ciertos elementos de juicio generales que permitan organizar el equipo a cargo de la elaboración del proyecto, a fin de ordenar sistemáticamente los coeficientes e indicadores que originándose en el estudio de ingeniería puedan integrarse al cuerpo del proyecto.

La estructuración de la ingeniería permitirá planificar aspectos tales como: Instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física, de la planta, así como conocer el personal a utilizar.

PROCESO PRODUCTIVO.

Con la finalidad de demostrar la secuencia del proceso productivo a seguir para la transformación de la materia prima en el producto terminado propuesto, salchicha de ternera, se orienta el proceso a seguir:

PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

ETAPAS PREVIAS A LA INICIACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Recepción y Selección de la materia prima

Se selecciona la carne de ternero magra de vacunos jóvenes, con poco tejido conectivo, la cual debe estar refrigerada

Troceado

Las piezas de carne seleccionadas se cortan en trozos pequeños de aproximadamente 7 x 7 cm., se lavan con agua limpia y seguidamente se congelan por 24 horas, para reducir la contaminación y facilitar la operación de molido.

Molido

Se desmenuzan y se cortan finamente los músculos, grasas y nervios mediante máquina de picar, con el propósito de mantener el sabor propio del vacuno.

Cuterado, embutido y amarradura

Molida la carne se procede a realizar el cuterado, embutido y la amarradura.

Cocción

Es un proceso por el cual la salchicha de ternera con la ayuda de la acción térmica (calor), experimenta cambios físicos, químicos y/o biológicos, que involucran alteraciones en su aspecto, textura, composición química, sabor y valor nutritivo, todo con la función de convertirla en algo más digerible, apetecible, nutritivo y saludable debido a la destrucción de agentes patógenos y microorganismos favoreciendo también su conservación.

Enfriada

Consiste en someter al producto a bajas temperaturas (0ºC a +7ºC) con el propósito de mantener una excelente conservación, evitando la descomposición y proliferación de bacterias

Empaquetado y Sellado

Enfriadas y refrigeradas las salchichas se procede a empaquetar y sellar el producto con el fin de ponerla a la venta.

A continuación se demuestra mediante el diagrama de procesos la manera como se va a elaborar el producto

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Selección y Recepción de la materia prima

Para el proceso de producción se seleccionará la carne vacuna de excelente calidad, la misma que se la saneará durante una hora aproximadamente y posteriormente se procede al molido.

Troceado

Consiste en el cortar la carne en cuadrados pequeños, una vez troceada la materia primera en un tiempo aproximado de quince minutos, se procede al lavado y mantenimiento a través del proceso de refrigeración, evitando la proliferación de microorganismos contaminantes, para proceder al molido.

Molido

El molido consiste en el corte de músculos, tendones y nervios, este procedimiento tiene una duración de 30 minutos.

Cuterado, embutido y amarradura

Luego de la obtención de la carne molida se procederá a cuterar, embutir y a la amarradura, este procedimiento se llevará a efecto durante una hora y treinta minutos para posteriormente pasar al proceso de cocción.

Cocción

Esta operación culinaria basada en la utilización del calor, permite la cocción de la salchicha de ternera durante una hora y cuarenta y cinco

minutos lo que no solo favorece la conservación del producto sino también facilita la difusión de sabores y permite que esta sea digerible.

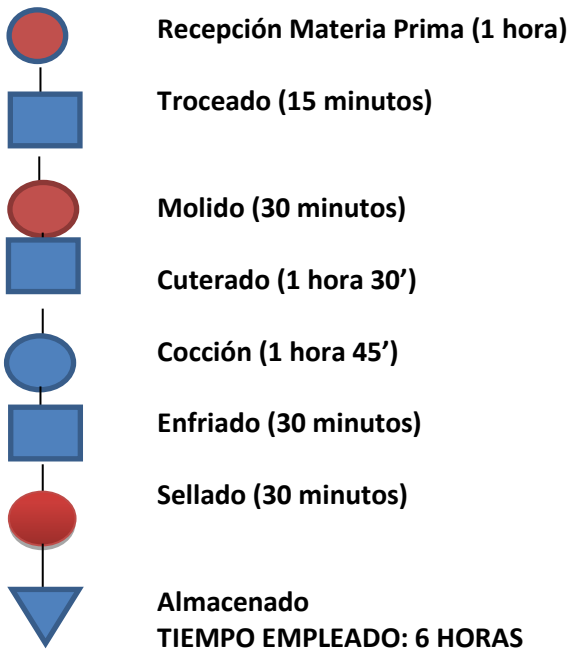
Enfriado

Para este procedimiento es necesario colocar el producto en un refrigerador durante 30 minutos, lo que facilita la conservación de la salchicha de ternera, evitando la descomposición y proliferación de bacterias.

Empaquetado y Sellado

A través de la utilización de una máquina empaquetadora y selladora al vacío se procede a envasar la salchicha de ternera de acuerdo a la presentación que se expenderá en el mercado, este procedimiento se llevará a efecto en un tiempo estimado de 30 min

FLUJO DE PROCESO DE LA ELABORACIÓN DE LA SALCHICHA DE TERNERA



ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE SALCHICHA DE TERNERA.

Fase	Operación	Inspección	Operación e Inspección	Espera	Transporte	Almacenamiento	Funcionarios	Descripción del proceso productivo	Tiempo (horas y minutos)
1	●				⇨		P	Selección, recepción de la materia prima	1 hora
2	●						A	Troceado	15 min.
3	●						M	Molido	30 min.
4	●						B	Cuterado, embutido y amarradura	1 hora 30’
5	●						B	Cocción	1 hora 45’
6	●						A	Enfriado	30 min.
7	●					▼	P	Empaquetado y sellado	30 min.
					1	1	0	TOTAL	6 horas

ELABORACION: Fabricio Cuenca

HOJA DE RUTA DEL PROCESO PRODUCTIVO INDUSTRIA ALIMENTICIA GONZÁLEZ, CÁRNICOS Y EMBUTIDOS

OPERACIÓN	DESCRPCION	SECCIONES	MAQUINARIAS O HERRAMIENTAS	TIEMPO
1	SELECCIÓN, RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA	1		1 hora
2	TROCEADO	1	Cuchillas	15 minutos
3	MOLIDO	1	Molino de carne	30 minutos
4	CUTEADO, EMBUTIDO Y AMARRADURA	1	Maquina cuteadora	1 hora 30’
5	COCCIÓN	1	Caldero	1 hora 45’
6	ENFRIADO	1	Refrigerador	30 minutos
7	EMPAQUETADO Y SELLADO	1	Máquina empacadora y selladora al vacío	30 minutos
	TOTAL	7		6 horas

ELABORACION: Fabricio Cuenca

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA

MÁQUINA TROCEADORA DE CARNE

FUENTE: Representaciones, Maside
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Realiza la limpieza y troceado de la carne congelada de acuerdo al tamaño deseado

MÁQUINA: CUTERADORA, EMBUTIDORA Y AMARRADURA

FUENTE: Almacenes Juan Eljuri,
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

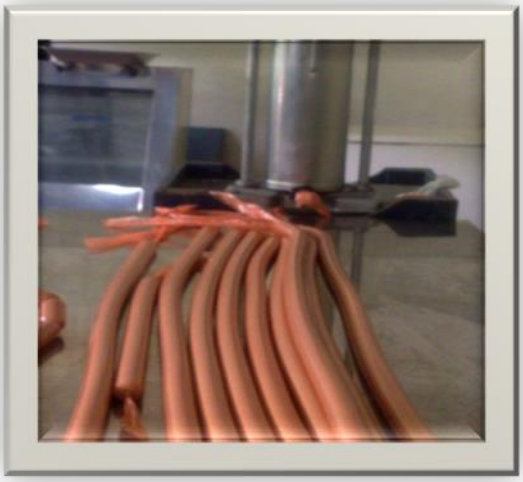
Esta máquina procede a cortar en trozos muy pequeños la carne, los músculos y los tendones, la embute en el envase artificial y realiza la amarradura

MOLINO DE CARNE

FUENTE: Almacenes Juan Eljuri
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Efectúa el molido de la carne de acuerdo a los requerimientos del proceso productivo

CALDERO



FUENTE: Almacenes Serdela
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Sirve para la actividad culinaria de cocción de la salchicha

ESTRUCTURA DE ACERO PARA ENFRIAMIENTO DE LA SALCHICHA

FUENTE: Almacenes Loayza
Elaboración: Fabricio Cuenca

Está elaborada con aceros inoxidables contiene cromo, níquel y otros elementos de aleación, que los mantienen brillantes y resistentes a al

herrumbre y oxidación a pesar de la acción de la humedad o de ácidos y gases corrosivos.

Aquí se coloca el producto para airearlo y secarlo de forma natural.

MÁQUINA EMPACADORA Y SELLADORA AL VACIO JUMBO 42 XL

FUENTE: Almacenes Serdela
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Esta máquina sirve para empacar y sellar el producto en porciones de 2 libras cada uno.

FRIGORÍFICO EXHIBIDOR DE EMBUTIDOS

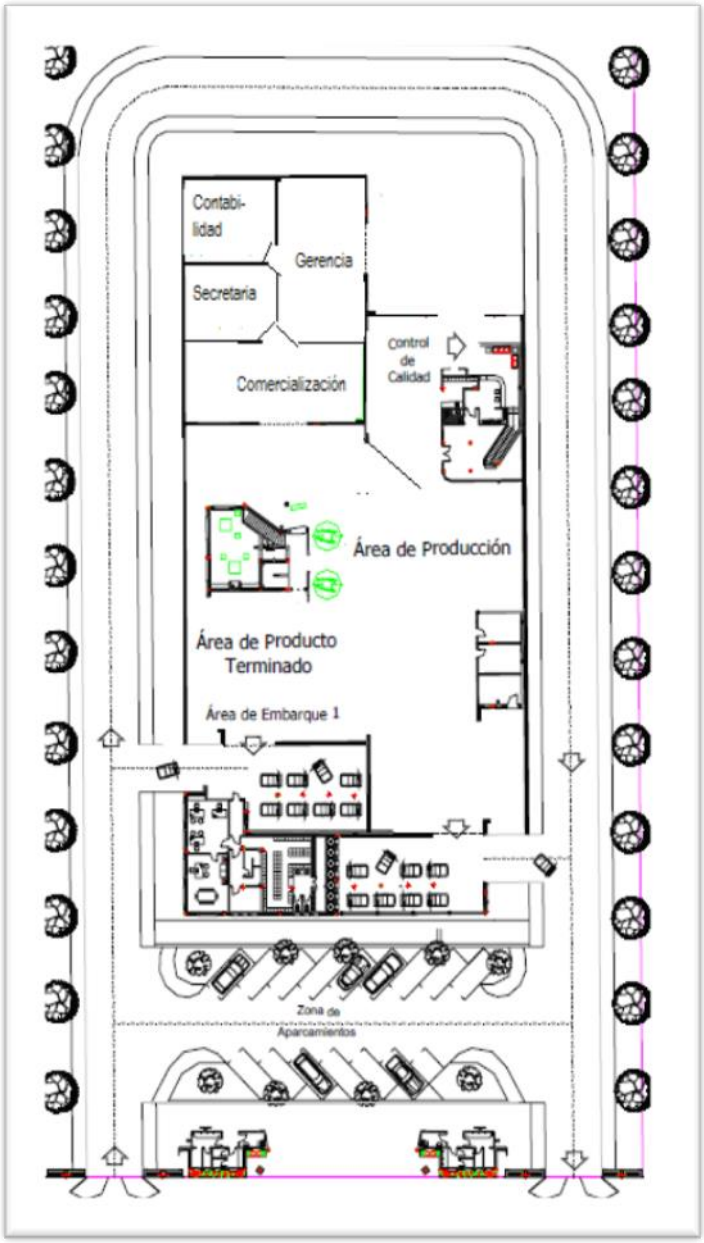
FUENTE: Almacenes Loayza
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Este frigorífico exhibidor sirve para el mantenimiento de embutidos en óptimas condiciones de frescura e higiene.

Distribución Física de la planta de producción

Para el desarrollo adecuado para las actividades de la empresa se contará con un local propio de 400 m2. que dispone de la infraestructura y servicios básicos requeridos, distribuido así:

GRÁFICO N°22
DISTRIBUCION FISICA DE LA PLANTA



ELABORADO: Fabricio Cuenca

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Al momento de iniciar las actividades operacionales de la empresa, es necesario contar con una apropiada organización que permita la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que formará parte de la misma, de manera que se consiga eficacia, calidez y aptitud para el desempeño de las actividades asignadas.

ORGANIZACIÓN JURÍDICA

BASE LEGAL

Para la estructura jurídica se ha previsto la conformación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, conforme el Art. 93 de la Ley de Compañías, que dice :La Compañía de Responsabilidad Limitada se contrae entre tres o más personas, que sólo responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, acompañada de la abreviatura Cía. Ltda., cuya estructura se adapta al concepto de pequeña, y mediana empresa (Pymes) para beneficiarse de las ventajas que ofrece este tipo de compañía.

La Razón Social será **“Industria Alimenticia González, Cárnicos y Embutidos.”**

ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTICIA GONZÁLEZ CÁRNICOS Y EMBUTIDOS

En el Cantón Pinas, provincia de El Oro a los tres días del mes de abril de 2013, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Jorge Añasco

Carrión, se reúnen personas naturales que gozan de todos los derechos y han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fines de lucro, la que tendrá por objeto la producción y comercialización de salchicha de ternera, para solicitar la elaboración de la minuta constitutiva que a continuación se detalla:

MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA "EMPRESA INDUSTRIAL ALIMENTICIA GONZÁLEZ, CÁRNICOS Y EMBUTIDOS CÍA. LTDA."

Señor Notario:

Dígnese insertar el Libro de Registro de Compañías la minuta que a continuación detallo:

En el Cantón Pinas, provincia de El Oro, comparecieron la señora Nube Cecilia Romero Paz, portadora de la cédula de ciudadanía número 0702297300, de estado civil casada, el señor Fabricio Cuenca Velasco, de estado civil casado, portador de la cédula de ciudadanía número 0703957522 y la señora Xismenia Morales Rodríguez, portadora de la cédula de ciudadanía número 0704891365, de estado civil casada, de nacionalidad ecuatorianos, mayores de edad, capaces de contratar, quienes solicitaron se inscriba la minuta de constitución bajo las siguientes clausulas:

PRIMERO.- CONSTITUCIÓN: Que actuando por sus propios derechos e intereses y bajo su responsabilidad acordaron reunirse para constituir una

empresa productora y comercializadora de salchicha de ternera, de responsabilidad limitada, que por esta escritura se constituye, y operará bajo la razón social, **INDUSTRIA ALIMENTICIA GONZÁLEZ, CÁRNICOS Y EMBUTIDOS CÍA. LTDA.** cuyo domicilio será el Cantón Piñas, provincia de El Oro.

SEGUNDA.- OBJETO SOCIAL: El objeto principal de la empresa será realizar las actividades de: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SALCHICHA DE TERNERA.

TERCERA.- CAPITAL: El capital social de la empresa es de $ 1.800,00 dólares americanos, dividido en acciones de $ 10,00 cada acción, que ha sido pagado y depositado íntegramente en la cuenta denominada de Integración de Capital No. 1250018716 del Banco de Machala por los socios fundadores, conforme al siguiente detalle:

NOMBRE DEL SOCIO	NUMERO DE ACCIONES	VALOR CAPITAL APORTADO
Nube Cecilia Romero Paz	60	$ 600,00
Fabricio Cuenca Velasco	60	$ 600,00
Xismenia Morales Rodríguez	60	$ 600,00
TOTAL	180	$1.800,00

La responsabilidad de los socios queda limitada al monto de sus aportes.

CUARTA.- FORMALIDAD: La sociedad llevará un libro de Registro de Socios, inscrito en la Cámara de Comercio de la ciudad de Machala, y en la Súper Intendencia de Compañías de la misma ciudad, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación, número de

acciones y monto del capital aportado por cada socio, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun a través de la vía de liquidación o remate.

QUINTA.- ADMINISTRACIÓN: La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La Junta General de Accionistas y/o Socios, b) el Presidente, c) el Gerente.

La Junta General de socios la integrarán los socios reunidos con el quórum de por lo menos el 80% y bajo las demás condiciones establecidas en este Estatuto.

SEXTA.- FUNCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: son las siguientes:

Estudiar y aprobar las reformas estatutarias;

Examinar, aprobar o corregir los Balances de fin de ejercicio y las cuentas rendidas por los administradores;

Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en la Ley y el presente Estatuto;

Elegir y remover libremente al Presidente y Gerente, así como fijar la remuneración del último;

Elegir, remover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección;

Conocer y aprobar los informes presentados por el Gerente en las reuniones ordinarias y cuando la misma Junta lo solicite;

Constituir las reservas que deba hacer la sociedad y demostrar su inversión provisional;

Resolver lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios;

Decidir sobre el registro y exclusión de socios;

Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales y el representante legal o contra cualquier otra persona que no hubiere cumplido sus obligaciones u ocasionado daños y perjuicios a la sociedad;

Autorizar la solicitud de celebración de convenio provisorio facultativo;

Constituir apoderados extrajudiciales, precisándoles sus facultades; y

Las demás que le asigne la Ley y este Estatuto.

SÉPTIMA.- DEL PRESIDENTE: La representación de la Compañía estará a cargo del Presidente, quien la representará en todos los actos de tipo legal y financiero y cumplirá con las siguientes disposiciones a más de las que por Ley le corresponden:

Representará y rubricará las actividades legales

Convocará a Junta General de Socios, cuando las dos terceras partes así lo dispongan.

Dictará las políticas de la empresa, derivadas de la Junta de Accionistas

Posesionará al Gerente nombrado por la Junta de Accionistas

Se constituirá en apoderado judicial para la defensa de los intereses de la compañía.

Firmará los desembolsos mayores de $ 2.000,00 y hasta los $ 5.000,00 dólares americanos.

OCTAVA: DEL GERENTE.- Será el representante legal de la sociedad, y en caso de ausencia temporal y/o definitiva lo remplazará el delegado del Presidente en representación de la Junta General de Accionistas, con idénticas atribuciones.

El Gerente tendrá facultades para ejecutar los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, cumplirá las siguientes funciones:

a) Uso de la firma o razón social;

b) Designar al secretario de la compañía, que será también secretario de la Junta General de Socios.

c) Designar los demás empleados que requiera para el normal funcionamiento de la empresa y fijarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por Ley o por el presente Estatuto deban ser designados por la Junta General de Accionistas.

d) Corresponde al Secretario llevar los libros de Registro de Socios y de Actas de la Junta General y tendrá además, las funciones adicionales que le encomiende la misma Junta y el Gerente.

e) Presentar un informe de su gestión a la Junta General de socios en las reuniones ordinarias y efectuar un análisis del Balance General de fin de ejercicio con un proyecto de sugerencias para la distribución de utilidades;

f) Convocar previa disposición de la Junta General de Socios a reuniones ordinarias y extraordinarias;

g) Cumplir y hacer cumplir las políticas y disposiciones de la Junta General y del Presidente de la Compañía.

h) Firmar los desembolsos de dinero hasta $ 5.000,00 dólares americanos y cuando excedan de este valor solicitará autorización al Presidente y a la Junta General de Accionistas.

NOVENA.- REUNIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: Las reuniones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres primeros meses siguientes al vencimiento del ejercicio fiscal, previa convocatoria del Presidente, hecha mediante comunicación a través de un medio de comunicación escrito y dirigida a cada uno de los socios con ocho (8) días hábiles de anticipación, por lo menos. Si convocada la junta ésta no se reuniere, o si la convocatoria no se hiciere con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del cuarto mes del

año en curso, a las 17H00, en las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, analizar y aprobar las cuentas y Balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades previo informe de sugerencias del Gerente y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, previa convocatoria del Presiente y Gerente y/o a solicitud de un número de socios representantes de por lo menos la cuarta parte de los integrantes del Capital Social.

La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará en la misma forma que para las ordinarias, pero con una anticipación de cinco (5) días comunes, a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y Balances Generales de fin de ejercicio, en cuyo caso se hará con la misma anticipación prevista para las ordinarias. Las reuniones de la Junta General de Socios se efectuarán en el domicilio social. Sin embargo, podrá reunirse válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de las cuotas que integran el capital social.

DECIMA: RESERVA LEGAL.- La sociedad formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir aplicando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

La Junta General de Socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas. Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos. Hechas las deducciones por este concepto y las reservas que acuerde la Junta General de Socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción al Capital aportado.

DECIMA PRIMERA: CORTE DE CUENTAS.- Anualmente, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se hará el Inventario y el Balance General de fin de ejercicio que, junto con el respectivo Estado de Pérdidas y Ganancias, el informe del Presidente Gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se pondrá a consideración de la Junta General de Socios para su aprobación.

DECIMA SEGUNDA: CESIÓN DE CUOTAS: Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas de aportación, lo que implicará una reforma estatutaria que

se hará por escritura pública, previa aprobación de la Junta de Socios (y autorización de la Superintendencia de Compañías

La escritura será otorgada por el representante legal de la compañía, el cedente y el cesionario. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios a través del representante legal de la compañía, quien dará traslado por escrito para que dentro de los siguientes quince (30) días hábiles, manifiesten su interés en adquirirlas. El precio, plazo y demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta. Transcurrido este plazo, los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecentará a los demás, también a prorrata. Si los socios interesados en adquirir las cuotas no estuviesen de acuerdo respecto del precio o plazo; se designarán peritos, para su fijación, conforme al procedimiento legal, y serán obligatorios para las partes.

DECIMA TERCERA.- TÉRMINO: La sociedad durará por el término de cincuenta años (50 años), contados desde la fecha de inscripción de la presente escritura y se disolverá por las siguientes causas:

a) Por vencimiento del término de su duración. Si antes no fuere prorrogado válidamente;

b) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuyo motivo constituye su objeto;

c) Por incremento del número de socios a más de veinticinco (25);

d) Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria de la sociedad;

e) Por decisión de la Junta General de Socios, adoptada conforme a las disposiciones para las reformas estatutarias y a las prescripciones de Ley;

f) Por decisión de la autoridad competente en los casos expresamente previstos en la Ley;

g) Cuando las pérdidas reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (50%)

h) La sociedad continuará (salvo estipulación en contrario) con los herederos del socio difunto en la forma como lo prescribe la Ley; y,

i) Por las demás causales señaladas en la Ley.

Disuelta la sociedad, se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma legal prevista. El nombre de la sociedad (o su razón social, según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión “en liquidación”. Su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatario en las responsabilidades establecidas en la Ley.

DECIMA CUARTA: - LIQUIDACIÓN - La liquidación del Patrimonio Social se hará a través de un liquidador y/o su suplente, nombrado por la Junta General de Socios. El nombramiento se inscribirá en el Registro Mercantil. Si la Junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figure inscrita como representante legal de la sociedad en el Registro Mercantil y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si

así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre bienes de la sociedad y sea designado liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la Junta General de Socios. Por tanto, si transcurridos treinta (30) días hábiles desde la fecha en que se designó liquidador, no se hubieren aprobado las mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador. El liquidador informará a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico de mayor circulación en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de comercio del cantón.

Durante el período de liquidación la Junta General de socios se reunirá en las fechas indicadas en El Estatutos para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores (y por el revisor fiscal si lo hubiere). Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna a los socios, pero podrá distribuirse entre ellos la parte de los activos que exceda el doble del pasivo inventariado y no cancelado al momento de hacerse la distribución.

El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre preferencia de créditos. Cuando haya obligaciones condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaren a hacerse exigibles, y se distribuirá entre los socios, en caso contrario.

Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación.

DECIMA SEXTA: - ARBITRAJE- Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitraje designado por la Oficina de Sorteos de la Corte Suprema de Justicia de Machala, provincia de El Oro, mediante sorteo entre los árbitros inscritos en las listas que llevan dicha Corte.

Para constancia de lo actuado firman en unidad de acto, los involucrados.

f) Abogado: _____

f) Socios: _____

f) el Notario: _____

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA INTERNA

Para la operatividad de la empresa, es ineludible contar con una adecuada organización que permita la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que laborará en la misma, de manera que se alcance eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.

NIVEL ADMINISTRATIVO

Para el inicio de las actividades empresariales es indispensable establecer un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles de autoridad y responsabilidad de quienes tienen a su cargo la administración legislación, ejecución, asesoría, operatividad y apoyo al desempeño de funciones.

Nivel Legislativo

Constituye el primer nivel estructural de la empresa, lo conforma la Junta General de Socios, que es la encargada de dictar normas, políticas, leyes y reglamentos de la empresa.

Nivel Ejecutivo

Está conformado por el Gerente quien es designado directamente por la Junta General de Socios, entre sus funciones principales está ejecutar las políticas decididas por la Junta General de Accionistas, a más de Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar la marcha de la empresa a ejecutar.

Nivel Asesor

Estará representado por el Asesor Jurídico, que será contratado temporalmente, se encargará de asesorar y ejecutar lo referente a la parte legal y laboral de la empresa.

Nivel Auxiliar o de Apoyo

El nivel Auxiliar estará conformado por la Secretaria de la empresa, quien dará apoyo directo a la Junta General de Accionistas, Presidencia y Gerencia, prestando un servicio oportuno, ágil y eficiente así como a todos los niveles de la empresa.

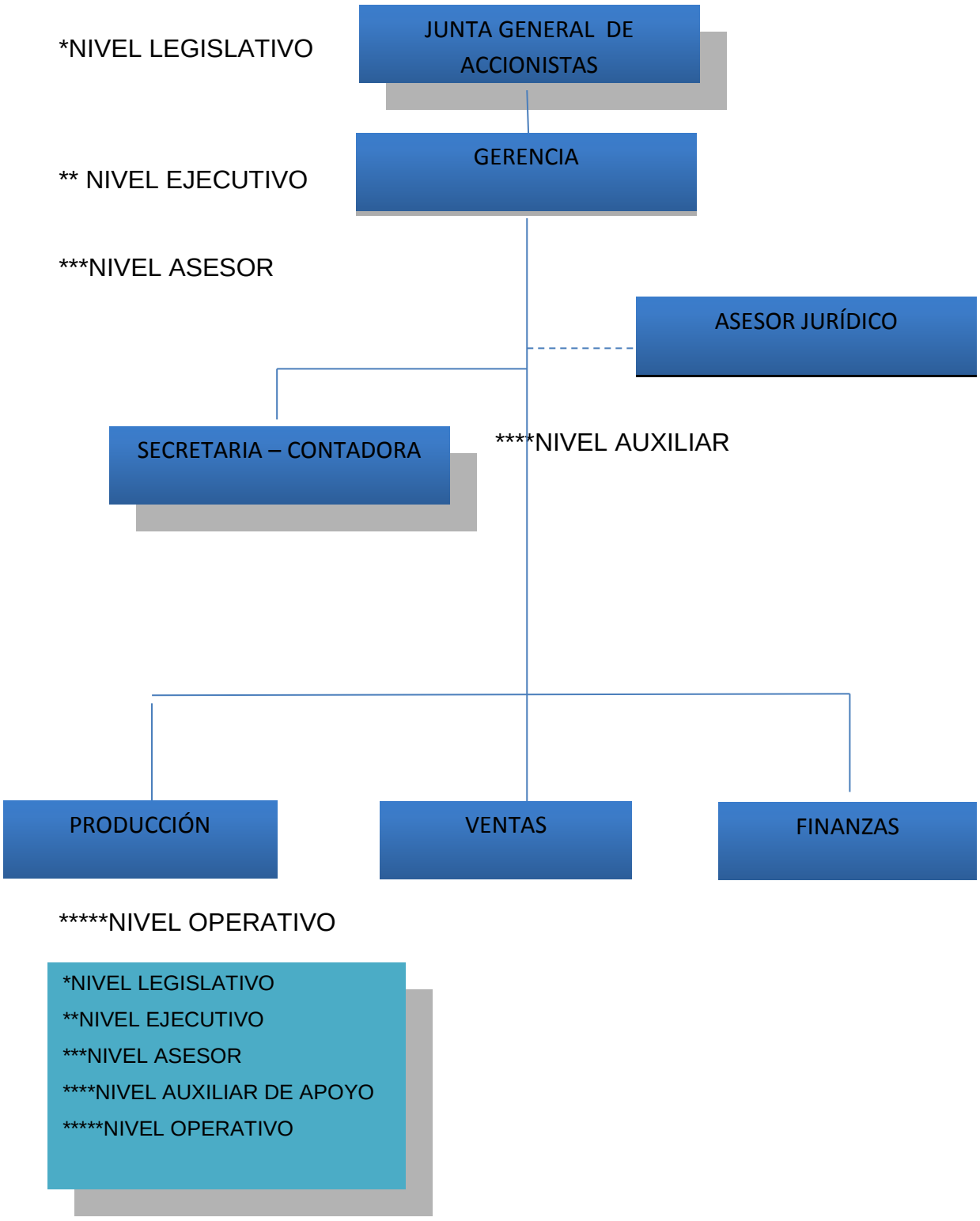
Nivel Operativo

Es la parte fundamental de la empresa, colabora con toda la organización empresarial. Está conformado por la parte operativa de la organización en las actividades de Producción, Comercialización y Finanzas.

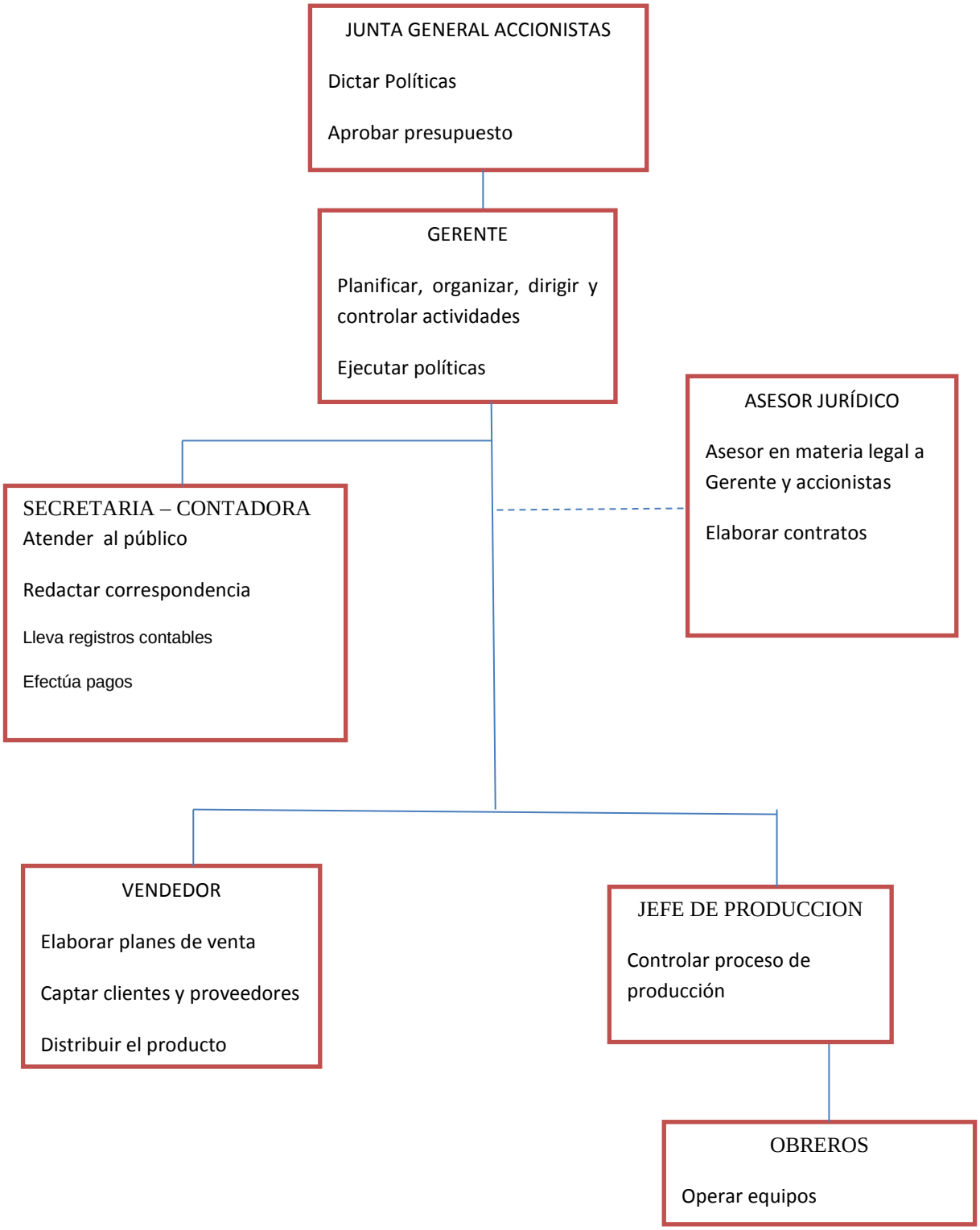
ORGANIGRAMA

Los organigramas estructural y funcional permiten visualizar la estructura, funciones y las relaciones de autoridad y responsabilidad que se manejan en la empresa. A continuación se detallan los mismos:

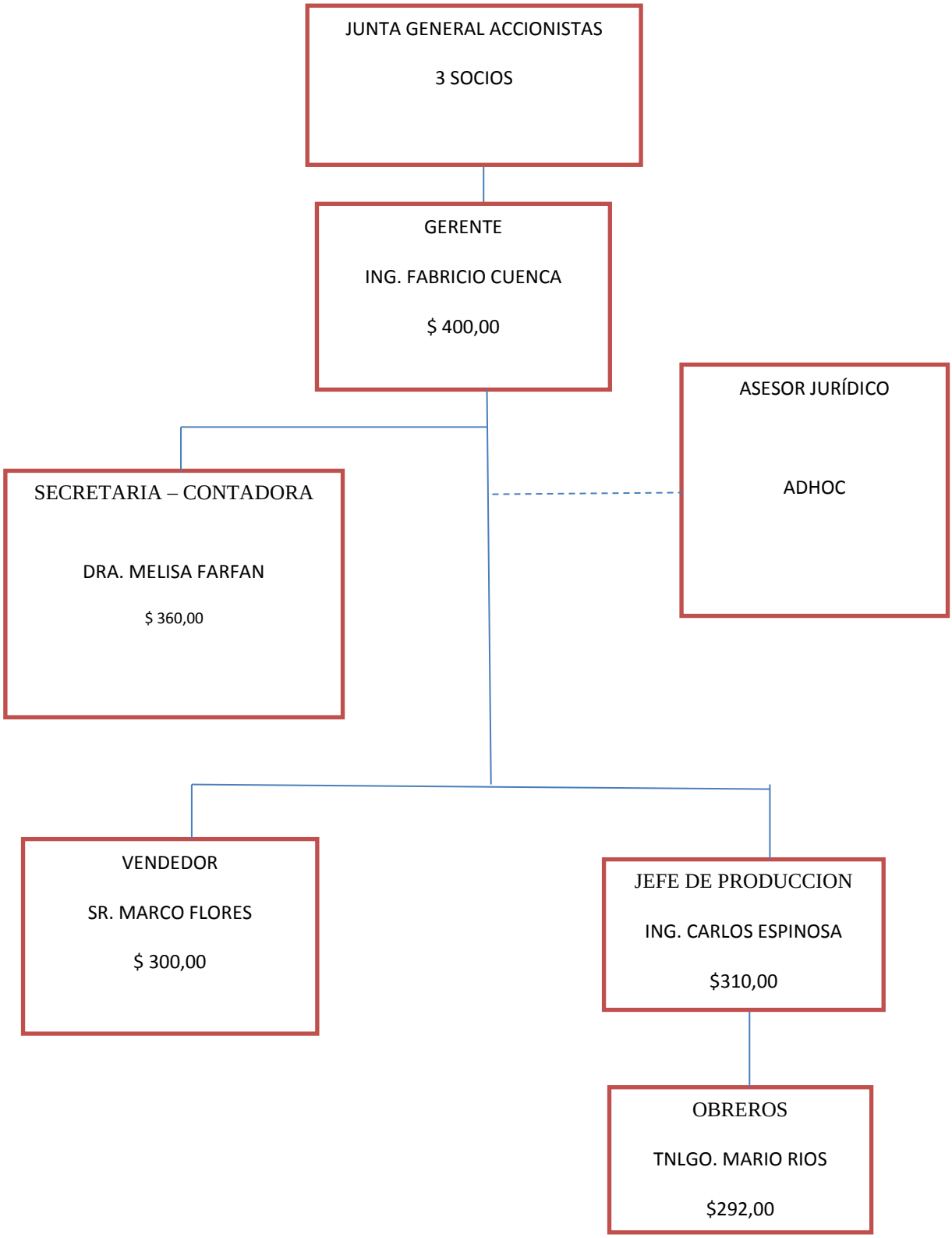
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
"EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTICIA GONZÁLEZ, CÁRNICOS Y EMBUTIDOS CÍA. LTDA."



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTICIA GONZÁLEZ, CÁRNICOS Y EMBUTIDOS CÍA. LTDA.”



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA INDUSTRIA ALIMENTICIA GONZÁLEZ, CÁRNICOS Y EMBUTIDOS CÍA. LTDA.”



MANUAL DE FUNCIONES

NIVEL: **EJECUTIVO**

CÓDIGO: **01**

TÍTULO DEL PUESTO: **Gerente**

NATURALEZA DEL TRABAJO: **Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.**

TAREAS TÍPICAS:

Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).

Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización.

Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (JGA).

Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGA.

Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.

Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto y suscribir documentos en representación de la empresa

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

El puesto requiere:

- **don de mando**
- **liderazgo**
- **responsabilidad económica y financiera**
- **trabajo bajo presión**
- **cumplimiento de metas**
- **nivel de gestión óptimo.**

REQUISITOS MÍNIMOS:

Instrucción Formal: Superior

Título: Ingeniero Comercial

Experiencia: Un año en actividades afines

Capacitación: Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos

NIVEL:**ASESOR**
CÓDIGO: **02**
TÍTULO DEL PUESTO: **Asesor Jurídico**
NATURALEZA DEL TRABAJO: **Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.**
TAREAS TÍPICAS: **Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.** **Elaborar contratos de trabajo.** **Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la JGA.** **Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.** **Las demás que por disposición superior le sean requeridas.**
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: • **Ética profesional,** • **su participación es eventual,** • **recomienda toma de acciones,** • **no tiene poder de decisión.**
REQUISITOS MÍNIMOS: **Instrucción Formal: Superior** **Título: Abogado de los Tribunales de Justicia** **Experiencia: Dos años en funciones similares** **Capacitación: Manejo de informática básica.**

NIVEL: **AUXILIAR O DE APOYO**
CÓDIGO: **03**
TÍTULO DEL PUESTO: **SECRETARIA-CONTADORA**
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de redacción de documentos, archivo de correspondencia, manejo de registros contables y atención al público.
TAREAS TÍPICAS: **Atender al público.** **Redactar oficios, memorando, circulares internas y actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.** **Registrar operaciones contables para obtener Estados Financieros** **Elaborar conciliaciones bancarias y roles de pago** **Registrar y mantener el Kárdex de suministros y materiales.** **Elaborar órdenes de compra y pago a proveedores.** **Consolidar, revisar y verificar que las facturas se encuentren debidamente legalizadas.** **Archivar, mantener y custodiar la documentación de la empresa** **Elaborar planillas IESS, SRI.** **Las demás que por disposición superior le sean requeridas.**
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: • **Eficiencia,** • **responsabilidad y** • **ética profesional.**
REQUISITOS MÍNIMOS: **Instrucción Formal: Superior** **Título: Tecnóloga en Gestión Administrativa y Contable** **Experiencia: Un año en funciones similares** **Capacitación: Manejo de sistema informático secretarial y contable, Conocimiento de leyes tributarias y laborales.**
NIVEL: **OPERATIVO**
CÓDIGO: **04**
TÍTULO DEL PUESTO: **Jefe de Producción**
NATURALEZA DEL TRABAJO: Dirigir y organizar las labores de producción y

mantenimiento de equipo de la empresa.
TAREAS TÍPICAS: **Cumplir disposiciones del nivel superior.** **Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.** **Realizar el control de calidad durante el proceso de producción.** **Elaborar notas de pedido de materia prima.** **Las demás que por disposición superior le correspondan.**
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: • **Actitud positiva,** • **iniciativa,** • **responsabilidad y** • **ética profesional.**
REQUISITOS MÍNIMOS: **Instrucción Formal: Superior** **Título: Tecnólogo en Industria de los alimentos** **Experiencia: Dos años en funciones similares** **Capacitación: Manejo de programas informáticos para manejo de programas alimenticios,** **Cursos de relaciones laborales y riesgos de trabajo.**

NIVEL: **OPERATIVO**
CÓDIGO: **05**
TÍTULO DEL PUESTO: **Vendedor**
NATURALEZA DEL TRABAJO: Diseñar estrategias de distribución y comercialización de productos alimenticios.
TAREAS TÍPICAS: **Planificar actividades de comercialización del producto.** **Establecer contactos con clientes y proveedores.** **Elaborar planes de venta.** **Captar nuevos clientes.** **Distribuir el producto.** **Las demás que por disposición superior le sean requeridas.**
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: • **Iniciativa,** • **creatividad y** • **don de gentes para ejecución de su trabajo.**
REQUISITOS MÍNIMOS: **Instrucción Formal: Superior** **Título: Tecnólogo en Marketing y Ventas** **Experiencia: Un año en labores similares** **Capacitación: Manejo de programas informáticos de diseño gráfico, curso de relaciones humanas.**

NIVEL: **OPERATIVO**
CÓDIGO: **06**
TÍTULO DEL PUESTO: **Obreros**
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.
TAREAS TÍPICAS: **Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.** **Efectuar las labores de envasado de los productos.** **Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.** **Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.** **Las demás que por disposición superior le sean requeridas.**
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: • **Eficiencia,** • **responsabilidad y** • **ética profesional.**
REQUISITOS MÍNIMOS: **Instrucción Formal: Media** **Título: Bachiller en Industria de los alimentos** **Experiencia: un año en funciones similares** **Capacitación: Manejo y conservación de alimentos.**

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero determina el monto total y su financiamiento. Dicha determinación cuantitativa la obtenemos mediante los estudios anteriores.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

Activos Fijos

Activos Intangibles o Diferidos y,

Activo Circulante o Capital de Trabajo

a) ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.

La empresa cuenta con los siguientes activos fijos:

Maquinaria/ Equipo Según el estudio técnico el presupuesto para maquinaria y equipo asciende a $ 19.540,00 dólares. La depreciación de la maquinaria se la realiza con el 20% de acuerdo a la tabla otorgada por el SRI.

CUADRO Nº 28

PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO

UNIDADES	DENOMINACIÓN	V/UNITARIO	V/TOTAL
1	Embutidora	3.500,00	3.500,00
1	Molido de carne	3.500,00	3.500,00
1	Mezcladora de 60 Kg	7.000,00	7.000,00
1	Mesa de acero inoxidable	200,00	200,00
1	Tanque de cocción	400,00	400,00
1	Termómetro	40,00	40,00
1	Empacadora	4.000,00	4.000,00
1	Selladora	200,00	200,00
1	frigorífico exhibidor	700,00	700,00
TOTAL		19.540,00	19.540,00

FUENTE: Comercial Loayza
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 29
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

Valor en Libros	Porcentaje	Valor Residual	Valor a Depreciar
19.540,00	20%	**3.908,00**	**15.632,00**

FUENTE: SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (S.R.I)
Elaboración: Fabricio Cuenca

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 20%

= 19.540,00 x 0,2

= 3.908,00

Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= 19.540 – 3.908,00 = 15.632,00/ 5

= 3.126,40

CUADRO N° 30
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO
VALOR ACTIVO: 19.540
5 AÑOS DE VIDA UTIL **20% DEPRECIACIÓN**

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	19540			19540
1	19540	3908		15632
2	15632		3908	11724
3	11724		3908	7816
4	7816,00		3908	3908,00
5	3908,00		3908	0,00

FUENTE: Presupuesto de Maquinaria y Equipo

AUTOR: Fabricio Cuenca

MUEBLES Y ENSERES

Escritorio ejecutivo	1
Silla giratoria	1
Archivador	1
Silla	4
Estantes	1
Mesas grandes	1

EQUIPO DE OFICINA

Computadora	1
Impresora	1
Teléfono	1

En cuanto a muebles de oficina que requiere la empresa, estos ascienden a un valor de $ 1.930,00 dólares, y, tienen una depreciación del 10% que se indica a continuación:

CUADRO Nº 31

PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio ejecutivo	3	200.00	600.00
Silla giratoria	3	55.00	165.00
Sillas	4	40.00	160.00
Estantes	2	150.00	150.00
Archivadores	1	150.00	150.00
Mesas grandes	1	80.00	80.00
Computadora	1	865.00	865.00
Impresora	1	180.00	180.00
Teléfono	1	90.00	90.00
TOTAL			**2.440,00**

FUENTE: Comercial Loayza
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 32
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES DE OFICINA

Valor en Libros	Porcentaje	Valor Residual	Valor a Depreciar
2.440,00	**10%**	**244,00**	**1.196,00**

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (S.R.I)
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 2.440 x 10

= 244,00

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= 2.440 – 244,00 = 2.196,00 / 10

= 219,60

CUADRO N°33
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA
VALOR ACTIVO: 2.440
10 AÑOS DE VIDA UTIL **10% DEPRECIACIÓN**

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	2.440			2.440
1	2.440	244		2.196
2	2.196		244	1.952
3	1.952		244	1.708
4	1.708		244	1.464
5	1.464		244	1.220
6	1.220		244	976
7	976		244	732
8	732		244	488
9	488		244	244
10	244		244	0

FUENTE: Presupuesto de Muebles y Equipo de Oficina
AUTOR: Fabricio Cuenca

Equipos de cómputo.- El equipo de computación, que ascienden a la cantidad de $ 865,00 dólares, el mismo que tiene una depreciación del 33%

igualmente indicado en el Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. La depreciación se calculará en base al costo que tiene el equipo del año 1 al año 3, pero como para el año 4 se reinvertirá en un equipo nuevo, por lo que se calculará la depreciación correspondiente para ese año y los que le siguen.

CUADRO Nº 34
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

AÑOS de 1 a 3				
Valor en Libros	**Porcentaje**	**Valor Residual**	**Valor a Depreciar**	**Depreciación Acumulada**
865,00	33%	285,45	579,55	579,55
AÑOS 4 a 6				
977,50	33%	322,57	654.59	654.92

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (S.R.I)
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 33%

= 865x 0,33

= **285.45**

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (865,00 – **285.45 = 579,55** / 3

= 193,18

El equipo de cómputo tiene un tiempo de vida útil de 3 años por lo que requerirán una reposición o reinversión al cuarto año, esta reinversión se la

calculará con la tasa de 4,16% de inflación, según datos del Banco Central del Ecuador al mes de diciembre del 2012.

CUADRO N°. 35
REINVERSIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

Valor	Inflación	Años	Inversión
865,00	**4,16**	**1**	**865,00**
865,00	**4,16**	**2**	**900,98**
900,98	**4,16**	**3**	**938,46**
938,46	**4,16**	**4**	**977.50**

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (S.R.I)
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Como se observa al cuarto año debemos realizar una reinversión de $960,55 en el equipo de cómputo, pero también calcularemos la depreciación de este nuevo valor.

DEPRECIACIÓN PARA EL 4to y 5to AÑO

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 33%

= **977,50** x 0,33

= 322,57

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (977,50 – 322,57) = 654,93 / 3

= 218,31

CUADRO Nº 36

PRESUPUESTO DE ADECUACIÓN E INSTALACIONES

Denominación	V/ Unitario	Cantidad	V/Total
Instalación de las máquinas	70	7	490
Adecuación de la planta de 400 m2	4	400 m2	1.600,00
TOTAL			**2.090,00**

FUENTE: instalaciones eléctricas Carrión e Hijos
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO No.37
DEPRECIACIÓN DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

Valor en Libros	Porcentaje	Valor Residual	Valor a Depreciar
2090	10%	**209**	**1881**

FUENTE: Servicio de Rentas Internas (S.R.I)
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

<u>Método: Línea Recta</u>

Valor residual = Valor Total x 10%

= 2.090,00 X 0,10

= **209,00**

Depreciación Anual = (Costo – V. residual) / Vida Útil

= (2.090,00– **209,00= 1881** / 3 **= 627**

CUADRO Nº 38

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	CUADROS	VALOR
Adecuaciones e instalaciones		2.090,00
Maquinaria		19.540,00
Muebles y Enseres		1.930,00
Equipo de computo		865,00
Imprevistos 5%		1.221,25
TOTAL		25.646,25

FUENTE: Estudio Técnico
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

b) ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Dentro de estos activos se incluyen los siguientes gastos:

Elaboración del Proyecto.- Son gastos invertidos en la elaboración del proyecto, los mismos que están constituidos por gastos de movilización, medios de comunicación, tiempo invertido en la recolección y tabulación de datos, material de escritorio, entre otros. Estos gastos están detallados en el cuadro Nº1 ubicado en Recursos y Materiales y su valor asciende a $300,00 dólares.

Minuta.- La Minuta tendrá un costo de 40,00 dólares según información otorgada por la Notaría de la ciudad de Piñas.

Permiso de funcionamiento.- Es otorgado por el Cuerpo de Bomberos y tendrá un costo es de $20,00 dólares.

Patente.- El valor de la patente de acuerdo a lo indicado en el Municipio de Piñas, es de $15.00 dólares.

CUADRO Nº 38
RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Elaboración del Proyecto	300,00
Minuta	40,00
Permiso de Funcionamiento	10,00
Permiso del Ministerio de Salud	10,00
Patente	15,00
Imprevistos 5%	18,75
TOTAL	**393,75**

FUENTE Cuadros Nº 1 de Recursos Materiales, Estudio Técnico y Organizacional.
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

c) ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

El capital de operación engloba gastos como la adquisición de materia prima, mano de obra, suministros de oficina, publicidad y propaganda, y servicios básicos.

El capital de operación se establecerá para un mes, puesto que luego de haber transcurrido este período se generarán ingresos por ventas.

Mano de obra directa.- El costo asignado para la mano de obra directa en el primer año asciende a $ 14.850,47 dólares y para el primer mes de $ 1.188,87 dólares como se lo determinó en el estudio organizacional. La proyección de la misma se la determina en el siguiente cuadro, con una tasa de inflación proyectada del 4,16%, tal como lo dispone el Código del Trabajo según datos del Ministerio de Relaciones Laborales a diciembre del 2012:

CUADRO Nº 39

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

RUBRO/PUESTOS	OBRERO 1	JEFE DE PRODUCCION
Salario Básico Unificado	292	310,00
Décimo Tercero Sueldo 1/12	24,33	25,83
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	24,33	25,83
Vacaciones 1/24	12,17	12,92
Aporte1 Patronal 11.15%	32,56	34,565
Aporte IECE 0,5%	1,46	1,55
Aporte SECAP 0,5%	1,46	1,55
Remuneración Unificada	388,31	412,25
N° de personas	2	1
Total Mensual	776,62	412,25
Total anual	9319,47	4.947,00
Total Sueldos MOD	9.903,47	4.947,00

FUENTE: Industria Alimenticia González
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO N° 40

MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL SEGUNDO AÑO

RUBRO/PUESTOS	OBRERO 1	JEFE DE PRODUCCION
Salario Básico Unificado	292	310,00
Décimo Tercero Sueldo 1/12	24,33	25,83
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	24,33	25,83
Vacaciones 1/24	12,17	12,92
Aporte1 Patronal 11.15%	32,56	34,565
Fondo de Reserva	24,33	25,83
Aporte IECE 0,5%	1,46	1,55
Aporte SECAP 0,5%	1,46	1,55
Remuneración Unificada	412,64	438,08
N° de personas	2	1
Total Mensual	825,29	438,08
Total anual	9903,47	5.256,98
Total Sueldos MOD	9.903,47	5.256,98

FUENTE: Industria Alimenticia González
ELABORACION: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 41

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	**14.850,47**
2	**15.160,45**
3	**15.791,12**
4	**16.448,04**
5	**17.132,27**

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Mano de obra indirecta.- El costo asignado para mano de obra indirecta en el primer año asciende a $ 16.915,48 dólares y para el primer mes de $ 1409,62 dólares como se lo determinó en el estudio organizacional. La proyección de mano de obra indirecta se la determina en el siguiente cuadro tomando una tasa de inflación proyectada del 4,16%, tal como lo dispone el Código del Trabajo según datos del Ministerio de Relaciones Laborales a diciembre del 2012.

CUADRO N°42
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

RUBRO/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA – CONTADORA	VENDEDOR
Salario Básico Unificado	400	360	300
Décimo Tercero Sueldo 1/12	33,33	30,00	25
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	33,33	30,00	25
Vacaciones 1/24	16,67	15,00	12,5
Aporte1 Patronal 11.15%	44,6	40,14	33,45
Aporte IECE 0,5%	2	1,8	1,5
Aporte SECAP 0,5%	2	1,8	1,5
Remuneración Unificada	531,93	478,74	398,95
N° de personas	1	1	1
Total Mensual	531,93	478,74	398,95
Total anual	6383,20	5744,88	4787,4
Total Sueldos MOD	6.383,20	5.744,88	4.787,40

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO N° 43

PRESUPUESTO MANO DE OBRA INDIRECTA SEGUNDO AÑO

RUBRO/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA - CONTADORA	VENDEDOR
Salario Básico Unificado	400	360	300
Décimo Tercero Sueldo 1/12	33,33	30,00	25
Décimo Cuarto Sueldo 1/12	33,33	30,00	25
Vacaciones 1/24	16,67	15,00	12,5
Aporte1 Patronal 11.15%	44,6	40,14	33,45
Fondo de Reserva 1/12	33,33	30,00	25
Aporte IECE 0,5%	2	1,8	1,5
Aporte SECAP 0,5%	2	1,8	1,5
Remuneración Unificada	565,27	508,74	423,95
N° de personas	1	1	1
Total Mensual	565,27	508,74	423,95
Total anual	6783,20	6104,88	5087,4
Total Sueldos MOD	6.783,20	56.104,88	5.087,40

FUENTE Industria Alimenticia González
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 44

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	16.950,48
2	17.975,48
3	18723,26
4	19502,15
5	20313,44

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Materia prima directa.- El costo de materia prima para 43.680 spacks de salchicha de ternera, que se van a producir en un año es de $42120; debido a que se requieren 28.080 libras de carne, 3.120 libras de fécula de trigo, 312 libras de comino, 312 de orégano; 312 de pimienta blanca y 687 libras de sal. Información obtenida del proceso productivo que se ha realizado para la obtención del costo y proceso de producción.

CUADRO Nº 45

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Carne	libras	28080	1,5	3510	42120
Fécula	libras	3120	0,45	117	1404
Comino	libras	312	3,5	91,00	1092
Orégano	libras	312	2	52,00	624
Sal	libras	687	0,25	14,33	172
Pimienta Blanca	libras	312	4	104,00	1248
TOTAL				3888,33	46660

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

A continuación se realizará la proyección para 5 años, con un incremento del 4,16% de acuerdo al promedio de la tasa de inflación anual al mes de diciembre del 2012 según datos del Banco Central del Ecuador

CUADRO Nº 46

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	OFERTA TOTAL
1	46.660,00
2	48.601,06
3	50.622,86
4	52.728,77
5	54.922,29

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Materia prima indirecta.- Dentro de los materiales indirectos tenemos: paquetes de fundas plásticas previamente etiquetadas con el logo de la empresa, cuyo valor anual se ha calculado en $1.092,00.

CUADRO Nº 47

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Funda	Paquete	13	7	91	1092

FUENTE: Empresa Acambiode
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

La proyección de materia prima indirecta para los próximos 5 años se la realiza con un incremento del 4,16% según datos del Banco Central del Ecuador al mes de diciembre del 2012, el mismo que se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 48

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	1.092,00
2	1.137,43
3	1.184,74
4	1.234,03
5	1.285,37

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

SUMINISTROS DE OFICINA

Resmas de papel bond	5.000 hojas
Esferográficos	2 cajas x 24
Calculadora	1

El rubro asignado para suministros de oficina asciende a $109,00 dólares mensuales, mientras que el rubro anual es de $ 648 dólares, como se lo determina en el Estudio Técnico. A continuación la proyección para suministros de oficina, con un incremento del 4,16%, tasa de inflación según datos del Banco Central del Ecuador al mes de diciembre del 2012.

CUADRO Nº 49

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	V/ UNITARIO	CANTIDAD	V/TOTAL
Resmas de papel Bond x 500 hojas	5.00	6	30,00
Esferográficos, caja x 24 unidades	9.50	2	19,00
Calculadora	20.00	3	60,00
TOTAL			**109,00**

FUENTE: Papelería Universal
ELABORACION: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº50

PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	648,00
2	674,96
3	703,04
4	732,28
5	762,74

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Publicidad y propaganda.- el presupuesto de este rubro asciende a $ 300,00 dólares mensuales, y al año $3.600 dólares, valor que se lo determinó en el Plan de Comercialización. A continuación la proyección del mismo, con un incremento del 4,16% según datos del Banco Central del Ecuador al mes de diciembre del 2012

CUADRO N° 51

COSTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio Elite	80	960,00
Radio Lluvia	80	960.00
Radio Impacto	80	960.00
Hojas Volantes	60	720,00
TOTAL	**300**	**3.600,00**

FUENTE: medios de comunicación de Piñas

ELABORACIÓN Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 52

RESUMEN DE LOS COSTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Denominación	V/mensual	V/anual
Radio	240	2.880,00
Hojas Volantes	60	720,00
TOTAL	**300**	**3.600,00**

FUENTE: Medios de Comunicación de Piñas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº53

PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	3.600,00
2	3.749,76
3	3.905,75
4	4.068,23
5	4.237,47

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Servicios Básicos.- Para el funcionamiento de la empresa también se requiere de servicios básicos como son: Luz, Agua y teléfono. El rubro mensual de estos tres servicios asciende a $ 129,00 dólares mensuales y al año un total $1.548,00 dólares, cada uno cuenta con su respectiva proyección:

CUADRO No. 54

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS

Denominación	V/ Mensual	V/ Año
Agua	24,00	288,00
Energía eléctrica	80,00	960,00
Servicio telefónico	25,00	300,00
TOTAL	129,00	1.548,00

FUENTE: Empresas de Servicios Básicos de Piñas
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO N° 55

PROYECCIÓN PARA SERVICIO BÁSICOS

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	1.548,00
2	1.612,40
3	1.679,47
4	1.749,34
5	1.822,11

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

Mandiles	24
Mascarillas	100 cajas
Contenedores de plástico	6
Tachos de plástico	20
Cuchillas	12
Bandejas plásticas herméticas	24
Etiquetas	5.000
Plástico para el envase	2 rollos

Este rubro asciende a $ 188,83 dólares mensuales, mientras que anualmente asciende $ 2.266,00 dólares, que se lo proyecta para 5 años con un incremento del 4.16% según datos del Banco Central del Ecuador al mes de diciembre del 2012

CUADRO Nº 56

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

Denominación	V/ Unitario	Cantidad	V/Total
Mandiles blancos de algodón	15,00	12	360,00
Mascarillas reforzados cajas x 100	3,50	100	350,00
Contenedores de plástico	30,00	6	180,00
Tachos de plástico grandes, con tapa	35,00	3	700,00
Cuchillas de acero inoxidable	10,00	12	120,00
Bandejas plásticas herméticas	0,25	24	6,00
Plástico para el envase	62,50	4 rollos	250,00
Etiquetas	0,06	5.000	300,00
TOTAL			**2.266,00**

FUENTE: Comercial Loayza
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO No. 57

PROYECCION SUMINISTROS DE PRODUCCION

ANOS	V/ TOTAL DE INCREMENTO
1	2.266,00
2	2.360,27
3	2.458,46
4	2.560,73
5	2.667,26

FUENTE: Bco. Central
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 58
PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	2.266,00
2	2.360,27
3	2458,45
4	2560,72
5	2667,25

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

Escobas	12 unidades
Recogedores de basura	12 unidades
Cestos para basura	6 unidades
Trapeadores	12 unidades
Detergente	20 litros
Desinfectantes	20 litros

El valor mensual de suministros de limpieza mensualmente asciende a $18,42 dólares, y anualmente a $ 221,00 dólares, que se lo proyecta para 5

años con un incremento del 4.16% según datos del Banco Central del Ecuador al mes de diciembre del 2012

CUADRO Nº 59

PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE LIMPIEZA

Denominación	V/ unitario	Cantidad	V/Total
Escobas	3.20	12	38.40
Recogedores de Basura	1.80	12	21.60
Cestos de basura	1.50	6	9.00
Trapeadores	3.00	12	36.00
Detergente (litros)	1.80/litro	20 litros	36.00
Desinfectantes, galón	4.00/litro	20 litros	80.00
TOTAL			**221.00**

FUENTE: Comercial Loayza
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 60

PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE LIMPIEZA

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 4,16%
1	221,00
2	230,19
3	239,77
4	249,74
5	260,13

FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Amortización diferida.- Este rubro se lo determina para los 5 años de vida útil del proyecto, teniendo un valor de $63,42 dólares esto para los 12 meses que tiene el año nos da un valor de $ 5,29 dólares. Este cuadro se lo representa a continuación:

CUADRO Nº 61

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	.VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	393,75	78,75	315
2	315	78,75	236,25
3	236,25	78,75	157,50
4	157,5	78,75	78,75
5	78,78	78,75	0,0

FUENTE: CUADRO 60
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO Nº 62

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE (un mes)

ACTIVOS FIJOS	CUADROS	VALOR
Mano de obra directa	57	1.188,87
Mano de obra indirecta	58	1.409,62
Materia prima directa	60	3.798,50
Materia prima indirecta	61	91
Suministros de oficina	37	109
Publicidad y propaganda		300
Servicios Básicos	44	129
Suministros de Producción	38	188,83
Suministros de limpieza	39	18,42
Amortización diferida	74	6,56
Imprevistos 5%		261,99
TOTAL		7.501,79

FUENTE: Cuadros Organizacional
ELABORACION: Fabricio Cuenca

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Las inversiones del presente proyecto están estimadas mediante el uso de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado; datos del S.R.I., Municipio de Piñas e información de diversas entidades públicas.

INVERSIONES

La estructura de las inversiones del proyecto se ha desglosado en:

Activos Fijos.- Se compone de todas las inversiones que se encuentran sujetas a depreciación, las mismas que ascienden a un monto de $ 25.646,25 dólares.

Activos Diferidos.- Integran los bienes inmateriales necesarios para la puesta en marcha del proyecto y deben ser amortizados durante el funcionamiento del mismo. Estos activos diferidos suman un rubro de $ 393,75 dólares.

Activo Circulante.- Son todos los rubros necesarios para el proceso de producción, los mismos están calculados para un mes de operaciones y ascienden a un total de $ 3.798,50 dólares.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

CUADRO Nº 63
RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR
Activo fijo	25.646,25
Activo diferido	393,75
Activo circulante	3798,5
TOTAL	**29.838,50**

FUENTE: Estudio Financiero
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de fuentes internas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

FUENTES INTERNAS

El 3% del total de la inversión y que corresponde a $ 9.838,50 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un crédito al Banco de Fomento, a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 67% que corresponde a $20.000,00 dólares a 5 años plazo al 8% de interés anual con el objeto de financiar: materia prima, adquisición de maquinaria y parte de las adecuaciones. En consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así

CUADRO Nº 64

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	20.000,00	67
Capital social	9.838,50	33
TOTAL	**29.838,50**	**100%**

FUENTE: Resumen Inversión Total
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

CUADRO N°65

AMORTIZACION DEL PRÉSTAMO

CAPITAL:	20.000,00		**PAGO:**	MENSUAL
INTERÉS	8,00 %			
TIEMPO:	5 AÑOS			
MENSUAL	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				20.000,00
1	333,33	133,33	466,67	19.666,67
2	333,33	131,11	464,44	19.333,33
3	333,33	128,89	462,22	19.000,00
4	333,33	126,67	460,00	18.666,67
5	333,33	124,44	457,78	18.333,33
6	333,33	122,22	455,56	18.000,00
7	333,33	120,00	453,33	17.666,67
8	333,33	117,78	451,11	17.333,33
9	333,33	115,56	448,89	17.000,00
10	333,33	113,33	446,67	16.666,67
11	333,33	111,11	444,44	16.333,33
12	333,33	108,89	442,22	16.000,00
13	333,33	106,67	440,00	15.666,67
14	333,33	104,44	437,78	15.333,33
15	333,33	102,22	435,56	15.000,00
16	333,33	100,00	433,33	14.666,67
17	333,33	97,78	431,11	14.333,33
18	333,33	95,56	428,89	14.000,00
19	333,33	93,33	426,67	13.666,67
20	333,33	91,11	424,44	13.333,33
21	333,33	88,89	422,22	13.000,00
22	333,33	86,67	420,00	12.666,67
23	333,33	84,44	417,78	12.333,33
24	333,33	82,22	415,56	12.000,00
25	333,33	80,00	413,33	11.666,67
26	333,33	77,78	411,11	11.333,33
27	333,33	75,56	408,89	11.000,00
28	333,33	73,33	406,67	10.666,67
29	333,33	71,11	404,44	10.333,33
30	333,33	68,89	402,22	10.000,00
31	333,33	66,67	400,00	9.666,67
32	333,33	64,44	397,78	9.333,33
33	333,33	62,22	395,56	9.000,00
34	333,33	60,00	393,33	8.666,67
35	333,33	57,78	391,11	8.333,33
36	333,33	55,56	388,89	8.000,00
37	333,33	53,33	386,67	7.666,67
38	333,33	51,11	384,44	7.333,33
39	333,33	48,89	382,22	7.000,00
40	333,33	46,67	380,00	6.666,67
41	333,33	44,44	377,78	6.333,33
42	333,33	42,22	375,56	6.000,00
43	333,33	40,00	373,33	5.666,67
44	333,33	37,78	371,11	5.333,33
45	333,33	35,56	368,89	5.000,00
46	333,33	33,33	366,67	4.666,67
47	333,33	31,11	364,44	4.333,33
48	333,33	28,89	362,22	4.000,00
49	333,33	26,67	360,00	3.666,67
50	333,33	24,44	357,78	3.333,33
51	333,33	22,22	355,56	3.000,00
52	333,33	20,00	353,33	2.666,67
53	333,33	17,78	351,11	2.333,33
54	333,33	15,56	348,89	2.000,00
55	333,33	13,33	346,67	1.666,67
56	333,33	11,11	344,44	1.333,33
57	333,33	8,89	342,22	1.000,00
58	333,33	6,67	340,00	666,67
59	333,33	4,44	337,78	333,33
60	333,33	2,22	335,56	0,00
	20.000,00	**4.066,67**	**24.066,67**	

FUENTE: Fabricio Cuenca

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Para llevarlo a efecto se procede a sumar todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año. En este caso calcularemos los presupuestos para cinco años. De esta manera determinaremos la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo.

Aquí desglosaremos los rubros parciales del Costo Primo, Costo de Producción, Gastos de Operación Administrativos, Gastos de Ventas y Gastos Financieros, rubros que serán tomados de los anteriores presupuestos, además cada presupuesto fue proyectado para los cinco años de vida útil de este proyecto, tomando la tasa del 4,16% de referencia del S.R.I., tales proyecciones fueron realizadas anteriormente y el número de sus cuadros estarán anotados como referencia en el siguiente cuadro de presupuesto de costos:

CUADRO No. 67

PRESUPUESTO PARA CINCO ANOS

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
COSTO PRIMO	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
Materia Prima Directa		46.660,00		48.601,06		50.622,86		52.728,77		54.922,29
Materia Prima Indirecta		1.092,00		1.137,43		1.184,74		1.234,03		1.285,37
Mano de Obra Directa		14.850,47		15.160,45		15.791,12		16.448,04		17.132,27
Mano de Obra Indirecta	16.950,48		17.975,48		18.723,26		19.502,15		20.314,44	
Imprevistos 5%		3.977,65		4.143,72		4.316,10		4.495,65		4.682,72
Total Costo Primo	16.950,48	66.580,12	17.975,48	69.042,66	18.723,26	71.914,82	19.502,15	74.906,49	20.314,44	78.022,65
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Deprec. de Maquinaria	3.126,40		3.126,40		3.126,40		3.126,40		3.126,40	
Depreciación de Instalaciones	627,00		627,00		627,00		627,00		627,00	
Suministros de Producción		2.666,00		2.360,27		2.458,46		2.560,73		2.267,26
Amortización de activos										
diferidos	78,75		78,75		78,75		78,75		78,75	
Servicios Básicos		1.548,00		1.612,40		1.679,47		1.749,34		1.822,11
Total Costo de Producción	3.832,15	4.214,00	3.832,15	3.972,67	3.832,15	4.137,93	3.832,15	4.310,07	3.832,15	4.089,37
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Depr. de muebles de oficina	244,00		244,00		244,00		244,00		244,00	
Depr. Equipo de cómputo	193,18		193,18		193,18		218,31		218,31	
Suministros de Limpieza	65,00		67,70		70,52		73,45		76,51	
Suministros de oficina	221,00		230,19		239,77		249,74		260,13	
Imprevistos 5%	36,16		36,75		37,37		39,28		39,95	
Total gastos administrativos	759,34		771,82		784,84		824,78		838,90	
VENTAS										
Publicidad y propaganda	3.600,00		3.749,76		3.905,75		4.068,23		4.237,47	
Imprevistos 5%	134,37		141,09		148,14		155,55		163,33	
Total gastos de ventas	3.734,37		3.890,85		4.053,89		4.223,78		4.400,80	
FINANCIEROS										
Amortización de Capital	333,33		333,33		333,33		333,33		333,33	
Intereses por préstamo	133,33		133,33		133,33		133,33		133,33	
Total gastos financieros	466,66		466,66		466,66		466,66		466,66	
COSTOS TOTALES	25.743,00	70.794,12	26.936,96	73.015,33	27.860,81	76.052,75	28.849,52	79.216,56	29.852,95	82.112,02

ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

INGRESOS TOTALES

Los ingresos constituyen el producto de la venta de bienes y servicios que genera el proyecto, como la presente empresa encargada del expendio de salchicha de ternera.

Los ingresos establecidos para la vida útil de la empresa, se detallan en la tabla de ingresos, determinándose el precio unitario de venta, considerándose un margen de utilidad bruta por unidad del 20% con un incremento gradual en cada año por utilidad en función a los costos de producción. Dicho margen de utilidad se ha determinado considerando que al incrementar al costo unitario, que el precio final sea aceptable dentro del mercado como se lo indica en el cuadro de encuestas a consumidores.

C.U. = COSTO TOTAL / NÚMERO UNIDADES PRODUCIDAS

C.U. = 96.537,12/ 43.680

C.U.= 2,21

P.V.P.= 2,21 + 20% = $ 2,65

CUADRO Nº 68
INGRESOS TOTALES

Año	Costos	Capacidad	Costo	Utilidad	Ingresos
		Utilizada	**Unitario**	**20%**	
1	96.537,12	43.680,00	2,21	0,44	115.752,00
2	99.952,29	46.592,00	2,15	0,43	119.741,44
3	103.913,56	49.594,00	2,09	0,42	124.480,94
4	108.066,08	52.416,00	2,06	0,41	129.467.52
5	111.964,97	55.328,00	2,02	0,40	133.893,76

FUENTE: Cuadro de Costos y Capacidad Utilizada
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Permite comparar los ingresos con los egresos generados en un período de cinco años, mostrando de esta manera las utilidades o pérdidas sufridas en este proyecto.

En el primer año se obtiene una utilidad neta de $11.756,79 dólares, y en el quinto año la utilidad es de $ 13.596,42 dólares. Estas ganancias se las puede observar:

CUADRO Nº 68
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERÍODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	115.752,00	119.741,44	124.480,94	129.467,52	133.893,76
(-) Costo total	96.952,29	99.952,29	103.913,56	108.066,08	111.964,97
(=) Utilidad Bruta Ventas	18.799,71	19.789,15	20.567,38	21.401,44	21.928,79
(-) 15% Utilidad de trabajadore	2.819,96	2.968,37	3.085,11	3.210,22	3.289,32
(=) Utilidad ante Impuestos					
a la renta	15.979,75	16.820,78	17.482,27	18.191,22	18.639,47
(-) 25% Impuesto a la renta	3.994,94	4.205,19	4.370,57	4.547,81	4.659,87
(=) Utilidad líquida ejercicio	11.984,82	12.615,58	13.111,70	13.643,42	13.979,60
(-) 5% Reserva legal	599,24	630,78	655,59	682,17	698,98
(=) Utilidad Neta para Socios	11.385,57	11.984,80	12.456,12	12.961,25	13.280,62

FUENTE: Cuadro de Ingresos Totales
ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite determinar el nivel de producción requerida y ventas necesarias para cubrir los costos totales. Es una herramienta clave para determinar la solvencia de la empresa y su nivel de rentabilidad. Para ello clasificaremos los costos fijos y variables, que se encuentran detallados en el cuadro de Clasificación de Costos.

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1 y 5 y lo obtendremos matemáticamente a través de fórmulas y gráficamente, luego del cuadro de clasificación de costos.

AÑO 1

MATEMÁTICAMENTE

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{25.743,00}{115.752,00 - 70794,12} \times 100$$

PE = 57,26 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

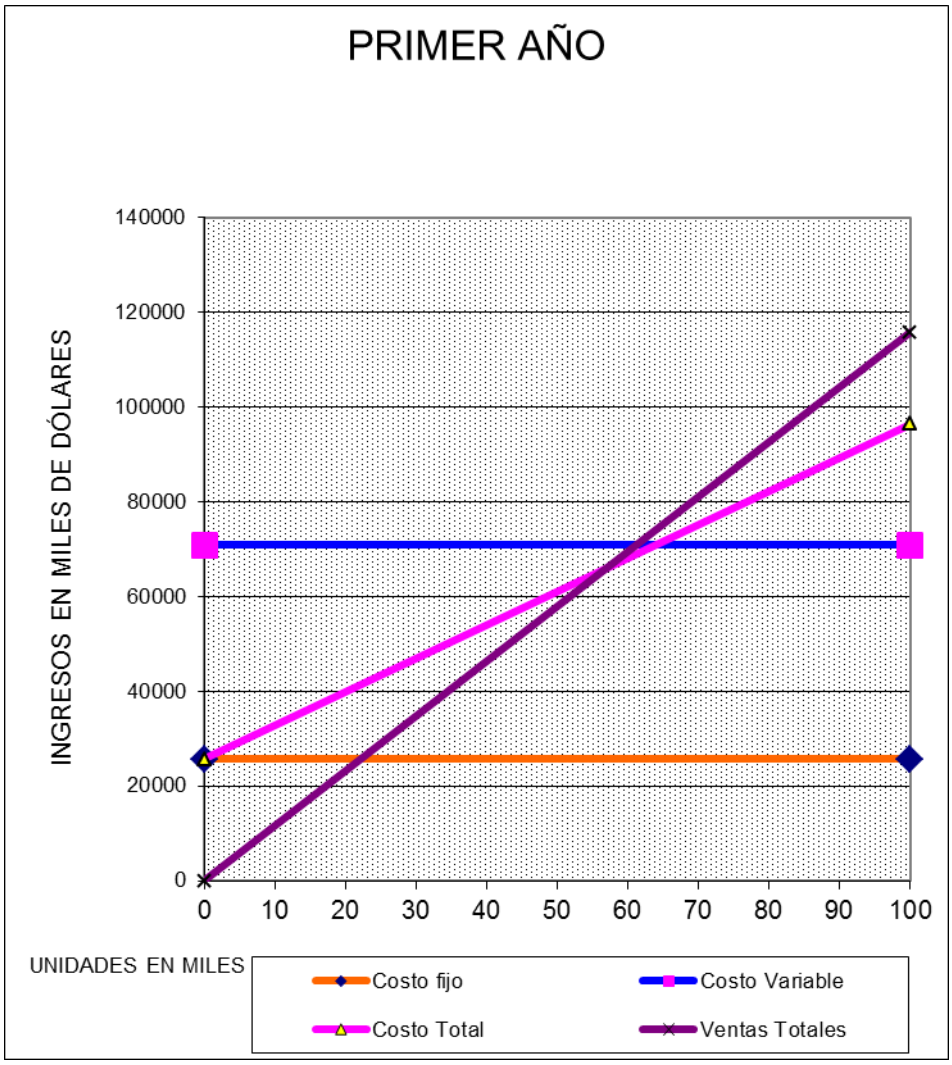
$$PE = \frac{25.743,00}{1 - \frac{70794,12}{115.752,00}}$$

PE = $ 66.279,90

GRAFICO Nº 23

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

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

El PE se produce cuando la empresa venda $66.279,90 dólares y trabaje con una capacidad instalada de un 57,26%; en este punto la empresa ni pierde ni gana; existiendo equilibrio, denominado también punto muerto.

Como podemos observar el gráfico nos indica que existe ganancia, ya que las ventas son mayores a $66.279,90 dólares.

AÑO 5
MATEMÁTICAMENTE

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{29.852,95}{133.893,76 - 82.112,02} \times 100$$

PE = 57,65 %

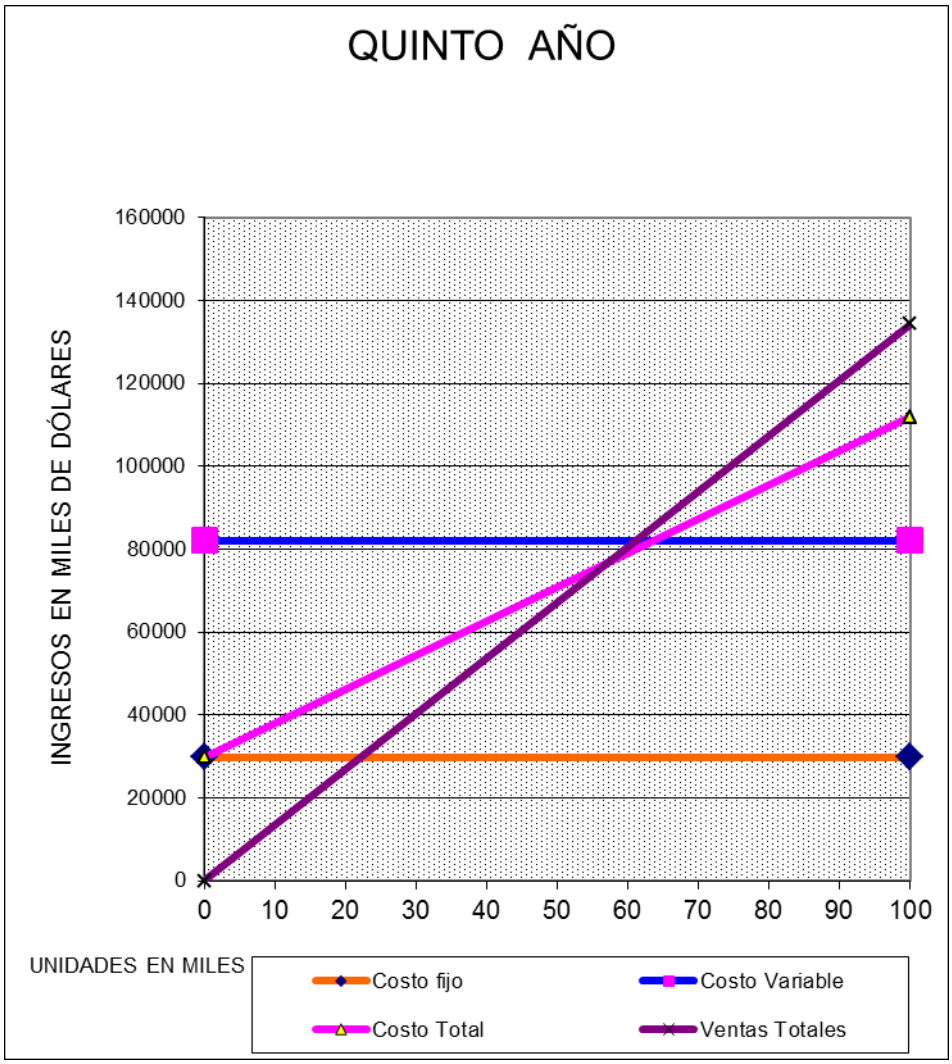
b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \dfrac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{29.852,95}{1 - \dfrac{82.112,02}{133.893,76}}$$

PE = $ 77.191,76

GRAFICO Nº 24
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA
ANO 5



ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

Para el quinto año el PE se produce cuando la empresa tiene en ventas $ **77.191,76** dólares y trabaja con una capacidad instalada de un **57,65%** por tanto, en este punto, la empresa ni pierde ni gana; existiendo equilibrio, o punto muerto. Como se observa, las ventas son mayores que el punto de equilibrio, lo que nos demuestra que existe ganancia.

EVALUACIÓN FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

Es por ello que a continuación se encuentra demostrado el cuadro de Flujo de Caja, el mismo que compara los ingresos con los egresos.

CUADRO Nº 69

FLUJO DE CAJA

Ventas		274.073,59	284.342,44	294.416,29	306.698,70	319.310,34
Valor Residual				280,50		
TOTAL INGRESOS	**18.262,00**	**274.073,59**	**284.342,44**	**294.696,79**	**306.698,70**	**319.310,34**
EGRESOS						
Activos Fijos	7.384,65					
Activos Diferidos	250,00					
Activos Circulantes	10.627,35					
Reinversión					960,55	
Costo total de producción		125.296,02	129.466,86	134.605,91	140.205,80	145.971,72
TOTAL EGRESOS	**18.262,00**	**125.296,02**	**129.466,86**	**134.605,91**	**141.166,35**	**145.971,72**
UTILIDAD BRUTA		**148.777,57**	**154.875,58**	**159.810,38**	**166.492,90**	**173.338,62**
15% A TRABAJADORES		22.316,64	23.231,34	23.971,56	24.973,94	26.000,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUEST.		126.460,93	131.644,24	135.838,82	141.518,97	147.337,83
25% IMP. A LA RENTA		31.615,23	32.911,06	33.959,71	35.379,74	36.834,46
UTILIDAD NETA		**94.845,70**	**98.733,18**	**101.879,12**	**106.139,22**	**110.503,37**
Amortización de Diferidos		63,42	63,42	63,42	63,42	63,42
FLUJO REAL DE CAJA	**0,00**	**94.782,28**	**98.669,76**	**101.815,70**	**106.075,80**	**110.439,95**

ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

VALOR ACTUAL NETO.

El valor actual neto es un criterio de evaluación de proyectos de inversión que tiene por objetivo el volver el valor del dinero a tiempo futuro, consiste en la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

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

Si el VAN es positivo la inversión es conveniente, si es negativo no es conveniente y si es igual a cero su ejecución es indiferente.

FÓRMULA:

$FA= 1/(1+i)^n$ Donde: i= tasa de rendimiento

n= período de actualización

CUADRO Nº 70

VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACTUALIZACIÓN**	**VALOR ACTUALIZADO**
		12%	
0	**29.838,50**		
1	117.417,97	0,892857	104.837,47
2	125.598,17	0,797194	100.126,09
3	138.097,64	0,711780	98.295,17
4	168.388,68	0,635518	107.014,05
5	172.837,13	0,567427	98.072,43
9	0,00	0,360610	0,00
			508.345,22
			29.838,50
			478.506,72

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto – Inversión

V.A.N. = 508.345,22 -29.838,50

V.A.N. = **478.506,72**

ANALISIS VAN

a. Si el VAN es positivo. Y mayor a 1 es conveniente financieramente.
b. Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

Como podemos observar el valor de sumatoria de los flujos de todo el período suma $ 478.506,72 dólares, esto menos la inversión inicial de $29.938,50 dólares, nos da un resultado de un VAN positivo de $478.506,72 dólares, por lo que es conveniente aceptar este proyecto**.** El 12% es la tasa de interés activa referencial vigente del Banco Central de Ecuador

TASA INTERNA DE RETORNO

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

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Los criterios de decisión son:

Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto

Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto

Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

CUADRO Nº 71

TASA INTERNA DE RETORNO

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		401,00%		**401,50%**	
0	29.838,50		**29.838,50**		**29.838,50**
1	117.417,97	0,199601	23.436,72	0,199402	23.413,35
2	125.598,17	0,039840	5.003,89	0,039761	4.993,92
3	138.097,64	0,007952	1.098,18	0,007928	1.094,90
4	168.388,68	0,001587	267,28	0,001581	266,21
5	172.837,13	0,000317	54,76	0,000315	54,49
9	0,00	0,000001	0,00	0,000000	0,00
			22,33		-15,63

ELABORACIÓN:
Fabricio Cuenca

VAN MENOR=	29.860,83	-29.838,50	**TIR=**	22	0,5
VAN MENOR=	**22,33**		**TIR=**	22,29	**%**
VAN MAYOR=	29.822,87	-29.838,50			
VAN MAYOR=	**-15,63**				

ANALISIS TIR

a. Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
b. Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
c. Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Como la TIR (22,29%) es mayor que la tasa del costo de oportunidad (12%).

El proyecto es conveniente.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

CUADRO Nº 72

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

$$R(B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (BóC)						
ACTUALIZACION COSTO TOTAL				ACTUALIZACION INGRESOS		
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
		12%			12%	
1	96.463,30	0,89286	86.127,95	115.755,96	0,89286	103.353,54
2	99.878,48	0,79719	79.622,51	119.854,18	0,79719	95.547,02
3	103.839,74	0,71178	73.911,08	124.607,69	0,71178	88.693,29
4	107.992,36	0,63552	68.631,10	129.590,83	0,63552	82.357,32
5	111.891,15	0,56743	63.490,04	134.269,38	0,56743	76.188,05
9	0,00	0,36061	0,00	0,00	0,36061	0,00
			371.782,68			446.139,21

ELABORACIÓN Fabricio Cuenca

$$\textbf{RBC=} \frac{446.139,21}{371.782,68} = 1,20$$

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1,20) esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 20 centavos de utilidad, indicador que apoya la realización del proyecto.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo de recuperación de capital. Usualmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO Nº 73
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL				
AÑOS	**INVERSIÓN**	**FLUJO NETO**	**FLUJO ACUMULADO**	
0	29838,50			
1		117417,97	117417,97	
2		125598,17	243016,14	
3		138097,64	381113,78	
4		168388,68	549502,46	
5		172837,13	722339,59	SUPERA LA INV
9		0,00	722339,59	

ELABORACIÓN:
Fabricio Cuenca

PRC=	4	29838,50	-549502,46	172837,13
PRC=	4	-519663,96	172837,13	
PRC=	4	-3,006669		
PRC=	0,99	1 AÑO		
PRC=	0,84	1 MES		
PRC=	25,2	25 DIAS		

La inversión se recupera en 1 año, 1 meses y 25 días

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 8% en los costos y una disminución del 11% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

* Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

*Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.

* Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados y los ingresos disminuidos en un 8% y en un 11%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices, por lo que el proyecto es conveniente.

CUADRO Nº 74
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 62,50%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 62.50% EN LOS COSTOS									
AÑO		COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	A C T U A L I Z A C I Ó N				
					FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			62,50%			**60,00%**		**61,00%**	
0							10.631,80		10.631,80
1		13.445,00	21848,13	27.648,00	5.799,88	0,62500	3.624,92	0,62112	3.602,41
2		15.348,55	24941,39	31.795,20	6.853,81	0,39063	2.677,27	0,38579	2.644,11
3		17.537,62	28498,63	36.564,48	8.065,85	0,24414	1.969,20	0,23962	1.932,74
4		20.055,06	32589,47	42.049,15	9.459,68	0,15259	1.443,43	0,14883	1.407,90
5		22.950,11	37293,93	48.552,82	11.258,89	0,09537	1.073,73	0,09244	1.040,80
							156,75		**-3,84**

TIR PROYECTO 152,98

ELABORACIÓN **Fabricio Cuenca**

NTIR= 60+ 1 156,75 / 156,75 -3,84

NTIR= 60+ 1 156,75 / 160,60

NTIR= 60+ 1 0,97606641

Dif. Tir= 92,00 %

% Variación= 60,14 %

Sensibilidad = 0,986307

NTIR= 60 0,97606641

NTIR= 60,9760664

ANALISIS SENSIBILIDAD

1. Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios
2. Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno,
3. cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible.

ANALISIS: Como el índice de sensibilidad resulta menor a uno, esto significa que el proyecto no es sensible a un incremento del 62,50 % en los costos.

CUADRO N° 75

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS DEL 30%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 30% EN LOS INGRESOS									
AÑO		COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	A C T U A L I Z A C I Ó N				
					FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
				30,00%		**61,00%**		**62,00%**	
0							10.631,80		10.631,80
1		13.445,00	27.648,00	19.353,60	5.908,60	0,621118	3.669,94	0,617284	3.647,28
2		15.348,55	31.795,20	22.256,64	6.908,09	0,385788	2.665,06	0,381039	2.632,25
3		17.537,62	36.564,48	25.595,14	8.057,52	0,239620	1.930,74	0,235210	1.895,20
4		20.055,06	42.049,15	29.434,41	9.379,35	0,148832	1.395,95	0,145191	1.361,80
5		22.950,11	48.552,15	33.986,51	11.036,40	0,092442	1.020,23	0,089624	989,13
							50,11		**-106,13**

ELABORACIÓN: Fabricio Cuenca

TIR PROYECTO 152,98

NTIR= 61+ 1 $\frac{50,11}{50,11 \quad -106,13}$ **Dif. Tir=** 91,66 %

NTIR= 61+ 1 $\frac{50,11}{156,24}$ **% Variación=** 59,92 %

NTIR= 61+ 1 0,32071578 **Sensibilidad=** 0,977090

NTIR= 61 0,32071578

NTIR= 61,3207158

2. Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno,
3. cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible.

ANALISIS: Como el índice de sensibilidad resulta menor a uno, esto significa que el proyecto no es sensible a un decremento del 30% en los ingresos.

h) CONCLUSIONES

Culminado el presente trabajo de investigación se concluye lo siguiente:

1. Existe una demanda efectiva anual de 639.153 spacks de salchicha de ternera y una oferta de 27.913 unidades anuales, según datos obtenidos de los 28 comercializadores de embutidos en el Cantón, lo que da una demanda insatisfecha de 611.240 spacks.
2. El producto será elaborado en un 100%, con carne de ternera procedente del cantón Piñas en una presentación de spacks de 375 gramos para satisfacer el gusto y exigencia de las familias del medio.
3. Los canales de comercialización a utilizar serán de venta directa al usuario final y por medio de intermediarios, a los mayoristas, teniendo como mercado objetivo el Cantón Piñas y los cantones de la parte alta de la provincia de El Oro, esto es Portovelo, Zaruma y Atahualpa.
4. Los medios de publicidad a utilizar son: Radio Impacto, Radio Lluvia y hojas volantes, según encuesta realizada a los usuarios
5. La capacidad instalada para el primer año del proyecto será de 58.240 y la capacidad utilizada será de43.680 spacks de salchicha de ternera al año.
6. La empresa estará localizada en el Cantón Piñas, provincia de El Oro, en las calles: Vía La Independencia y Miguel Sangurima, en un área total de 400 m^2 y cuenta con los servicios básicos requeridos para el proceso productivo.

7. Estará constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada sujetándose a las normas legales establecidas en la Ley de Compañías de nuestro país.
8. La inversión total conformada por activos fijos, diferidos y circulantes de acuerdo al estudio financiero, nos da un total de $ 29.838,50 dólares.
9. El costo unitario de cada spack de salchicha de ternera de 375 gramos será de $ 2,21 dólares y al sumar un margen de utilidad del 20% nos da un P.V.P $ 2,65 dólares, lo que permite que el producto ingrese al mercado sin ninguna clase de obstáculos, debido a que los usuarios destinan para la adquisición de salchicha de ternera semanalmente de $ 5 a 10 dólares.
10. De acuerdo a la evaluación financiera, el proyecto es provechoso, ya que el valor que refleja el VAN es positivo (478.506,72); la Tasa Interna de Retorno tiene un valor satisfactorio de 22,29%, mayor a la tasa de oportunidad vigente en el mercado; la Relación beneficio / costo es de $ 1,20 dólares, lo que significa que habrá una utilidad satisfactoria; la Recuperación de Capital se dará en un plazo de 1 años, 1 mes y 25 días. Finalmente, realizado el análisis de sensibilidad e incrementando los costos y disminuyendo los ingresos se determinó que el proyecto no será sensible al incremento de los costos en el 62,50%, ni al decremento en los ingresos del 30%.

i) RECOMENDACIONES

Efectuadas las conclusiones se llegó a determinar las siguientes recomendaciones:

1. Para satisfacer al 100% la demanda insatisfecha existente e incrementar la productividad de la empresa se debe utilizar el máximo de la capacidad instalada.
2. Utilizar siempre carne de ternera de excelente calidad con la finalidad de conservar e incrementar la clientela, realizando investigación constante para mejorar el producto propuesto.
3. Ampliar los canales de comercialización con miras a la expansión del producto en el mercado, abarcando la provincia de El Oro, la Región Sur y todo el país.
4. Utilizar los medios de comunicación de mayor acogida realizando convenios de promoción permanentes con la finalidad de difundir el producto en el mercado.
5. Buscar el mayor rendimiento en los factores de producción, para incrementar la capacidad instalada tratando de cubrir al máximo la demanda insatisfecha existente.
6. Procurar que la empresa se mantenga en el lugar establecido para la micro localización, con la finalidad de mantener una clientela pre establecida fija, por el fácil acceso al lugar de la comercialización.

7. Ampararse en las normas establecidas por la Ley de Compañías, en la Minuta de Constitución y en el Reglamento Interno elaborado para el efecto.

8. Efectuar planes de financiamiento de la deuda a fin de liquidarla en el tiempo establecido, evitando con ello el incremento de los gastos financieros.

9. Mantener un constante cuidado de los costos de producción, para evitar su incremento en el costo unitario y como consecuencia de ello la disminución de las ventas.

10. Se recomienda la ejecución del proyecto debido a los excelentes resultados obtenidos a través de los criterios de evaluación propuestos.

j) BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel, “Fundamentos de ingeniería económica”, Editorial Mc Graw Hill, 1994 México
- BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.
- es wikipedia.org/wiki/Harina
- Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador. Año 2004.
- Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2007.
- Guía Didáctica. Negocios. Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Año 2006.
- http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm
- http://www.iedar.es/descubre/quees.htm
- http://ricardo bizhat.com/rmr-prigeds/crianza-de-cuyes.htm
- KELETY Andrés. Análisis y evaluación de inversiones, 2da Edición, EADA, 1996
- KOTLER y Armstrong . Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, Prentice Hall.
- MIRANDA Juan José, “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. MB Editores. Bogotá. 1997.
- NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968.
- P. BONTA y M. Farber.199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, , Grupo Editorial Norma.
- QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. Diseño y Evaluación de Proyectos. Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994.

- QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos.
- RANDALL Geoffrey . Principios de Marketing. Segunda Edición, , Pág. 120.
- Revista emprendedores
- SÁNCHEZ Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 1998).
- SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

k) ANEXOS

Anexo No. 1

FICHA DE RESUMEN

TEMA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTON PIÑAS EN LA PROVINCIA DE EL ORO.

PROBLEMA

El Ecuador es un país agropecuario por excelencia, y produce gran variedad de materias primas y productos agrícolas, pecuarios y agroindustriales, que constituyen importante actividad generadora de recursos económicos en todo el país.

El intercambio comercial ha sido uno de los medios fundamentales para lograr el desarrollo económico y financiero en la búsqueda de mejores niveles de vida para la humanidad, garantizando su existencia en condiciones dignas; cuyo interés por obtener mejor receptividad por parte del cliente y mayor ganancia, se han constituido en un medio efectivo para que el trabajo se refleje cada día en la obtención de mejores productos y servicios.

Cuando esta búsqueda de oportunidades en el entorno local, regional, nacional e internacional, se da en el sector agropecuario, se torna en el camino para ampliar los mercados y las posibilidades de generar una

actividad productiva más efectiva y promisoria; con lo cual se incrementan las exigencias y se obliga a ser más eficientes en los procesos de producción y la cadena productiva y comercial que debe recorrer cualquier producto del sector primario.

Nuestro país presenta una elevada tasa de desempleo debido a la falta de políticas que incentiven el crecimiento de la inversión nacional y extranjera.

En la región sur del Ecuador, el crecimiento socioeconómico se ve ampliamente afectado debido a la falta de asignación de recursos necesarios, que permitan el desarrollo productivo a través de la generación de nuevas y mejores tasas de empleo.

Las provincias de la sierra y costa del país, presentan una situación compleja y la imposibilidad de un desarrollo económico sostenido, especialmente en provincias que se encuentran más alejadas de la capital como es el caso de la provincia de El Oro, debido no solo a la falta de políticas e incentivos gubernamentales sino a los embates de la naturaleza que ponen en riesgo la economía de sus habitantes.

Situación similar, es la que atraviesa el cantón Piñas, que se encuentra ubicado en la parte alta de la provincia de El Oro, en las estribaciones occidentales de la cadena montañosa andina, específicamente en el Nudo de Guagrahuma (Hoya de Zaruma) al Sureste de la cordillera de Chilla y Dumarí, desprendiéndose de ésta última los ramales de Chilchiles, en cuyas estribaciones se asienta la cabecera cantonal "Piñas", cuyos límites son los siguientes: al Norte con los Cantones Atahualpa y Santa Rosa • Al Sur con la

Provincia de Loja • Al Este con los Cantones Portovelo y Zaruma • Y al Oeste con los Cantones Balsas, Marcabelí y Arenillas. La superficie total es de 571.00 Km2, la cabecera cantonal 105 Km2, las parroquias rurales 466 Km2, entre ellas: Saracay 102 Km2, Moromoro 72 Km2, San Roque 53 Km2, Piedras 68 Km2, La Bocana 94 Km2 y Capiro 101 Km2

El clima de Piñas es generalmente templado-húmedo, abrigado y agradable, con la característica de que por las tardes, especialmente en época de verano, se presentan intensas neblinas, arropando todo el valle donde se halla la población, haciendo que sus tierras sean propicias para la agricultura y ganadería.

Por su ubicación geográfica se encuentra a tan solo 99 km de la capital provincial de El Oro, Machala. Sus habitantes son productores de café, caña de azúcar, plátano, yuca, lácteos, tabaco, frutas y, su ganadería vacuna y caballar es de excelente calidad. En la capital o cabecera cantonal, se desenvuelve un nutrido comercio minorista de víveres, muebles, instrumentos de labranza, electrodomésticos importados, tejidos, etc. a precios cómodos que compiten con grandes ventajas en relación al resto de la provincia.

El fervor, trabajo y prosperidad de su gente y familias, contribuye a la búsqueda incesante del desarrollo económico y social a base de esfuerzo. A pesar de la difícil situación económica que atraviesa el país, región y esencialmente la provincia han instaurado otra fuente de riqueza en el cantón a través del establecimiento de criaderos de ganado en escala para

atender demandas no sólo de su pueblo sino de los alrededores. Para el efecto, se ha plantado al pie de las montañas pastizales que prometen el incremento de la riqueza pecuaria, con lo que no sólo solucionan el problema de la alimentación, sino que generan riqueza y engrandecimiento para esta población.

Siendo el cantón de Piñas tierra próspera y productiva netamente agrícola, no se ha aprovechado la producción ganadera en toda su dimensión, especialmente la carne de ternera para la elaboración de embutidos y nuevos productos que permitan contribuir con la demanda de la población que siempre está en búsqueda de mejores oportunidades para el desarrollo de esta región de la patria y además siendo una ciudad con economía progresista cercana a los cantones circundantes de Portovelo , Zaruma y Atahualpa debería aprovechar la oportunidad para ofertar a los habitantes de dichos cantones este tipo de producción.

Por las razones mencionadas considero que el problema de mayor relevancia está constituido por:

“LA AUSENCIA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SALCHICHA DE TERNERA EN EL CANTÓN PIÑAS DE LA PROVINCIA DE EL ORO.”

La puesta en marcha de dicha empresa, contribuirá directamente al desarrollo económico y social de la ciudad de Piñas, la provincia de El Oro, la región sur y el país, permitiendo la disminución de la tasa de desempleo y el incremento de puestos de trabajo, lo que considero factible, debido que a

través de la investigación se contará con su constitución legal, el estudio técnico y de factibilidad para la ubicación de sus instalaciones.

Para la producción de la salchicha de ternera se pondrá especial empeño en la selección de materia prima de excelente calidad, puesto que de esto depende mantener un estricto control en la fabricación del producto a ofertar, permitiendo a la empresa posicionarse por encima de otras que se dediquen a la comercialización de productos similares, pero con costos que permitan mantener la economía de las familias del cantón, el ahorro de recursos y la rentabilidad para la empresa.

c) JUSTIFICACIÓN

La justificación del proyecto apunta a los siguientes aspectos:

- **JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA**

El presente proyecto, se justifica, porque permitirá poner en práctica el conocimiento, las habilidades y destrezas, conjugando la teoría con la práctica que adquirí como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, a través de la carrera de Ciencias Administrativas, modalidad a Distancia y además porque al haber culminado mi carrera profesional podré obtener el título de Ingeniero Comercial.

- **JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

Socialmente se justifica el proyecto porque al incrementar un nuevo producto en la canasta familiar, a más de disminuir su costo servirá también para mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector y para que los agricultores puedan colocar su producción, acrecentando nuevas fuentes de

empleo para el sector formal e informal así como para las amas de casa, disminuyendo con ello el desempleo y la deuda social.

- **JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA**

Se justifica económicamente, porque generará nuevos recursos económicos, incrementará los puestos de trabajo y contribuirá a mejorar las economías de los habitantes del cantón Piñas, la provincia y el país.

d) OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de salchicha de ternera en el Cantón Piñas de la Provincia de El Oro.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y demanda en el Cantón Piñas de la Provincia de El Oro.
- Determinar un plan de comercialización para posesionar el producto propuesto.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Establecer la estructura organizacional y legal para la empresa a crearse.

- Realizar un estudio económico – financiero para determinar costos, presupuestos, estados financieros, y la rentabilidad del proyecto requeridos para su inversión.
- Realizar la evaluación del proyecto aplicando los diferentes criterios de evaluación: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

e) METODOLOGÍA

La metodología a utilizar para el presente estudio de factibilidad es la siguiente:

La realización del presente trabajo "Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de salchicha de ternera en el Cantón Piñas de la Provincia de El Oro", requiere del manejo de diversos métodos y técnicas para el desarrollo eficiente del tema, los que a continuación se describen:

Método Científico.- Su aplicación permitirá sustentar científicamente los objetivos propuestos y los resultados obtenidos en la investigación para determinar la factibilidad del proyecto.

Método Descriptivo.- La utilización del presente método permitirá puntualizar detalladamente lo referente al mercado, oferta, demanda

satisfecha e insatisfecha así como el proceso de producción, distribución y comercialización.

Método Analítico-Sintético.- Se lo utilizará como instrumento de análisis y síntesis para la verificación del estudio de mercado y la evaluación financiera, determinando la causa-efecto de la problemática existente, lo que permitirá diferenciar ordenadamente los componentes del Proyecto propuesto.

Método Inductivo- Deductivo La utilización del presente método permitirá establecer la factibilidad de implementar la empresa, deduciendo los resultados de la encuesta aplicada y formulando conclusiones y recomendaciones.

Método Estadístico.- Se lo utilizará para la presentación de los resultados obtenidos a través de cuadros y gráficos, que permitan hacer más fácil la interpretación del proyecto.

TÉCNICAS

Se utilizará las siguientes técnicas:

La entrevista.- Con el propósito de recabar la mayor cantidad de información se realizará una entrevista a los criadores caseros y tecnificados de terneras, así como a una muestra de 12 amas de casa, para conocer la posibilidad de incrementar en la canasta familiar embutidos de carne de ternera, para su consumo.

La encuesta.- Se aplicará este instrumento de investigación a los habitantes del Cantón Piñas, provincia de El Oro, para obtener información de fondo que permita conocer gustos y preferencias en el uso de la salchicha de ternera y la posibilidad de incrementarla en la canasta familiar

Segmentación del mercado.- Debido a que el consumo de salchicha de carne de ternera es un producto alimenticio de consumo masivo, la muestra estará dirigida a los integrantes de las familias del cantón Piñas.

Tamaño de la muestra.- Para determinar el número de encuestas a realizar, se tomó de base los datos otorgados por el INEC según censo del 2010 y su tasa de crecimiento, llegándose a determinar los siguientes valores a través de la utilización de la fórmula:

Cálculo de la muestra

Tasa de crecimiento según el INEC en el Cantón Piñas 1,18 %

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

POBLACIÓN PROYECTADA = (PEA ACTUAL * TASA CRECIMIENTO) + PEA ACTUAL

TAMAÑO MUESTRAL

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

Proyección del Tamaño de la Población

Pf= Pa (1+r)

Cantón Piñas

2010=25988

2011=25988(1,0118)=26294.6584= 26295

2012=26295(1,0118)=26605

Población Proyectada

2010	2011	2012
25988	**26295**	**26605**

NUMERO DE FAMILIAS= $\frac{\text{Población}}{\text{Número de personas por familia}}$

NUMERO DE FAMILIAS= $\frac{26.605}{4}$

NUMERO DE FAMILIAS= 6.651

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{\mathbf{6.651}}{1 + (0,05)^2 * \mathbf{6.651}}$$

$$n = \frac{\mathbf{6.651}}{1 + 0.0025 * \mathbf{6.651}}$$

$$n = \frac{6.651}{1+0.0025 * 6.651}$$

$$n = \frac{6.651}{1+16.63}$$

$$n = \frac{6.651}{17,63}$$

n= 377

Nota: La encuesta se aplicará a 377 personas que constituyen cabeza de familia.

Anexo No. 2

1. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso mensual?
2. ¿En su hogar consume salchicha de ternera?
3. ¿Cuántas veces a la semana consume salchicha de ternera?
4. ¿Qué cantidad en gramos de salchicha de ternera consume semanalmente?
5. ¿Dónde adquiere regularmente la salchicha de Ternera?
6. ¿Cuál es el precio que por cada 375 gramos de salchicha de Ternera que usted estaría dispuesto a invertir semanalmente?
7. ¿Conoce usted la existencia de una empresa productora y comercializadora de salchicha de Ternera en el cantón Piñas?
8. ¿Si se creara en el cantón Piñas una empresa productora de salchicha de Ternera estaría Ud. dispuesto a comprar sus productos?
9. ¿Señale por qué razones adquiriría Ud. salchicha de Ternera para incluirla en su dieta familiar?
10. ¿En qué tipo de envase le gustaría que se comercialice la salchicha de Ternera?
11. ¿En cuál de los siguientes medios de publicidad preferiría la promoción del producto?
12. ¿Qué cantidad de dinero destina Ud. Semanalmente al consumo de salchicha de ternera

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACION	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a) Título	1
b) Resumen	2
Summary	6
c) Introducción	9
d) Revisión de Literatura	12
e) Materiales y Métodos	51
f) Resultados	57
g) Discusión	77
h) Conclusiones	176
i) Recomendaciones	178
j) Bibliografía	180
k) Anexos	182
Índice	194