



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

Título:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMBUTIDOS (POLLO, RES Y CHANCHO) Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO”

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniera Comercial

**Autora:**

*Gisela María Romero Ramírez*

**Director:**

*Ing. MAE, Edison Espinosa Bailón.*

**Loja - Ecuador**

**2014**

# CERTIFICACIÓN

*Ing. MAE, Edison Espinosa Bailón.*

DIRECTOR DE TESIS

## CERTIFICA:

Haber asesorado y revisado el presente trabajo de Tesis de grado intitulado: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMBUTIDOS (POLLO, RES Y CHANCHO) Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE EL ORO, realizado por la postulante Gisela María Romero Ramírez; con la finalidad de garantizar responsabilidad y seriedad en el desarrollo de la misma, cumpliendo con las disposiciones correspondientes establecidas en el Reglamento Académico vigente de la Universidad Nacional de Loja.

Por lo expuesto anteriormente, se autoriza a proseguir los trámites legales para la presentación y sustentación ante los organismos competentes.



*Ing. MAE, Edison Espinosa Bailón.*

DIRECTOR DE TESIS

Loja, Junio de 2014

# AUTORIA

Yo, **Gisela María Romero Ramírez**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y 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.

**Autor:** Gisela María Romero Ramírez

**Firma:**



---

**Cédula:** 0704465061

**Fecha:** Loja, Junio del 2014

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

Yo, Gisela María Romero Ramírez, declaro ser autora de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMBUTIDOS (POLLO, RES Y CHANCHO) Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE EL ORO" como requisito para optar al grado de **Ingeniera 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 26 días del mes de junio del dos mil catorce, firma el autor.

Firma: 

**Autor:** Gisela María Romero Ramírez

**Cédula:** 0704465061

**Dirección:** Balsas, Ciudadela San Francisco Calle 4 de Octubre

**Correo Electrónico:** gima.rr@hotmail.com

**Celular:** 2517-919 / 0997058455

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. MAE, Edison Espinosa Bailón.

**Tribunal de grado:**

- |  |            |
|--|------------|
| • Dr. Ángel Cabrera Achupallas Mg. Sc. | Presidente |
| • Ing. Lolyta Hualpa Lima Mg. Sc.      | Vocal      |
| • Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.      | Vocal      |

## **AGRADECIMIENTOS**

Al haber finalizado el presente trabajo investigativo, me es grato expresar mis sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, la misma que a través de sus docentes proporcionaron las bases académicas necesarias para pulir de la mejor manera un excelente perfil profesional.

Al Director de la Modalidad de Estudios a Distancia-MED, Dr. Ángel Cabrera Achupallas, quien con su acertado consentimiento permitió dar paso a cada uno de los ítems académicos requeridos para la finalización del presente proyecto de tesis.

Para concluir, quiero agradecer de manera muy especial al Director de Tesis, Ing. MAE, Edison Espinosa Bailón, quien supo guiar de manera clara, eficiente, y oportuna el correcto desarrollo de la misma.

**El Autor**

# DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mi amado esposo que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento.

A mis preciosos hijos Roberth David y Jhonatan Jesús, para quienes ningún sacrificio es suficientes, que con su luz han iluminado mi vida y hacen mi camino más claro.

A mis padres que con su amor y enseñanza han sembrado en mí las virtudes que se necesitan para vivir, depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado, sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

***Gisela María Romero Ramírez***

**a. TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMBUTIDOS (POLLO, RES Y CHANCHO) Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE EL ORO”.**



## **b. RESUMEN**

El objetivo general de la presente investigación es determinar la factibilidad para la implementación de una empresa productora de embutidos de carne de res, pollo y chancho y su comercialización en la provincia de El Oro.

Para la implementación de una empresa de producción y comercialización de embutidos, se aplicaron los distintos métodos y técnicas que permitieron el desarrollo de la presente investigación como son: el Método Deductivo-Inductivo, el cual sirvió para comparar con la realidad circundante, se materializo a través de las conclusiones que se plantearon en la presente investigación, esto a su vez sirvió para conocer el requerimiento de embutidos y su comercialización en toda la Provincia del Oro, el Método Analítico permitió analizar cada uno de los elementos internos, causas externas y la relación entre ellas, lo que facilita el análisis de la información y los datos obtenidos permitieron conocer las ventajas y desventajas de llevar a cabo el presente proyecto. El Método Estadístico – Matemático, facilitó la interpretación y comprensión de datos estadísticos como: la aplicación y tabulación de la respectiva encuesta, proyecciones, indicadores financieros (TIR, VAN, PRC), y de esta manera nos permito conocer la realidad sobre la empresa durante los años de vida útil de la misma.

En el Estudio de Mercado y de acuerdo a las encuestas, se infirió los resultados por medio de la tabulación para luego realizar el análisis del mercado, determinando una Demanda Potencial de 700.923, una Demanda



Real de 588.494 y una Demanda Efectiva de 557.975 familias y como Demanda Esperada 146.688,51 libras de embutido, la Demanda Insatisfecha de 66.033,51; el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la Provincia del Oro, para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de 66.033,51; la Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 52.000 libras de embutidos, considerando que la capacidad utilizada se inicia con el 80%, iniciaría con la producción de 46.600 libras de embutidos. Además se determina que la localización más adecuada de la empresa es la Ubicación B. Calle Juan Montalvo y 23 de Febrero. El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantiza para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

Seguidamente se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones.

Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos tanto Legislativo, Ejecutivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar de Apoyo, Nivel Operativo, así como los manuales de

funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización, ya que se contará con el siguiente personal: Gerente, una Secretaria, un Conserje-Guardián, una Contadora quienes serán parte del personal Administrativo.

El proyecto alcanza una inversión de 42.153,27 dólares. La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 36786,69 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 27,48%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año y 9 meses, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 18,77% y disminuidos en un 14,60%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Entre las conclusiones y recomendaciones más significativas tenemos, que el estudio de mercado desarrollado en la Provincia del Oro, nos determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda. Se ha demostrado que existe una demanda insatisfecha considerable del producto a elaborarse, lo cual con la implementación de la será cubierta un porcentaje aceptable. Al presente producto por ser conocido en el mercado y a la vez tener una fuerte competencia, es necesario que se implemente una campaña permanente

utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.

## **ABSTRACT**

The overall objective of this research is to determine the feasibility of implementing a producer of beef sausage, chicken and pork and marketing in the province of El Oro.

To implement a production and marketing of sausages , various methods and techniques that enabled the development of this research such as was applied : the Deductive - Inductive Method, which was used to compare with the surrounding reality materialized to through the conclusions that emerged from this research, which in turn served to meet the requirement of sausages and marketing throughout the province of Oro, the Analytical Method possible to analyze each of the internal components, external causes and the relationship between them, which facilitates the analysis of the information and data obtained allowed to know the advantages and disadvantages of carrying out this project. The Statistical Method - Mathematician facilitated the interpretation and understanding of statistics as:

Implementation and tabulation of the respective survey, projections, financial indicators (IRR, NPV, PRC), and thus allow us to know the facts about the company during the useful life of the same.

In the Market Study and according to surveys, the results inferred by Tab and then perform market analysis, determining a potential 700 923 Request a Real Demand 588 494 and 557 975 Effective Requests for families and as Expected demand 146,688.51 pounds of sausage, the unmet demand 66033.51; which allowed us to determine that the project can and should be

performed by the results obtained in the analysis of demand, supply and levels of marketing this product.

The unmet demand reflects the potential that exists in Oro Province, for this product market with the following results: For the first year of project life is unmet 66033.51; the installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 52,000 pounds of sausage, whereas capacity utilization starts with 80%, begin with the production of 46,600 pounds of sausage. Also determined that the most appropriate location of the company is the Location Calle Juan B. Montalvo and February 23. The production process requires the use of suitable equipment, which will be guaranteed to get a quality product at reasonable prices.

Then determining the project engineering process diagrams, characteristics of operation and management, technical requirements as equipment, facilities develops.

Also an administrative study determined as a Limited Liability Company, and functional organizational structure to the hierarchical levels both Legislative, Executive, Consultant Level Support Assistant, Level Operational Level and the operating manuals, charts was performed; which served as a guideline for implementing a good organization, because it will have the following staff: Manager, a Secretariat a Concierge - Guardian, one Accountant who will be part of the administrative staff.

The project reaches an investment of \$ 42,153.27. The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a

positive value of \$ 36,786.69, indicating that the project or investment is suitable.

For this project, the IRR is 27.48 % and this value satisfactory to carry out the project the time required to recover the initial investment would be 1 year and 9 months for this project, the sensitivity values are lower than one therefore does not affect changes in project costs and revenues increased 18.77% and decreased by 14.60%, respectively, i.e. the project is not sensitive to these changes.

Among the most significant findings and recommendations have, that the market study developed in Oro Province , we determined that the project can and should be performed by the results obtained in the analysis of supply and demand. It has been demonstrated that there is considerable unmet demand of the product to be developed, which in the implementation of the cover will be an acceptable percentage. When this product to be known in the market and have a strong competition, it is necessary that a permanent campaign is implemented using existing tools as it says in our marketing proposal.

## **c. INTRODUCCIÓN**

El Ecuador es un país que produce una gran cantidad de materias prima, de carne porcina, de res y pollo; lo cual constituye una importante actividad generadora de recursos económicos en todo el país. Sin embargo el avance del desarrollo industrial ha incidido significativamente en las políticas del Estado, las mismas que no regulan y protegen principalmente al inversionista nacional para aliviar el problema de desempleo en el país; en donde muchos de ellos no han sabido afrontar los retos de la inversión privada; esto se da principalmente en las deficientes garantías de inversión que ofrece el Estado; frente a este panorama se requiere de soluciones que generen los cambios, las transformaciones necesarias para que garanticen con eficacia a las empresas y puedan aportar con sus productos y servicios que beneficien a todo país.

El negocio de embutidos en los últimos años ha tenido un repunte en algunos lugares, en comparación con años anteriores; tal es así que a nivel regional, podemos constatar que no existen fábricas procesadoras de embutidos, y se ha evidenciado que toda la materia prima producida en la región es trasladada a otros sectores de nuestro país, lo que ha convertido a la región en expendedora únicamente de materia prima para otras plantas de embutidos de nuestro país, aunque este proceso genera rentabilidad a los comerciantes no significa lo mismo que aprovechar toda esta materia prima y generar producción y además una fuente de ingreso para la región.



Como otro problema tenemos la baja calidad en la producción de embutidos, esta situación es causada principalmente por la baja capacidad empresarial de esta región para la creación de industria a gran escala y eficiente, ya que las industrias procesadoras de productos cárnicos existentes a nivel regional presentan generalmente una inadecuada utilización de los recursos acompañada del uso de tecnología precaria y que no es competente a diferencia de los productores de carácter nacional (Loja, Quito, Cuenca) principalmente. Esta baja capacidad empresarial hace que se presente un rezago económico de nuestra región, provocando una menor competitividad en el mercado con altos costos de producción y por ello con altos precios que no se ajustan a la calidad de los productos, por lo que los comerciantes deciden expender la materia prima directamente a otras ciudades.

Los problemas a nivel local, es que no existen empresas que se dedique a esta actividad, de tal forma nuestro estudio tiene como finalidad de elaborar y comercializar el embutido de carne de cerdo, res y pollo. En todos los cantones de la Provincia de El Oro, existe una gran cantidad de materia prima, recursos necesarios para la elaboración del producto.

La esperanza y la importancia de superación de todos los ciudadanos es establecer la aceptación y preferencia del nuevo producto alimenticio, la constante evolución y desarrollo que se viene dando en nuestra población, creemos necesario establecer una empresa procesadora de embutidos, destinada a la comercialización en todos los cantones de la Provincia de El Oro, la misma que será de gran importancia ya que siendo el embutido uno

de los alimentos diarios importantes que contribuye al desarrollo y fortalecimiento de nuestro cuerpo, merece que sea un alimento de constante disponibilidad en el mercado y muy asequible para todos los hogares con la mayor garantía del producto en lo que concierne a permisos sanitarios, manipulación y presentación del producto y lo más importante que se encuentre en el mercado de consumo a un precio aceptable para que todas las familias e incluso las de bajos recursos puedan obtener el producto, ofreciendo un servicio de calidad

Partiendo de lo expuesto se ha creído conveniente realizar un proyecto de factibilidad, el mismo que constituye una fuente de empleo, resultando para el usuario un producto que satisface la necesidad de alimentación de gran parte de la población objeto de estudio.

## d. REVISIÓN DE LITERATURA

### MARCO REFERENCIAL

#### La industria de la carne.

Gráfica 1



A diferencia de la mayoría de las grandes industrias modernas, asienta sus raíces en los tiempos prehistóricos. Aparecen ya en la más antigua literatura referencias tan casuales que parece probable que ciertas prácticas de conservación de la carne eran ya de conocimiento común. Los aborígenes de América disecaban la carne; las técnicas de ahumando y salazón eran conocidas antes del tiempo de Homero, la elaboración y especiado de algunos tipos de embutidos era común en Europa y en la zona mediterránea mucho antes del tiempo de los césares<sup>1</sup>.

La creciente importancia y profundidad de la investigación del procesado de la carne y de otros alimentos hace necesario que los dirigen las industrias de la carne e industrias relacionadas conozcan los métodos, terminologías, y resultado de dicha investigación. Es igualmente importante que los

---

<sup>1</sup> PRICE, James y SCHWEIGERT, Bernard. (1994). Ciencia de la carne y de los productos cárnicos. Editorial ACRIBIA S.A. Zaragoza. España. p. 11

estudiantes universitarios que se inclinan por la creación de industrias cárnicas reciban una formación amplia y detallada en ciencias básicas.<sup>2</sup>

## Gráfica 2

### Definición de Embutidos



Se denomina embutido a una pieza, generalmente de carne picada y condimentada con hierbas aromáticas y diferentes especias (pimentón, pimienta, ajos, romero, tomillo, clavo de olor, jengibre, nuez moscada, etc.) que es introducida (embutida) en piel de tripas de cerdo. En la fabricación industrial moderna de estos productos se utiliza un tipo de tripa artificial, que resulta comestible. Su forma de curación ha hecho que sea fácil de conservar a lo largo de los años. Los embutidos se suelen vender en carnicerías y más específicamente en charcuterías.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Ibidem. pp. 6-7

<sup>3</sup> Carnes y productos cárnicos GRAU,R (Universidad Nacional Agraria) editorial Acribia. 2003.

Se define como embutidos a los productos cárnicos elaborados con carne, sangre o una mezcla de ambas, con o sin agregado de vísceras u otros productos de origen animal o vegetal autorizados.

Los productos cárnicos procesados se obtienen a partir de los diferentes tipos de carne existente, como son la carne de bovino, porcino, aves y algunas veces pescados y mariscos, las cuales se someten o no a cocción, según el tipo de producto que se desee obtener.

No deben contener aponeurosis (la membrana de tejido conjuntivo que envuelve a los músculos, tendones, ligamentos, o cartílagos), salvo los embutidos cocidos, en los cuales se transformaría en gelatina, como ser en los frankfurters.

Existen diferentes variedades de embutidos dependiendo de:

- **Su material cárnico:** carne de cerdo, carne de vacuno, carne de toro, carne de caballo, carne de pescado, etc.
- **Su forma de curado:** secado, ahumado, salazón, etc.
- **Su procesado final:** áspic, escaldado, crudo, seco, etc.
- **Su forma de embutido:** cular, vela, etc.

Gráfica 3



#### **Tipos de embutidos:<sup>4</sup>**

Los embutidos se dividen en cuatro grupos: frescos, secos, cocidos y salados.

**Frescos:** Son preparados con carne y grasa crudas, picadas, ya sea de vaca, cerdo, u otra especie autorizada para consumo humano. Incluyen: chorizos, longanizas, hamburguesas, y salchichas. En su elaboración se emplean carnes de segunda o tercera selección, con altos contenidos grasos, mayores al 5%. No pueden contener carne con cartílagos o tendones. El producto final no puede contener más del 50% de su masa en grasa. Las hamburguesas no pueden contener más del 20% de materia grasa.

---

<sup>4</sup> Congelación y calidad de la carne Claude Genot Editorial Acribia 2003.

**Cocidos:** Se preparan con carne y grasa crudas, pueden mezclarse con cueros de cerdo, o carnes precocidas bovina, u otra. Se dividen en embutidos y no embutidos.

**Los embutidos** comprenden: morcilla, mortadela, frankfurters, leonesa, salchichón y butifarra.

**No embutidos:** lechón arrollado, matambre, queso de cerdo, etc.

**Secos:** Compuestos también por carne y grasa crudas picadas, de bovinos y suinos, pero sometidos a desecación. Por ejemplo: chorizo español, longaniza, salame.

**Salados:** Están hechos con carne y grasa que ha sido procesada sodio para su desecación. Estos comprenden: bondiola, cabeza de cerdo, jamón crudo, jamón cocido, paleta, tocino, lomito.

#### **El mercado de los embutidos:**

Los productos embutidos gozan de gran demanda, pero en especial los que se producen con un costo muy bajo. Se elaboran toneladas de productos chacinados destinados a satisfacer las demandas de un público que espera la mejor calidad al menor precio, esta realidad ha llevado a que los productos artificiales y conservantes hayan ganado terreno. La tecnología ha provocado cambios en la forma de elaboración de los productos chacinados. (Producto cárnico procesado cocido)<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Embutidos GF Hammer 1989.



## **Tipo de envolturas usadas en la elaboración de embutidos**

### **Tripas Naturales**

Cuando se empleen tripas naturales se deben tener el mismo criterio exigente de calidad, uniformidad, calibrado, limpieza y acondicionamiento.

Proceden del tracto digestivo de vacunos (reses), ovinos y porcinos.

Ventajas:

- ✓ Unión íntima entre proteínas de la tripa y masa embutida
- ✓ Alta permeabilidad a los gases, humo y vapor
- ✓ Son comestibles
- ✓ Son más económicas
- ✓ Dan aspecto artesanal

Desventajas:

- ✓ Gran desuniformidad si no se calibran adecuadamente
- ✓ Menos resistentes a la rotura
- ✓ Presencia de parásitos
- ✓ Presencia de pinchaduras o ventanas
- ✓ Mal raspado de serosa externa, con presencia de venas

### **Tripas Sintéticas**

Con frecuencia las fábricas dedican especial cuidado e invierten en tripas sintéticas (artificiales) para sus productos, por las ventajas que puede aportar a los productos en la calidad de conservación de los embutidos.

Ventajas:

- ✓ Largos periodos de conservación
- ✓ Calibrado uniforme
- ✓ Resistente al ataque bacteriano
- ✓ Resistente a la rotura
- ✓ Algunas impermeables ( cero merma )
- ✓ Otras permeables a gases y humo
- ✓ Se pueden imprimir
- ✓ Se pueden engrampar y usar en procesos automáticos
- ✓ No tóxicas
- ✓ Algunas comestibles ( colágeno )
- ✓ Algunas contráctiles (se adaptan a la reducción de la masa cárnica)
- ✓ Facilidad de pelado
- ✓ Acondicionarlas en recipientes con sal seca.
- ✓ Almacenar preferiblemente en lugares fresco o refrigerado
- ✓ Lavar antes del uso para recuperar su elasticidad
- ✓ Es permitido el empleo de antibacterianos naturales, como el ácido láctico (1-2%).<sup>6</sup>

## **MARCO CONCEPTUAL.**

### **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

---

<sup>6</sup> Calidad de la carne y de los productos cárnicos GIRARD; C (Universidad Agraria) 2001

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 FACTIBILIDAD**

Es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del

costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar<sup>7</sup>.

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 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.

---

<sup>7</sup> Colin F. Bruce, 1982.

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”.<sup>8</sup>

**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.<sup>9</sup>

**Producto.-** “El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos”.<sup>10</sup>

**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”<sup>11</sup>

**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

---

<sup>8</sup>Randall Geoffrey . Principios de Marketing. Segunda Edición, Pág. 120. 2010

<sup>9</sup> Revista emprendedores

<sup>10</sup> P. Bonta y M. Farber.199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, Grupo Editorial Norma, Pág. 37.

<sup>11</sup>Kotler y Armstrong. Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, Prentice Hall, Pág. 353.

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".<sup>12</sup>

**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.

## **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".<sup>13</sup>

**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

---

<sup>12</sup>BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.

<sup>13</sup><http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>



**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.

**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.”.<sup>14</sup>

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

---

<sup>14</sup>NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Dic. 1968. Pág. 17

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”.<sup>15</sup>

### **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.**

---

<sup>15</sup> Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 31-32.

## 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).<sup>16</sup>

**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”.<sup>17</sup>

**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

---

<sup>16</sup> QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos. Pág. 22

<sup>17</sup> Guía Didáctica. Negocios. Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Año 2006. Pág. 89

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, 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.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> **MIRANDA Juan José**, “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. MB Editores. Bogotá. 1997. 366 Páginas.

## **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.

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.”. <sup>19</sup>

**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

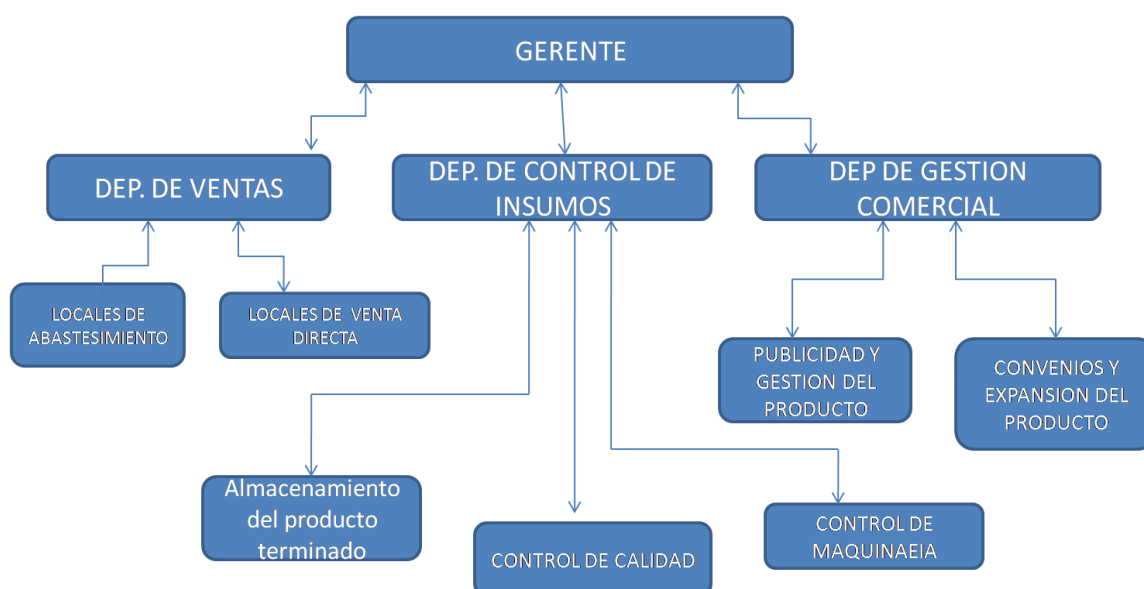
---

<sup>19</sup> QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. **Diseño y Evaluación de Proyectos.** Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.



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.

**Gráfica 4**



**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 o más de ellas.

## ESTUDIO FINANCIERO

Permite declaraciones informativas de la situación económica- 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 estrictos 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.<sup>20</sup>

**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

---

<sup>20</sup>**BACA URBINA, Gabriel**, “Fundamentos de ingeniería económica”, Editorial Mc Graw Hill, 1994 México, 305 páginas.

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.

**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”.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>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<sup>22</sup>.

Fórmula Valor Actual Neto

$$VAN = \sum \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_0$$

*Donde:*

*VAN = Valor actual neto*

*BNt = Beneficios netos*

*Io = Inversión inicial*

*1 = Constante matemática*

---

<sup>22</sup>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

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

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

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

**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-costos 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.<sup>23</sup>

### Fórmula

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

**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”.<sup>24</sup>

<sup>23</sup>(Sánchez Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 1998).

<sup>24</sup> Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2007. Pág. 45-46.



**Fórmula**

<b><i>Análisis de sensibilidad del proyecto</i></b> =	$(VANn - VANe)$
	<hr/>
	$VANe$

Donde:

$VANn$  = nuevo VAN obtenido

$VANe$  =VAN antes de realizar el cambio en la variable

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

### MATERIALES:

Como en toda investigación, para presentar el trabajo, a más del equipo de cómputo, se utilizaran los siguientes materiales:

- ❖ Cuaderno de apuntes,
- ❖ Esferográficos,
- ❖ Material de oficina,
- ❖ Tinta para impresora;
- ❖ Papel bon.

### MÉTODOS:

Es un conjunto de procedimientos y elementos que están ligados entre sí para la consecución de objetivos previamente determinados.

**Método Inductivo.-** Este método dentro de la investigación fue utilizado para determinar los gustos y preferencias en cuanto a la producción de embutidos en la provincia de El Oro para llegar a generalizar los resultados obtenidos.

**Método Deductivo.-** En la investigación el presente método ayudó a determinar los principales aspectos del plan de comercialización, la localización, los procesos, la estructura orgánica, las funciones del recurso humano requerido y finalmente las conclusiones y recomendaciones.

**Método Descriptivo.-** Fue utilizado describir el producto según las exigencias que provengan de la información obtenida en el estudio de la demanda. Así mismo será utilizado para describir los procesos que tendrá la empresa tanto para la producción así como para la organización Administrativa.

**Método Histórico.-** Permitió efectuar un estudio histórico de la producción bovina, porcina y avícola en la Provincia del Oro, así como para determinar la tendencia histórica del consumo de embutidos y de allí determinar la tendencia futura.

**Método Analítico.-** Mediante este método se describió los contenidos que están dentro de la programación correspondiente a proyectos de inversión. Servirá para descomponer la estructura organizacional en niveles jerárquicos, las funciones del talento humano; así como para determinar la inversión requerida y costos en sus diferentes rubros.

En cuanto a técnicas se utilizarán:

**Observación Directa.-** Que permitió conocer los niveles de los diferentes indicadores, de los procesos de producción mediante la aplicación del instrumento de observación.

**Encuesta.-** Se aplicó a una muestra de los habitantes de la provincia de El Oro para determinar los resultados necesarios. Se aplicarán 399 encuestas debidamente seleccionadas en forma aleatoria.

Según datos del INEC en el año 2010 la provincia de El oro existían 643316 habitantes, para proyectar al año 2013 se aplica la siguiente fórmula:

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

**Dónde:**

**Pf:** Población Final

**Po:** Población Inicial

**r:** Tasa Crecimiento (2.9%)

**n:** Número de años (3)

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

$$Pf_{2013} = Po_{2010} (1+0,029)^3$$

$$Pf_{2013} = 643316 (1+0,029)^3$$

$$Pf_{2013} = 643316 (1,029)^3$$

$$Pf_{2013} = 643316 (1,089547)$$

$$Pf_{2013} = 700923$$

Para el año 2013 la población de la provincia de El Oro es de 700.923 habitantes. Considerando que los embutidos son un producto alimenticio para las familias, entonces hay que determinar el número de familias de la provincia; para ello se divide la población proyectada para cuatro integrantes promedio por familia, por lo que resulta que en la provincia existen 175.231 familias. Para la determinación del tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

Fórmula 
$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

n = ?          Tamaño de la muestra

N = 175231    Número de familias de la provincia de El Oro

e = 0,05      Error de la muestra

$$n = \frac{175231}{1 + (0,05)^2 175231} = \frac{175231}{439} = 399$$

**n = 399 encuestas**

**Gráfica 5  
DISTRIBUCION MUESTRAL**

N°	Cantones	Cantidad población	% Población	Cantidad de Encuestas
1	Machala	263760	41,00%	164
2	Pasaje	77198	12,00%	48
3	Santa Rosa	73981	11,50%	46
4	El Guabo	53395	8,30%	33
5	Huaquillas	51465	8,00%	32
6	Arenillas	28949	4,50%	18
7	Piñas	27663	4,30%	17
8	Zaruma	25733	4,00%	16
9	Portovelo	12866	2,00%	8
10	Balsas	7076	1,10%	4
11	Atahualpa	6433	1,00%	4
12	Marcabelí	5790	0,90%	4
13	Las Lajas	5147	0,80%	3
14	Chila	2573	0,40%	2
	<b>TOTAL</b>	<b>643316</b>	<b>100%</b>	<b>399</b>

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)  
Elaboración: La Autora

## f. RESULTADOS

### ESTUDIO DE MERCADO

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

### TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA DEMANDANTES

#### DATOS GENERALES

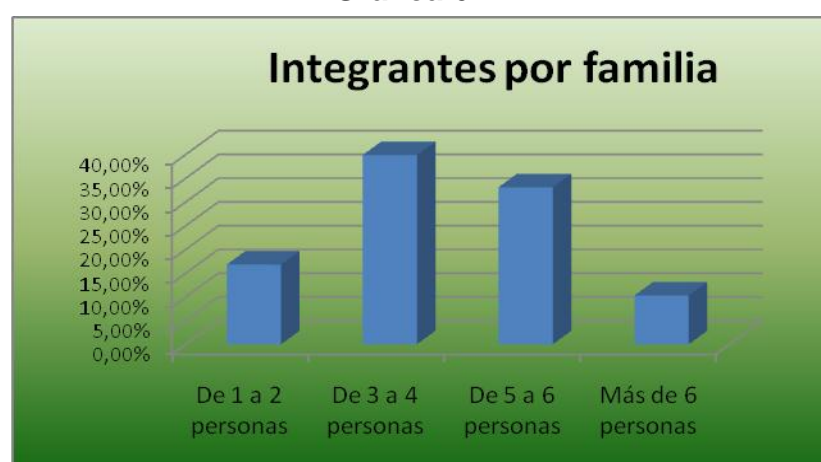
##### a) ¿Cuántas personas conforman su familia?

**Cuadro 1**  
**NUMERO DE INTEGRANTES**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 personas	67	16,79%
De 3 a 4 personas	159	39,85%
De 5 a 6 personas	132	33,08%
Más de 6 personas	41	10,28%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 6**



### Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta los resultados indican que el 39.85% de los encuestados provienen de familias con 3 o 4 integrantes. El 33.08% manifestaron que sus familias están integradas por 5 o 6 personas, el 16.79% indicaron que sus familias la conforman 1 o 2 integrantes; finalmente el 10.28% indicaron que sus familias la conforman más de 6 personas.

### 2. ¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?

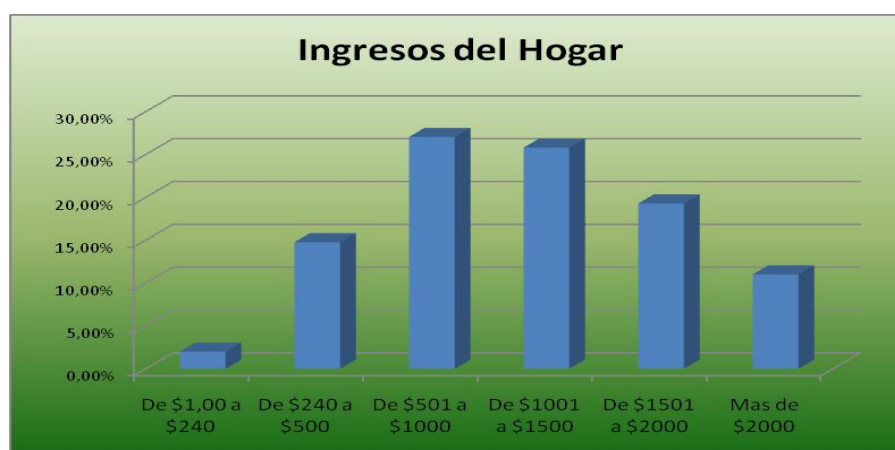
**Cuadro 2**

#### INGRESOS PROMEDIO DEL HOGAR

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$1,00 a \$240	8	2,01%
De \$241 a \$500	59	14,79%
De \$501 a \$1000	108	27,07%
De \$1001 a \$1500	103	25,81%
De \$1501 a \$2000	77	19,30%
Más de \$2000	44	11,03%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 7**



### Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta los resultados indican que el 27.07% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$501 a \$1000. El 25.81% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$1001 a \$1500. El 19.30% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$1501 a \$2000. El 14.79% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$241 a \$500. El 11.03% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de más de \$2000 y finalmente el 2.01% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$1.00 a \$500.

### DATOS ESPECÍFICOS

#### Pregunta 1

#### ¿En su hogar consumen embutidos?

**Cuadro 3**

#### CONSUMO DE EMBUTIDOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	335	83,96%
No	64	16,04%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora



Gráfica 8



### Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 83.96% de los encuestados consumen embutidos al igual sus respectivas familias, mientras que el 16.04% de los encuestados indicaron que no consumen embutidos.

### Pregunta 2

**¿Con la frecuencia que usted utiliza en su compra, cuántas libras de embutidos aproximadamente consumen en su hogar al mes?**

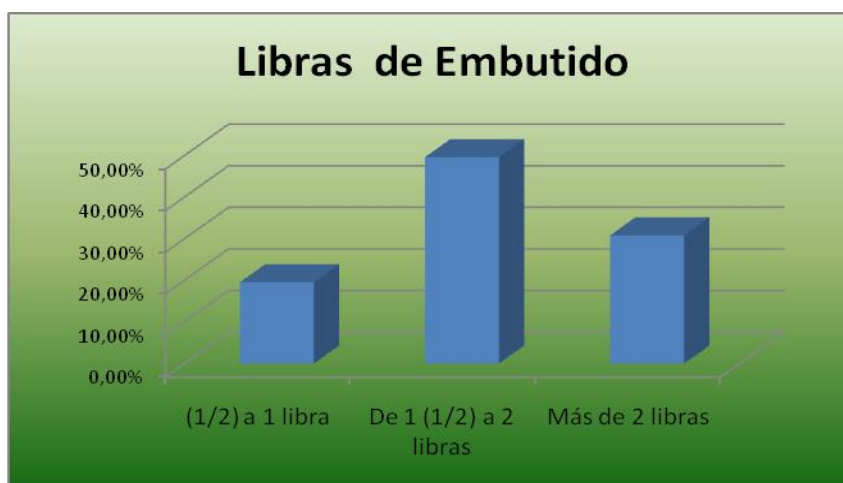
Cuadro 4

### CANTIDAD DE CONSUMO FAMILIAR AL MES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
½ a 1 libra	8	19,55%
De 1 ½ a 2 libras	298	49,62%
De 2 ½ a 4 libras	123	30,83%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

Gráfica 9

**Interpretación y Análisis:**

Como se establece en el presente cuadro el 49.62 % de los encuestados manifestaron que consumen de 1 libra y media a 2 libras. El 30.83% de los encuestados manifestaron que consumen más de 2 libras y el 19.55% de los encuestados indicaron que consumen de media libra a 1 libra.

**Pregunta 3**

**¿Qué factores considera usted al momento de adquirir embutidos, señale la más relevante?**

Cuadro 5

**CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cantidad	31	7,77%
Sabor	120	30,08%
Calidad	47	11,78%
Precio	59	14,79%
Higiene	112	28,07%
Presentación	27	6,77%
Otros	3	0,75%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

Gráfica 10

**Interpretación y Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 30.08% de los encuestados prefieren que el producto tenga un mejor sabor para su compra. El 28.07% de los encuestados prefieren que el producto tenga una mejor higiene para su obtención, el 14.79% prefieren que el producto tenga un precio más económico para su compra. El 11.78% de los encuestados prefieren que el producto tenga una mejor calidad para su importe, un 7.77% de los encuestados prefieren que el producto tenga mayor cantidad para su consumo, un 6.77% prefieren que el producto tenga una mejor presentación para su obtención y el 0.75% de los encuestados indicaron que ninguna de las alternativas anteriores les importa al momento de su adquisición.

#### Pregunta 4

**¿Si en la Provincia de El Oro se implementara una empresa productora y comercializadora de embutidos (pollo, res y chanco) estaría dispuesto a adquirirlos?**

**Cuadro 6**

#### DISPOSICIÓN A ADQUIRIR EL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	378	94,74%
No	21	5,26%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 11**



#### Interpretación y Análisis:

Como se demuestra en el cuadro adjunto 378 encuestados que son el 94.74%, supieron indicar que estarían dispuestos en adquirir los embutidos, mientras que 21 que corresponden el 5.26% indicaron que no adquirirían dichos embutidos.

### Pregunta 5

#### ¿Qué precio paga por cada libra de embutidos de pollo, res o chancho?

**Cuadro 7**

#### PRECIO DE LOS EMBUTIDOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$2,00 dólares	246	61,65%
\$2,50 dólares	80	20,05%
\$3,00 dólares	45	11,28%
Más de \$3,00	28	7,02%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 12**



#### **Interpretación y Análisis:**

En la presente pregunta los resultados señalan que el 61.65% de los encuestados manifestaron que están dispuestos a pagar \$ 2.00 por cada libra de embutidos. El 20.05% de los encuestados indicaron que están dispuestos a pagar 2.50\$ por cada libra de embutidos. El 11.28% de los encuestados señalaron que están dispuestos a pagar \$ 3.00 por cada libra de embutidos y el 7.02% de los encuestados manifestaron que están dispuestos a pagar más de 3.00\$ por cada libra de embutidos.

### Pregunta 6

**¿En que lugar adquiere los embutidos para el consumo de su hogar, señale una sola opción?**

**Cuadro 8**

#### LUGAR DE ADQUISICIÓN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bodegas	199	49,87%
Mercados	44	11,03%
Supermercados	31	7,77%
Tiendas	121	30,33%
Otros	4	1,00%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 13**



#### Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta los resultados señalan que el 49,87% de los encuestados manifestaron que adquieren el producto en Bodegas, el 11,03%, adquieren en los mercados, el 7,77% adquieren en supermercados, el 30,33% adquieren en tienda y el 1% indicaron otros lugares.

### Pregunta 7

**¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de nuestro producto, señale una sola opción?**

**Cuadro 10**

#### PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Funda de Plástico	311	77,94%
Lata	73	18,30%
Otros	15	3,76%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 15**



#### Interpretación y Análisis:

Los resultados en esta pregunta indicaron que el 77.94% de los encuestados desean una presentación del producto en funda de plástico, el 18.30% respondieron que prefieren una presentación en lata y finalmente un 3.76% expresaron que otras presentaciones del producto son adecuadas.

### Pregunta 8

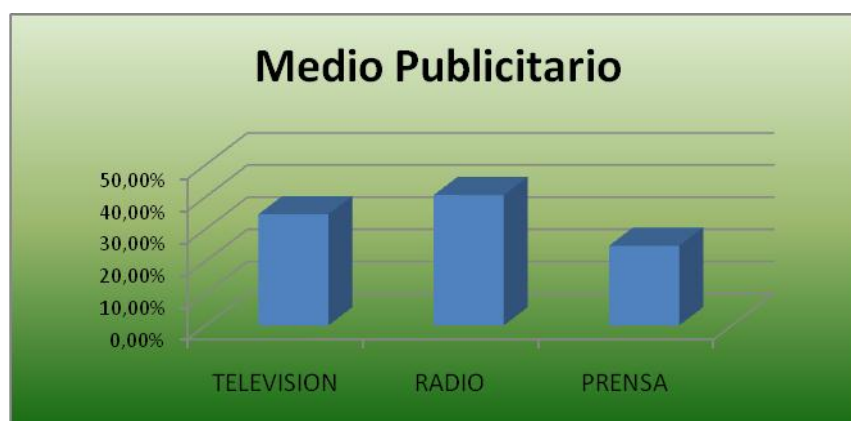
¿Qué medio publicitario usted prefiere, señala una sola opción?

**Cuadro 11**  
**MEDIO PUBLICITARIO**

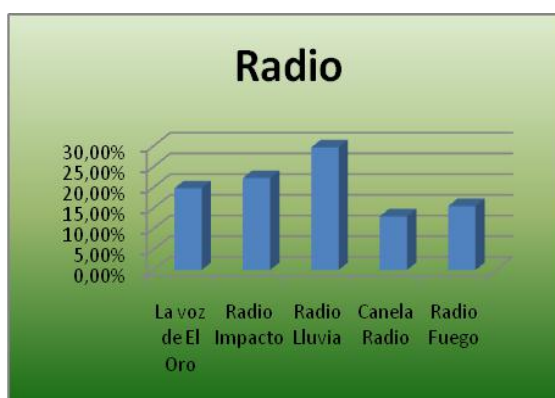
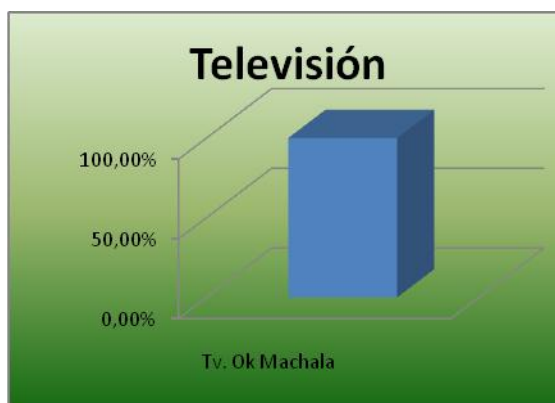
Alternativa	Frecuencia	Horario	Porcentaje
<b>TELEVISION</b>			
Tv. OK Machala	138	7h00 a 12h00	100,00%
<b>Subtotal</b>	<b>138</b>		<b>34,59%</b>
<b>RADIO</b>			
La voz de El Oro	32	7h00 a 12h00	19,75%
Radio Impacto	36	7h00 a 12h00	22,22%
Radio Lluvia	48	13h00 a 18h00	29,63%
Canela Radio	21	19h00 más	12,96%
Radio Fuego	25	13h00 a 18h00	15,43%
<b>Subtotal</b>	<b>162</b>		<b>40,60%</b>
<b>PRENSA</b>			
Correo	32		32,32%
La Opinión	56		56,57%
El Nacional	11		11,11%
<b>Subtotal</b>	<b>99</b>		<b>24,81%</b>
<b>Total</b>	<b>399</b>		<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 16**







#### Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta se puede determinar que el 40.60% de los encuestado prefieren que el producto se promocione por medio la Radio, el 34.59%, prefieren que el producto se promocione por medio de la Televisión y el 24.81% les gustaría que el producto se promocione por medio de la Prensa.

### Pregunta 9

**¿En qué horarios usualmente usted accede a los siguientes medios de comunicación?**

**Cuadro 12**

#### **HORARIO DE ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
7H00 - 12H00	164	41,10%
13H00 – 18H00	152	38,10%
19H00 en adelante	83	20,80%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 17**



#### **Interpretación y Análisis:**

Los resultados en esta pregunta dicen que el 41.10% de los encuestados pueden adoptar por el horario de 7H00 a 12H00. El 38.10% puede adoptar el horario de 13H00 a 18H00, y finalmente el 20.80% de los encuestados indicaron que pueden adoptar el horario de 19H00 en adelante para enterarse de la promoción del producto.

## Pregunta 10

**¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?**

**Cuadro 13**

### PROMOCIONES A LOS CLIENTES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	388	97,24%
No	11	2,76%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Provincia del Oro.  
Elaboración: La autora

**Gráfica 18**



### Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta los resultados señalan que el 97.24% de los encuestados indicaron que Si les gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes, mientras que el 2.76% indicaron que No les interesa que la empresa ofrezca promociones a sus clientes.

### Pregunta 11

**¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa, señale una sola opción?**

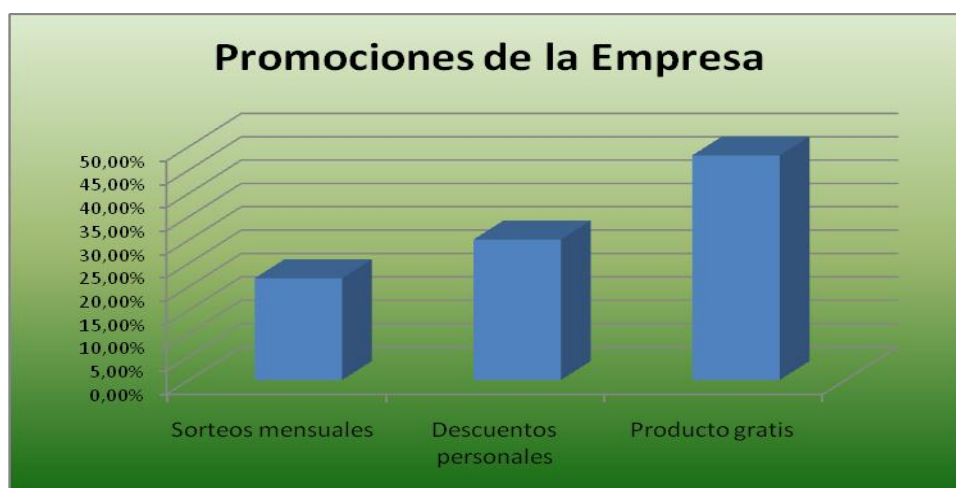
**Cuadro Nro. 14**

#### **PROMOCIONES DE LA EMPRESA**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sorteos mensuales	87	21,80%
Descuentos personales	120	30,08%
Producto gratis	192	48,12%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a familias  
Elaboración: La autora

**Gráfica Nro. 19**



#### **Interpretación y Análisis:**

Como se puede ver en el presente cuadro los resultados indican que el 48.12% de los encuestados desearían que la empresa ofrezca Productos Gratis de promoción. El 30.08% de los encuestados desearían que la empresa ofrezca descuentos personales de promoción, mientras que el 21.80% de los encuestados desearían que la empresa ofrezca sorteos mensuales de promoción.

### **Determinación de la Oferta**

Para determinar la oferta del producto en la Provincia de el Oro, a objeto de analizar la competencia existente, se procedió a realizar una encuesta a los comercializadores de embutidos de la localidad, de lo cual se detalla a continuación:

## TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA OFERENTES

### Pregunta 1

¿En su negocio usted comercializa embutidos?

**Cuadro 15**

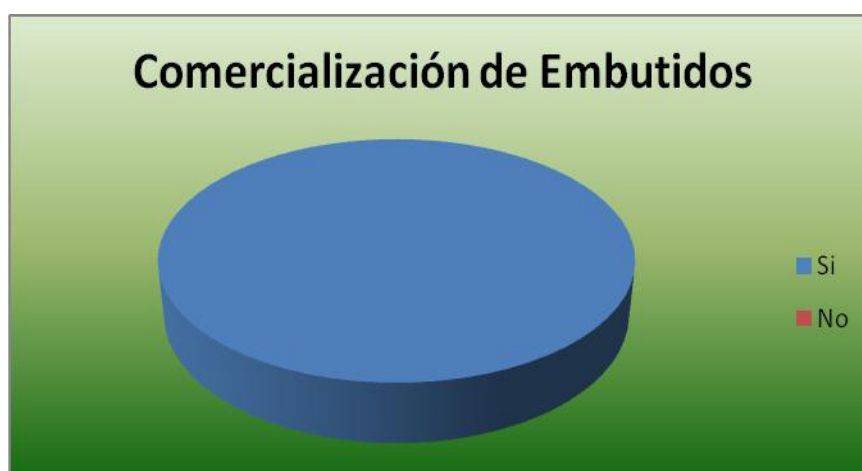
### COMERCIALIZACIÓN DE EMBUTIDOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	100,00%
No	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a oferentes

Elaboración: La autora

**Gráfica 20**



### Interpretación y Análisis:

Como se puede ver en el presente cuadro los resultados indican que todos mercaderes encuestados indicaron que si comercializan embutidos.

## Pregunta 2

### ¿Qué tipo embutidos comercializa usted?

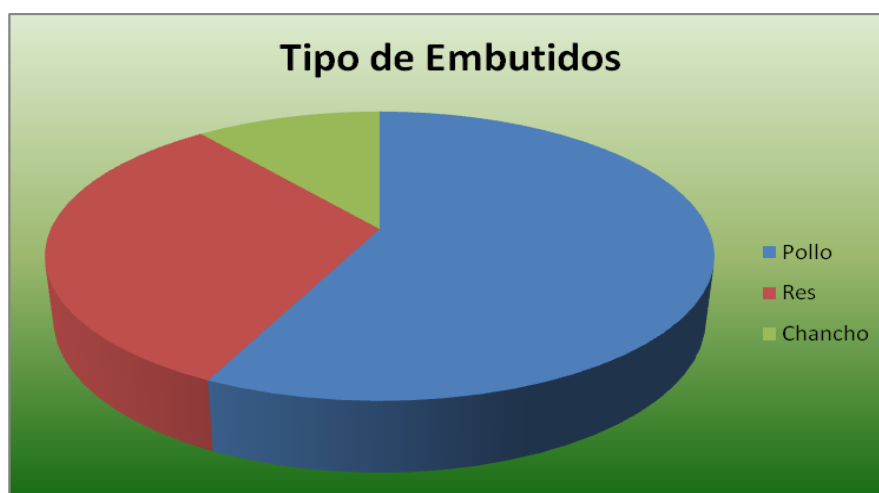
Cuadro 16

#### TIPO DE EMBUTIDOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pollo	16	57,14%
Res	9	32,14%
Chancho	3	10,71%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a oferentes  
Elaboración: La autora

Gráfica 21



#### Interpretación y Análisis:

Como se puede ver en el presente gráfico los resultados señalan que el 57.14% de los oferentes encuestados revelaron que comercializan embutidos de Pollo, el 32.14% señalaron que comercializan embutidos de Res y el 10.71% de los encuestados manifestaron que comercializan embutidos de Chancho.

### Pregunta 3

#### ¿Qué cantidad de embutidos comercializa diariamente?

Cuadro 17

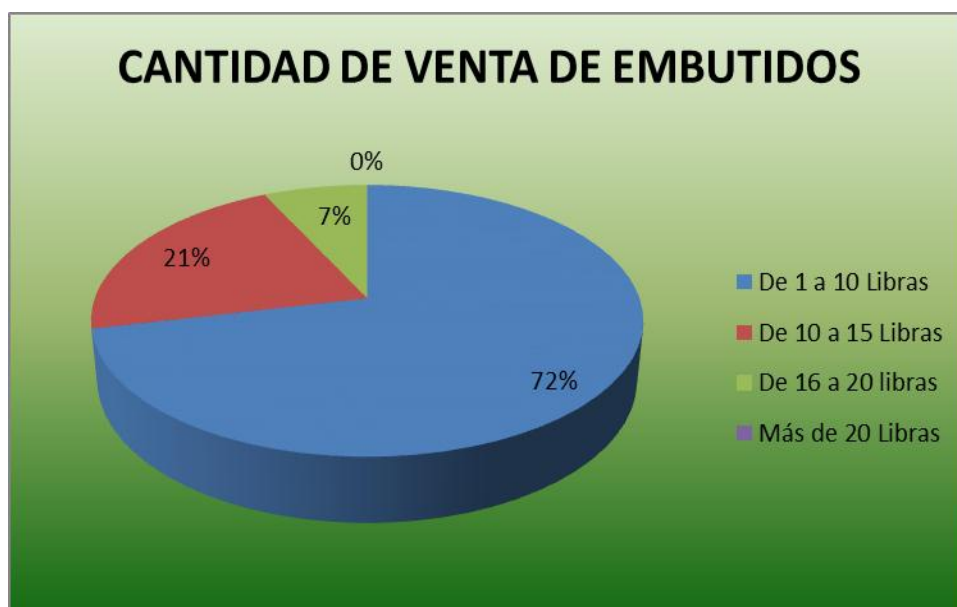
#### CANTIDAD DE VENTA DE EMBUTIDOS EN LIBRAS

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 10 Libras	20	72%
De 10 a 15 Libras	6	21%
De 16 a 20 libras	2	7%
Más de 20 Libras	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a oferentes

Elaboración: La autora

Gráfica 22



#### Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 72% de los oferentes encuestados indicaron que venden aproximadamente de 1 a 10 libras, el 21%, indicaron que venden de 10 a 15 libras, el 7% venden de 16 a 20 libras y ninguna empresa vende más de 20 libras.



#### Pregunta 4

#### ¿Cómo vende su negocio los embutidos?

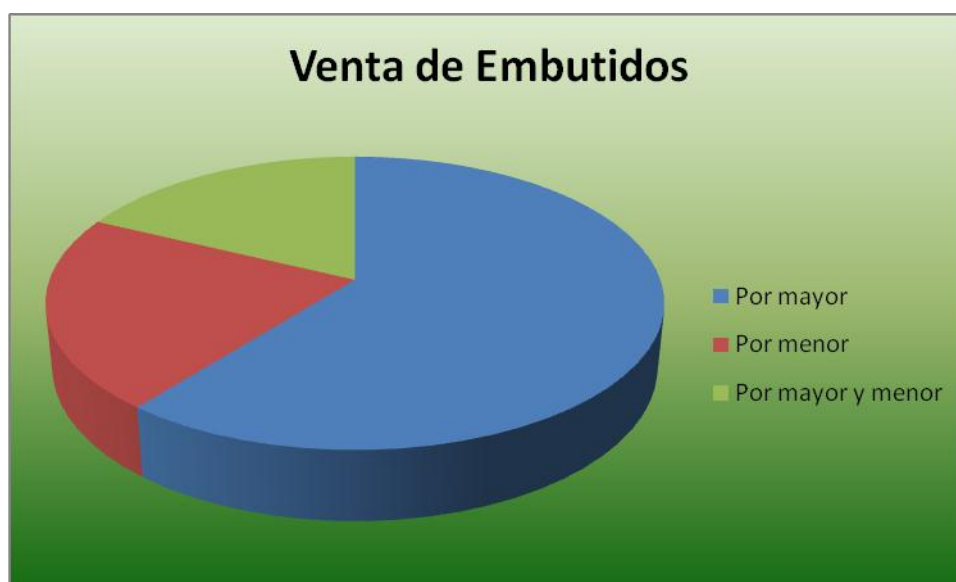
**Cuadro 18**

#### **VENTA DE EMBUTIDOS**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Por mayor	17	60,71%
Por menor	6	21,43%
Por mayor y menor	5	17,86%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a oferentes  
Elaboración: La autora

**Gráfica 23**



#### **Interpretación y Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 60.71% de los oferentes encuestados indicaron que expenden los embutidos al Por mayor, el 21.43% venden los embutidos al Por menor y finalmente el 17.86% de los oferentes despachan los embutidos al Por mayor y menor.

### Pregunta 5

#### ¿De dónde adquiere usted los embutidos para su comercialización?

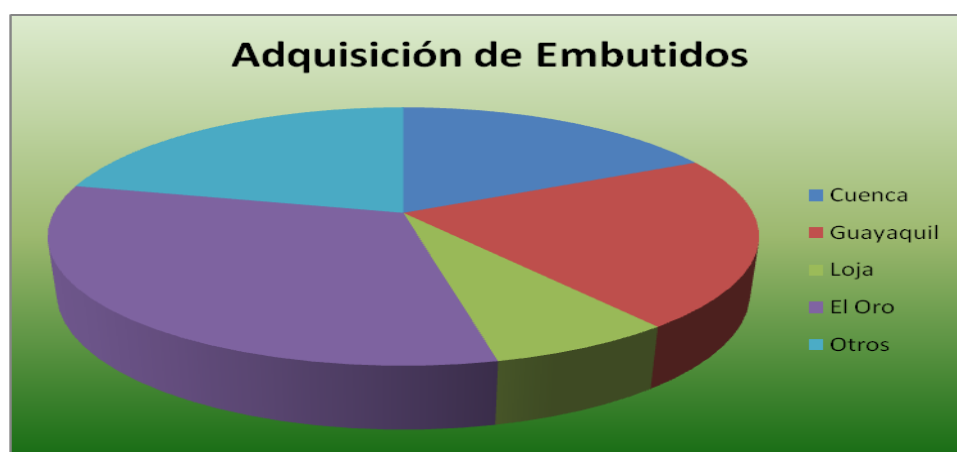
**Cuadro 19**

#### **ADQUISICIÓN DE EMBUTIDOS**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cuenca	5	17,86%
Guayaquil	6	21,43%
Loja	2	7,14%
El Oro	9	32,14%
Otros lugares	6	21,43%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a oferentes  
Elaboración: La autora

**Gráfica 24**



#### **Interpretación y Análisis:**

En la presente pregunta se demuestra que el 50.00% de los oferentes encuestados adquieren los embutidos de Guayaquil para ser comercializados, el 21.43% obtienen los embutidos de otras partes del país para ser comercializadas, un 17.86% de los oferentes consiguen los embutidos de Cuenca. El 7.14% de los oferentes encuestados consiguen los embutidos de Loja para su comercialización y el 3.57% de los oferentes encuestados obtienen los embutidos de El Oro para ser comercializados.

## Pregunta 6

### ¿A qué precio vende los embutidos por libra?

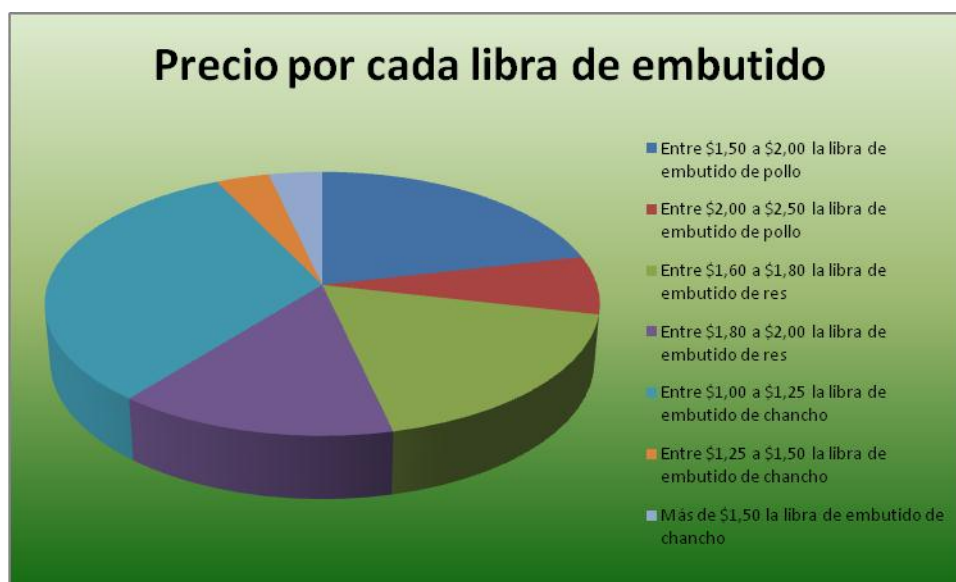
**Cuadro 20**

#### PRECIO DEL EMBUTIDO

Alternativa	Precio	Frecuencia	Porcentaje
Una libra de embutido de Pollo	Entre \$1,50 a \$2,00	6	21,43%
	Entre \$2,00 a \$2,50	2	7,14%
	Más de \$2,50		
Una libra de embutido de res	Entre \$1,60 a \$1,80	5	17,86%
	Entre \$1,80 a \$2,00	4	14,29%
	Más de \$2,00		
Una libra de embutido de chancho	Entre \$1,00 a \$1,25	9	32,14%
	Entre \$1,25 a \$1,50	1	3,57%
	Más de \$1,50	1	3,57%
<b>TOTAL</b>		<b>28</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a oferentes  
Elaboración: La autora

**Gráfica 25**



**Interpretación y Análisis:**

En la presente pregunta se demuestra que el 21.43% de los oferentes encuestados venden entre \$1,50 a \$2,00 cada libra de embutido de pollo, el 7.14% venden entre \$2,00 a \$2,50 cada libra de embutido de pollo.

El 17.86% de los oferentes encuestados venden entre \$1,60 a \$1,80 cada libra de embutido de res, el 14.29% venden entre \$1,80 a \$2,00 cada libra de embutido de res.

Finalmente el 32.14% de los oferentes encuestados venden entre \$1,00 a \$1,25 cada libra de embutido de chancho, el 3.57% venden entre \$1,25 a \$1,50 cada libra de embutido de chancho, al igual que otro 3.57% de oferentes encuestados venden entre \$1,25 a \$1,50 cada libra de embutido de chancho.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE LA DEMANDA**

El presente estudio permitirá conocer la demanda existente de embutido en la Provincia de el Oro y el volumen de producto que requieren. Para el estudio de la demanda se considerará el tiempo de vida útil del proyecto, el cual será de diez años y se considerará los tres tipos de demanda: Demanda Potencial, Demanda Real y Demanda Efectiva, a continuación se analiza cada una:

#### **Demanda Potencial**

En la demanda Potencial consideramos toda la *población en estudio segmentada que conoce el producto*, para lo cual tomamos el dato sobre la población tomado del último censo realizado por el INEC en el año 2010, que indica una población de la Provincia del Oro es de 643.316 habitantes, se aplicó la fórmula de actualización anteriormente y se infirió que la población en la Provincia del Oro para el año 2013 es de 700.923 habitantes, a estos datos se les aplicó una tasa de crecimiento poblacional actual de 1.6 (Fuente INEC), conforme se demuestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO No. 21**  
**DEMANDA POTENCIAL**  
**(1,6 Tasa de crecimiento poblacional del Ecuador)**

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Nº de Integrantes por Familia</b>	<b>Demanda Potencial de estudio</b>
0	175.230	4	700.923
1	178.034	4	712.137
2	180.882	4	723.531
3	183.776	4	735.107
4	186.717	4	746.868
5	189.704	4	758.817
6	192.739	4	770.958
7	195.823	4	783.293
8	198.956	4	795.825
9	202.139	4	808.558
10	205.373	4	821.494

Fuente: Tasa de crecimiento poblacional del Ecuador INEC.  
 Elaborado por: La autora

### **Demanda Real**

Es toda la población segmentada que realmente consume el producto, en el presente caso la demanda real está dada por *las personas que consumen embutidos*, en la provincia de el Oro, por lo que se tomó como referencia la Pregunta No. 1, de la Encuesta a los Ciudadanos (¿Usted y su familia consumen embutidos) cuyo porcentaje de respuestas afirmativas fue el **83,96%**, el cuadro se detalla a continuación:

**CUADRO No. 22  
DEMANDA REAL**

<b>Años</b>	<b>Demanda Potencial de Estudio</b>	<b>Porcentaje de personas que consume el Producto (83,96%)</b>	<b>Demanda Real</b>
0	700.923	83,96%	588.494
1	712.137		597.910
2	723.531		607.476
3	735.107		617.195
4	746.868		627.070
5	758.817		637.102
6	770.958		647.296
7	783.293		657.652
8	795.825		668.174
9	808.558		672.396
10	821.494		689.726

Fuente: Cuadro Nº 3.  
Elaborado por: La autora

### **Demanda Efectiva**

Para determinar la demanda efectiva se tomó en cuenta la Pregunta No. 1 de la encuesta a los ciudadanos, sobre *el porcentaje de personas que consume embutidos*; la Pregunta No. 4 (*Si en la Provincia de el Oro se implementara una empresa de producción y comercialización de embutidos, estaría dispuesto a adquirir el producto*), donde el 94,74% respondió que sí; y el cuadro 18 (Promedio de consumo per cápita, que en este caso es igual a 26,31.

### **Promedio de Consumo Perca pita.**

Para determinar el consumo per cápita anual de este proyecto se realizó lo siguiente: Primero se tomó los datos de la Pregunta No. 2, de la Encuesta a

los ciudadanos, donde se obtuvo la información sobre la cantidad de libras de embutidos que consume la familia al mes, luego se multiplicó: las opciones por la frecuencia, obteniendo como resultado el total del consumo mensual, así:

**CUADRO No. 23**  
**PROMEDIO DE CONSUMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	F*X
½ a 1 libra	8	6
De 1 ½ a 2 libras	298	469
De 2 ½ a 4 Libras	123	399,75
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>874,75</b>

Fuente: Pregunta No. 2 de la Encuesta a Ciudadanos de Prov. Oro.

Elaborado por: La autora

$$X = \frac{\sum f \cdot x}{\sum f}$$

$$X = \frac{874,75}{399}$$

$$X = 2,19 \times 12$$

$$X = 26,31$$

Luego de aplicar la respectiva formula se obtuvo, que el promedio de consumo por persona de embutidos en el año es de **26,31** libras, con este valor se procede a calcular la demanda real del producto, detallando en el siguiente cuadro:



**CUADRO 24  
DEMANDA ESPERADA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>Consumo Promedio Anual en libras</b>	<b>Demanda Efectiva.</b>	<b>Familias que consumirían el producto</b>	<b>Demanda Esperada en libras</b>
0	588.494	26,31	154.832,77	94,74	146.688,51
1	597.910	26,31	157.310,12	94,74	149.035,36
2	607.476	26,31	159.824,30	94,74	151.419,83
3	617.195	26,31	162.384,00	94,74	153.842,26
4	627.070	26,31	164.982,11	94,74	156.304,02
5	637.102	26,31	167.621,53	94,74	158.804,52
6	647.296	26,31	170.303,57	94,74	161.345,54
7	657.652	26,31	173.028,34	94,74	163.926,82
8	668.174	26,31	175.796,94	94,74	166.549,66
9	672.396	26,31	176.907,76	94,74	167.601,80
10	689.726	26,31	181.466,06	94,74	171.921,64

Fuente: Cuadro Demanda Real, Demanda Efectiva y Consumo Perca pita.  
Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

Con este análisis se puede determinar la cantidad del producto que los oferentes han colocado en el mercado, por lo que se ha investigado a la competencia en relación a la cantidad del producto que ofrece, sus costos, su infraestructura y promociones.

Para determinar la oferta total de embutidos en libras, se consideró a la pregunta No. 3; de la Encuesta a los Comercializadores que indican que del total de empresas (28), 20 empresas venden de 1 a 10 libras de embutidos; 6 empresas, venden entre 10 a 15 libras al día, 2 empresas venden entre 16 libras a 20 libras y ninguna empresa vende más de 20 libras de embutidos al día. Para determinar la oferta promedio, se multiplicó dichos resultados por la media de venta de embutidos (Md), luego se sumó y dividió para el total de la frecuencia, lo que nos dio la cantidad de producto ofertado en forma diaria.

**CUADRO No. 25**  
**DETERMINACIÓN DE LA OFERTA PROMEDIO DIARIO DE EMBUTIDO EN LIBRAS**

CANTIDAD DE VENTA	F	Md	F x Md
De 1 a 10 Libras	20	5,5	110
De 10 a 15 Libras	6	12,5	75
De 16 a 20 libras	2	18	36
Más de 20 Libras	0	20	0
TOTAL	28		221

Fuente: Preg. No. 3.  
Elaborado por: La Autora

Para determinar la oferta total anual de libras de embutidos, se siguió el siguiente método: se multiplicó los 221 (producción diaria) x 365 días que tiene el año y luego la proyectamos a 10 años.

$$221 \times 365 = 80.665 \text{ libras al año.}$$

**CUADRO No. 26**  
**PROYECCIÓN ANUAL DE LA OFERTA DE EMBUTIDO**

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	80.665
1	83.915
2	87.296
3	90.814
4	94.473
5	98.280
6	102.240
7	106.360
8	110.646
9	115.105
10	119.743

FUENTE: CEPAL. Tasa de crecimiento 4.03%  
ELABORACIÓN: La Autora

La proyección de la oferta está realizada en base a la tasa de crecimiento empresarial de la Provincia del Oro, según datos obtenidos en la página internacional de estadísticas [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com).

**DEMANDA INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda de embutidos y la oferta (146.688,51 – 80.665), lo que da como resultado 66.033,51 *libras de embutidos como demanda insatisfecha anual*. A continuación se detalla la proyección.

**CUADRO N° 27**  
**PROYECCION ANUAL DE LA DEMANDA INSATISFECHA.**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
0	146.688,51	80.665	66.033,51
1	149.035,36	83.915	65120,36
2	151.419,83	87.296	64.123,83
3	153.842,26	90.814	63.028,26
4	156.304,02	94.473	61.831,02
5	158.804,52	98.280	60.524,52
6	161.345,54	102.240	59.105,54
7	163.926,82	106.360	57.566,82
8	166.549,66	110.646	55.903,66
9	167.601,80	115.105	52.496,80
10	171.921,64	119.743	52.178,64

FUENTE: Cuadro de demanda efectiva y de oferta  
 ELABORACIÓN: La Autora.

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

### **Estrategias de mercado**

En el Plan de Comercialización es de vital importancia considerar las estrategias que nos permitan ingresar y mantenerse en el mercado para lo cual se tomará en cuenta los elementos del Marketing Mix con las 4 P como son: producto, precio, plaza, y promoción.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha, a la competencia y según los resultados de las encuestas.

### **Producto:**

En nuestro caso comercializaremos un producto de consumo masivo, dirigido a las familias de la Provincia de el Oro. El producto estará en innovaciones constantes, adaptándose a las nuevas necesidades y deseos de los consumidores, se realizará controles de calidad en todo el proceso productivo. Todo producto engloba elementos de importancia, los cuales ayudan a darle una imagen, garantía e higiene, en el caso de los embutidos tendrá los elementos que permitirá llamar la atención de los consumidores e impulsar su compra. La empresa producirá mortadela de tipo especial esto por la preferencia de los compradores como lo demuestra la encuesta.

### **Membrete:**

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto, identificando el producto mediante

Gráfica 26  
ETIQUETA DEL PRODUCTO

***Embutidos "El Balseñito"cia. Ltda.***  
***Peso: 500 gr.***  
***Registro Sanitario: En Trámite***  
***Fecha de Fabricación:***  
***Fecha de expiración: Tres meses en refrigeración.***  
***Slogan:***  
***¡Calidad que da gusto!***

Gráfica 27  
LOGOTIPO



Elaboración: La Autora

### **Precio**

El precio es la estrategia que ayuda a cumplir con los objetivos de la empresa cuando se intenta ingresar un producto ya existente o de características similares aunque no sean de la misma procedencia con esto se establecerá los costos, su porcentaje de utilidad que la empresa planifica obtener, tomando en consideración la capacidad adquisitiva de los

consumidores y los precios de los productos de la competencia existentes en el mismo sector. Con la siguiente fórmula:

$$PRECIO DE VENTA = \frac{\text{Costos Totales}}{\text{productos a producir}} + \text{utilidad}$$

Tomando como referencia la encuesta se ha considerado el precio que pagarían por la libra de mortadela de tipo especial, tendrá un precio que oscila entre 2 dólares con 60 centavos a 3 dólares con 80 centavos, tomado por el 61% de los encuestados; este precio corresponde a la mortadela de tipo especial por su consumo entre la población de la Provincia de el Oro.

### **Plaza**

La plaza está constituida por el lugar en el cual ofertantes y demandantes realizan intercambios, esta estrategia para ingresar al mercado objetivo será con el análisis de la competencia, por lo que la empresa utilizará como canales de distribución para llevar el producto al consumidor final; el que aplique intermediarios como los autoservicios, bodegas, tiendas que ofertan el producto como lo demuestra los resultados de la encuesta a los consumidores.

**Gráfica 28**  
**Canal de Distribución**



Elaboración: La Autora

### **Promoción y/o Publicidad.**

La promoción es la forma que utiliza la competencia para hacer conocer los productos para así tomar ventajas y presentar el producto con sus características, beneficios ventajas de los productos que se oferta. La publicidad mediante la cual se va a dar a conocer el producto será por medio de la radio SUPERIOR F.M. que tiene mayor sintonía, seguido por la televisión NOTIORO Machala.

Por último se realizará el servicio de posventa, asesoramiento antes y después de la venta del producto pidiendo a los compradores sugerencias y aplicando retroalimentación para mejorar la presentación delos embutidos.

**CUADRO 28**  
**PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACION**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR / Unit.</b>	<b>V. Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
RADIO SUPERIOR	20 SPOTS	5	80	960
NOTIORO-MACHALA	10 SPOTS	25	250	3000
<b>TOTAL</b>			<b>330,00</b>	<b>3960,00</b>

Fuente: Medios de Comunicación de Machala  
Elaboración: La Autora.



## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico nos permite determinar el tamaño ideal del proyecto, la localización y la distribución física, su ingeniería, y su estructura organizativa empresarial para la puesta en marcha del mismo. A continuación detallamos cada uno de los aspectos mencionados anteriormente.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **Tamaño Del Proyecto.**

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la empresa durante el ciclo de vida del proyecto, que en este caso es de 10 años, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades, en el presente caso en libras a producir por cada año.

### **CAPACIDAD INSTALADA.**

La capacidad instalada es el nivel de producción máximo al que podría llegar la empresa de embutidos, 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 con la utilización de la maquinaria como: la maquina troceadora de carne, cuteradora y embutidora, molino de carne, caldero y la maquina empacadora y selladora al vacío y los recursos humanos que comprende la mano de obra directa 2 trabajadores y un Jefe de producción, será de 25 libras de embutidos por hora, que trabajando

jornadas de 8 horas por día, producirá (200) libras y x 5 días, producirá (1000) libras por semana y x 52 semanas, da un total de **52.000**, libras al año. Para determinar el porcentaje de la capacidad instalada utilizaremos una regla de tres simple de la siguiente manera:

- Demanda insatisfecha = 66.033,51
- Capacidad Instalada = 52.000

### Capacidad máxima de producción

$$\begin{array}{r} 66.033,51 \\ 52.000,00 \end{array} \times \begin{array}{r} 100\% \\ X \end{array} = \frac{52.000,00 \times 100}{66.033,51} = 78,75\%$$

Estamos en la capacidad de cubrir inicialmente el 78,75% de la demanda insatisfecha.

**CUADRO 29**  
**CAPACIDAD INSTALADA**

Años	Demanda Insatisfecha en libras	Porcentaje a cubrir en la demanda insatisfecha	Capacidad Instalada de embutidos en libras
0	66.033,51	78,75%	52.000,00
1	65.120,36	79,85%	52.000,00
2	64.123,83	81,09%	52.000,00
3	63.028,26	82,50%	52.000,00
4	61.831,02	84,10%	52.000,00
5	60.524,52	85,91%	52.000,00
6	59.105,54	87,97%	52.000,00
7	57.566,82	91,05%	52.000,00
8	55.903,66	93,01%	52.000,00
9	52.496,80	99,05%	52.000,00
10	52.178,64	99,65%	52.000,00

FUENTE: Cuadro de Demanda Insatisfecha y Capacidad Instalada  
ELABORACIÓN: La Autora

## **CAPACIDAD UTILIZADA**

La capacidad utilizada significa que cuando una empresa 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 los canales de mercadeo, determinación del monto para difusión y propaganda.

Por lo tanto 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, se tendrá en cuenta que del primer al tercer año se tendrá una producción del 80%, del cuarto al sexto año el 85%, del séptimo al noveno el 90%; y el décimo año el 95%. Por lo tanto para el primer año con la capacidad a utilizarse del 80%, se tiene previsto procesar 9.984 libras de embutidos, realizamos la proyección para 10 años en el cuadro siguiente:

**CUADRO 30**  
**CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Porcentaje a Utilizarse</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>
0	52.000,00	80%	41.600,00
1	52.000,00	80%	41.600,00
2	52.000,00	80%	41.600,00
3	52.000,00	80%	41.600,00
4	52.000,00	85%	44.200,00
5	52.000,00	85%	44.200,00
6	52.000,00	85%	44.200,00
7	52.000,00	90%	46.800,00
8	52.000,00	90%	46.800,00
9	52.000,00	90%	46.800,00
10	52.000,00	95%	49.400,00

FUENTE: Capacidad utilizada  
ELABORACIÓN: La Autora

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### Macro localización.

Permite definir la zona, ciudad y/o región donde se va a localizar la unidad de producción, en este caso, el Cantón Balsas de la Provincia de El Oro y Para conseguir la máxima optimización en la ubicación de la planta productora y comercializadora de embutidos, 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

**GRÁFICA N° 29**  
**MACRO LOCALIZACIÓN**



Fuente: Dirección de Planificación - GPP

Elaboración: La autora.

### **Micro localización.**

Es la fase complementaria de la anterior, porque luego de definir de manera general la ubicación del Cantón Balsas Provincia de El Oro, es necesario puntualizar la distribución específica en la mencionada ciudad. A continuación, se detalla las 3 posibles ubicaciones (locales disponibles) para el desarrollo del presente proyecto en el cantón Balsas.

Ubicación A. Calle 27 de Julio y Diagonal., el local tiene 200 metros aproximadamente, el propietario es el Sr. Luis Camacho.

Ubicación B. Calle Juan Montalvo y 23 de Febrero, el local tiene aproximadamente 500 metros cuadrados, el propietario es el Sr. Patricio Rodríguez.

Ubicación C. Calle 24 de Mayo y 23 de Febrero, el local tiene aproximadamente 380 metros cuadrados, la propietaria es la Sra. Josefa Toledo.

Para determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración algunos factores como:

#### **Factores Determinantes para la Localización:**

- **Disponibilidad de materia Prima.-** La materia prima para la empresa son los pollos en pie, la carne de res y de chancho, los mismos que se adquieren principalmente en las plantas faenadoras en el cantón de Balsas y lugares adyacentes, por sus grandes volúmenes de producción y los precios de venta.

- **Costos de Arrendamiento.-** Debido a los altos costos de arrendamiento de los locales comerciales en la ciudad, es importante escoger un lugar donde el arriendo sea adecuado y como costo fijo no influya en demasía en los costos totales.
- **Facilidad de acceso para el cliente.-** Es un factor clave para la localización ya que en cierta forma tiene mucho que ver la ubicación de la empresa respecto a los consumidores, tomando en cuenta los gastos de transporte que estos deben realizar para llegar a la misma; por lo tanto la empresa se encontrará en un lugar estratégico de la ciudad, lugar al cual los consumidores y comerciantes podrán acceder con facilidad.
- **Infraestructura y adecuación del local:** El local donde se ubicará la empresa debe ser amplio y tener las adecuaciones necesarias para la ubicación del equipo y realización del proceso de producción.
- **Mano de Obra.-** El proceso de producción del embutido de carne, es sencillo por lo que no se requiere de personal especializado, por lo tanto la consecución de mano de obra adecuada no reviste ningún problema; el adiestramiento y la capacitación constituirá un proceso sencillo que permitirá elaborar un producto de calidad.
- **Servicios Generales.-** La empresa se ubica en el sector urbano de la ciudad y por tanto cuenta con los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la misma, esto es: energía eléctrica, agua potable y teléfono.

Una vez definidas las posibles ubicaciones del proyecto en el cantón Balsas, Provincia de El Oro, y haber analizado todos los factores determinantes de

cada una de las localizaciones, que permitan identificar las ventajas y desventajas que poseen cada una de ellas, se procedió a elaborar una matriz ponderada de las tres ubicaciones del proyecto, en donde, se dará valores cuantitativos a cada uno de los factores, según su grado de importancia, y de esta forma poder determinar cuál de las ubicaciones (A, B, o C) sería la más ideal para desarrollar el presente proyecto de inversión.

En base a los aspectos antes mencionados, se han escogido tres alternativas de localización que se someterán a la matriz de ponderación:

**Cuadro No. 31**  
**Matriz Ponderada**

<b>Factores de Localización</b>	<b>Ponderación/1,00</b>	<b>Opción 1</b>	<b>Opción 2</b>	<b>Opción 3</b>
Precio del arriendo	0,18	0,18	0,17	0,17
Cercanía proveedores	0,18	0,16	0,18	0,16
Infraestructura	0,14	0,12	0,12	0,12
Abastecimiento de energía	0,12	0,10	0,10	0,10
Servicio de agua potable	0,10	0,07	0,08	0,08
Disp. mano de obra	0,08	0,06	0,07	0,07
Acceso a transporte	0,06	0,04	0,05	0,05
Comunicaciones	0,06	0,04	0,05	0,05
Estado de vías	0,06	0,04	0,05	0,05
Clima social	0,02	0,01	0,01	0,01
<b>Total</b>	<b>1,00</b>	<b>0,82</b>	<b>0,88</b>	<b>0,86</b>

Elaboración: El Autor

El lugar más conveniente para la ubicación de la empresa es el local de las calles Juan Montalvo y 23 de Febrero de la ciudad de Balsas, por cuanto el lugar cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, específicamente en lo referente a acceso a mercados, vías de comunicación, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, seguridad,



educación, servicios médicos y más factores detallados en el cuadro, a continuación se ubica el lugar adecuado en el siguiente gráfico:

### GRÁFICA N° 30 UBICACIÓN DE LA PLANTA



FUENTE: Municipio de Machala  
ELABORACION: La autora

### 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, se orienta el proceso a seguir:

### **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

#### **Recepción y Selección de la materia prima**

Se selecciona la carne de res, pollo y chanco.

#### **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**

Luego de haber seleccionado las diferentes carnes, se desmenuzan y se cortan finamente los músculos, grasas y nervios mediante una 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 el embutido 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.

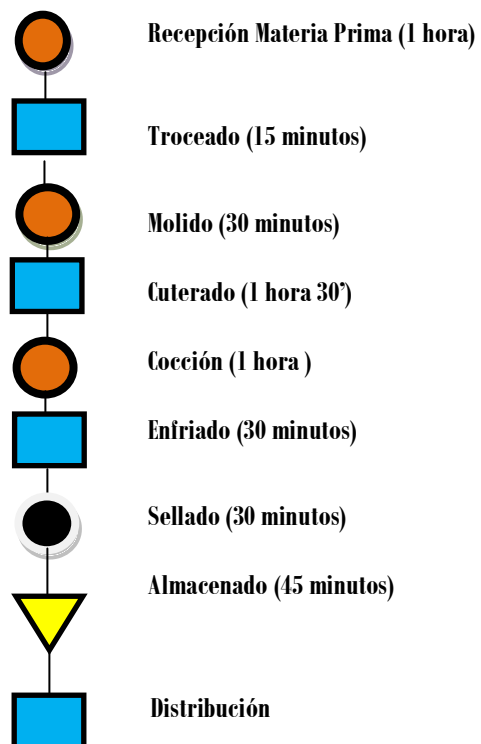
## **Enfriada**

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

## **Empaquetado y Sellado**

Enfriado y refrigerado el embutido 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.










**GRÁFICA 31**  
**DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**  
**FLUJO DE PROCESO DE LA ELABORACIÓN DEL EMBUTIDO**



**TIEMPO EMPLEADO EN LA ELABORACIÓN: 6 HORAS**

ELABORACIÓN: La autora

**CUADRO 32**  
**DIAGRAMA DEL PROCESO DEL EMBUTIDO**

Fase	Operación	Inspección	Transporte	Almacenamiento	Funcionarios	Descripción del proceso productivo	Tiempo (horas y minutos)
1					JP	Selección, recepción de la materia prima	1 hora
2					O	Troceado	15 min.
3					O	Molido	30 min.
4					O	Cuterado, embutido y amarradura	1 hora 30'
5					O	Cocción	1 hora
6					O	Enfriado	30 min.
7					O	Empaquetado y sellado	30 min.
8					O	Almacenamiento	45 min.
9					O	Distribución	
	<b>6</b>		<b>2</b>	<b>1</b>		<b>TOTAL</b>	<b>6 horas</b>

ELABORACION: La autora

**CUADRO 33****HOJA DE RUTA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LA ELABORACION DEL EMBUTIDO**

<b>OPERACIÓN</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>SECCIONES</b>	<b>MAQUINARIAS O HERRAMIENTAS</b>	<b>TIEMPO</b>
1	SELECCIÓN, RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA	1	Balanza Plataforma	1 hora
2	TROCEADO	1	Cuchillas	15 minutos
3	MOLIDO	1	Molino de carne	30 minutos
4	CUTEADO, EMBUTIDO Y AMARRADURA	1	Maquina cuteuradora	1 hora 30'
5	COCCIÓN	1	Caldero	1 hora
6	ENFRIADO	1	Refrigerador	30 minutos
7	EMPAQUETADO Y SELLADO	1	Máquina empacadora y selladora al vacío	30 minutos
8	ALMACENAMIENTO	1	Cámara de Refrigeración	45 minutos
9	DISTRIBUCIÓN	1	Frigorífico y Balanza	
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>		<b>6 horas</b>

ELABORACION: La autora

## DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LA PLANTA

Las instalaciones necesarias para una planta de este tipo, debe incluir las siguientes áreas: Producción y área administrativa. A continuación se presenta una relación de las zonas con las diferentes áreas para garantizar la continuidad de la producción.

**Gráfico N° 34**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

<b>Área de producción.</b>	
Área de recepción de materia prima y entrega de producto	Almacén
	Cámara de congelación
Área de troceado y curado	Sección de selección de carne
	Sección de salazón y cura
	Sección saladeros
Área de procesamiento	Sección de Pre-mezcla
	Sección mezcla
	Sección cocinadores
Área de cocción	Sección de ahumado
	Sección escaldado
	Sección cocinadores
Área de escurrido	Sección enfriamiento
	Sección escurrimiento
Área de conservación	Sección productos frescos y oreados
Área de comercialización	
Área de energía	
Área de servicios complementarios	
<b>Área de administración.</b>	
Gerencia	
Control Administrativo	Servicios
	Contabilidad
	Producción
	Comercialización

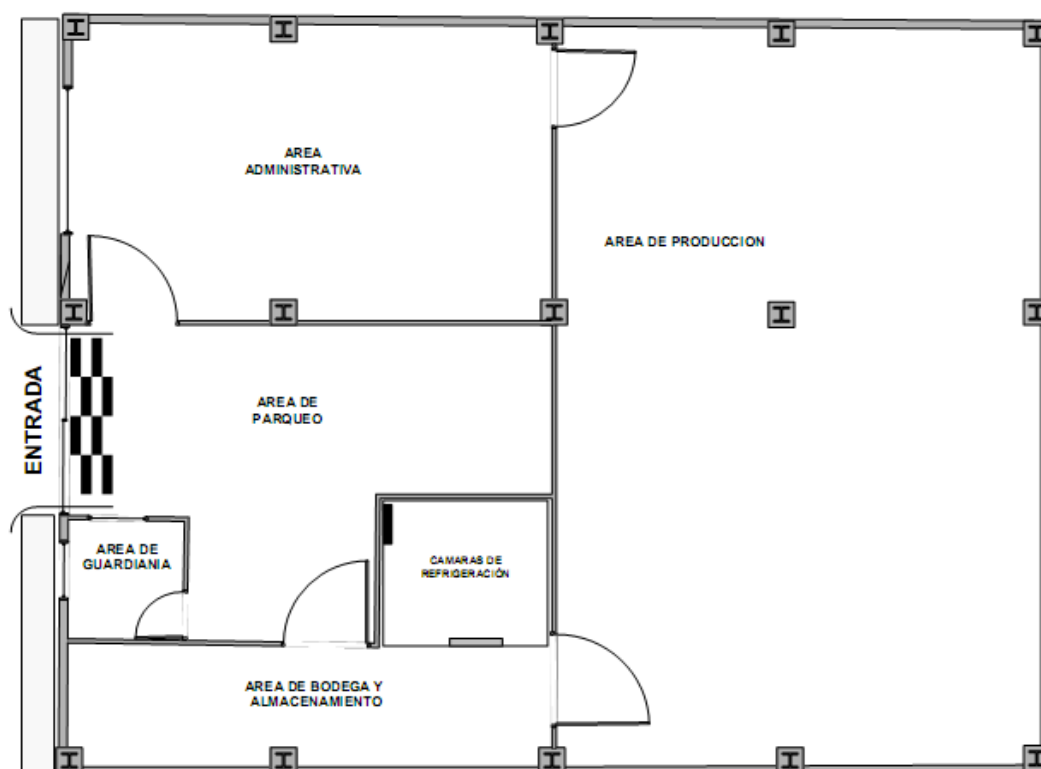
Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: El Autor

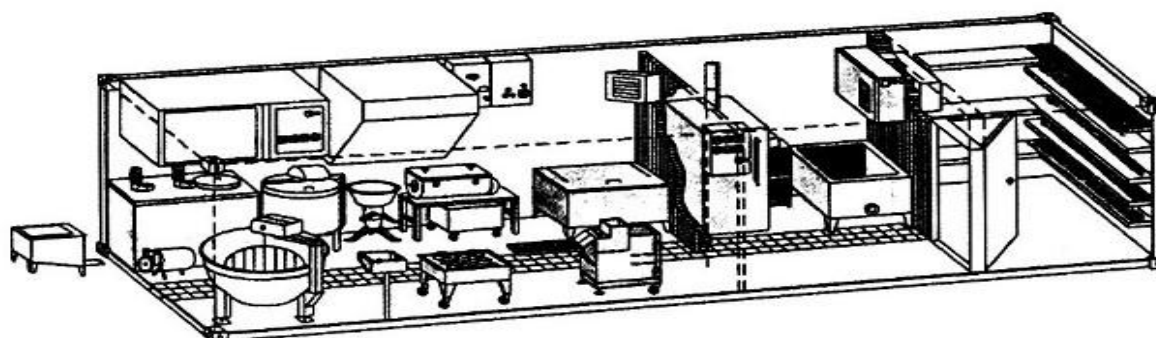
El área con que se dispone, es de 500m<sup>2</sup> 25m de frente y 20m de fondo, las cuales se utilizara 400 m<sup>2</sup> para la construcción quedando 100m<sup>2</sup> restantes para la ampliación de la empresa.

**Gráfica 33**

**DISTRIBUCION DE LA PLANTA**



**Gráfica 34**  
**Área de producción.**





**Cuadro N° 35  
DISTRIBUCION DE ESPACIO DE LA PLANTA**

<b>DISTRIBUCION</b>	<b>AREA DESTINADA</b>
Área Administrativa	80 m <sup>2</sup>
Área de producción	200 m <sup>2</sup>
Área de bodega y almacenamiento	60 m <sup>2</sup>
Área de guardianía	10 m <sup>2</sup>
Área de parqueo	50 m <sup>2</sup>
Total	400 m <sup>2</sup>

Elaboración La Autora

### **PROCESO DE PRODUCCIÓN.**

El producto que se van a elaborar en este proyecto es: mortadela de tipo especial, que pertenecen a los embutidos escaldados y corresponden a la mezcla de ingredientes cárnicos y aditivos alimentarios, bajo la forma de emulsión cárnica.

Los embutidos escaldados se caracterizan por recibir tratamiento térmico de 68 a 80 °C por diferentes espacios de tiempo, en caldero abierto o por medio de vapor.

## COMPONENTE TECNOLÓGICO

Para el funcionamiento normal de la empresa se tiene previsto instalar maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso. La tecnología a instalar responde a las condiciones necesarias para cubrir el proceso de producción de los embutidos, para lo cual se prevé contar con:

### DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA A UTILIZARSE EN EL PROCESO:

**Gráfica N° 35**  
**MÁQUINA TROCEADORA DE CARNE**



FUENTE: Representaciones Maside.  
ELABORACIÓN: la autora

Tiene una Capacidad de 45 kg. Fabricada en acero al carbono y hierro fundido. Fuerza motriz.: 3,5 HP, 20 Voltios, 60 Hz, trifásico. Con una velocidad de 45 RPM, incluye controles eléctricos y guardas para las partes

móviles. Además realiza la limpieza y troceado de la carne congelada de acuerdo al tamaño deseado.

### Gráfica Nº 36

#### MÁQUINA: CUTERADORA Y EMBUTIDORA.



FUENTE: Almacenes Juan Eljuri,  
ELABORACIÓN: La autora

La máquina Cutter, posee una capacidad 40 litros. De acero inoxidable. Con tres cuchillas. Fuerza motriz: dos velocidades 3.5 – 4 HP, para 110 voltios, 60 Hz, trifásico, 1 800/3 600 RPM. 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

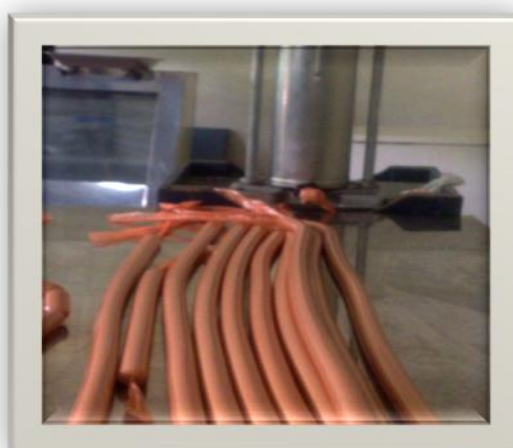
**Gráfica N° 37**  
**MOLINO DE CARNE**



FUENTE: Almacenes Juan Eljuri  
ELABORACIÓN: La autora

La moledora de carne tiene una capacidad aproximada de 30 - 41 Kilos/hora. Con tolva, empujador, dos discos, una cuchilla, Fuerza motriz: 1HP, para 220 voltios, 60 Hz, trifásico. Efectúa el molido de la carne de acuerdo a los requerimientos del proceso productivo.

**Gráfica N° 38**  
**CALDERO**



FUENTE: Almacenes Serdela  
ELABORACIÓN: La autora

El Caldero tiene una capacidad 45 kg. Es de tipo manual, posee cuatro boquillas y sirve para la actividad culinaria de cocción del embutido.

**Gráfica N° 39**  
**MÁQUINA EMPACADORA Y SELLADORA AL VACIO JUMBO 42 XL**



FUENTE: Almacenes Serdela  
ELABORACIÓN: La autora

La máquina empacadora y selladora tiene dimensiones exteriores: 41 x 41 x 30 h cm. Medida útil de la cámara de vacío: 33 x 33 x 8 cm. Capacidad de succión aproximada: 99 % Ancho útil: bolsas de hasta 30 cm. Carcasa e interior de acero inoxidable. Bomba de vacío a baño de aceite de 4 M3 x hora. Comandos digitales. Esta máquina nos sirve para empacar y sellar el producto en porciones de 1 o 2 libras cada uno, cuando se requiere empacar el producto.

**Gráfica N° 40**  
**CAMARA DE REFRIGERACIÓN**



FUENTE: Almacenes Serdela  
ELABORACIÓN: La autora

La Cámara de Refrigeración trabaja a temperatura: 0°C a 10°C; unidad de refrigeración: 1,5 HP, 110 voltios, 60 Hz marca TECUNSEH; difusor: tipo Mac Quay con tres ventiladores; puerta frigorífica: tipo estándar, madera y cerrajería tipo KASSON. Productos: temperatura 0°C a 10°C, unidad de refrigeración 1HP, 220 voltios, 60 Hz.; difusor: tipo Mac Quay con dos ventiladores y puerta frigorífica igual a la anterior. Cámara de congelación: temperatura de 0°C a 12°C.

**Gráfica N° 41**  
**FRIGORÍFICO EXHIBIDOR DE EMBUTIDOS**



FUENTE: Almacenes Loayza  
ELABORACIÓN: La autora

Este frigorífico exhibidor de embutidos, sirve para el mantenimiento de embutidos en óptimas condiciones de frescura e higiene y es el exhibidor el mismo que estará ubicado en la sección de ventas.

**Gráfica N° 42**  
**TINA DE ESCALDADO**



FUENTE: Almacenes Loayza  
ELABORACIÓN: La autora

La Tina de Escaldado posee una capacidad de 1 m<sup>3</sup> Interiormente llevará un serpentín de tubos de 5/8" para la circulación de vapor. Provisto de tapa de cierre semi-hermético. Con cuatro patas tubulares de 20cm de altura. Fabricado 100 % en acero inoxidable.

**Gráfica N° 43**  
**ABLANDADOR DE AGUA**

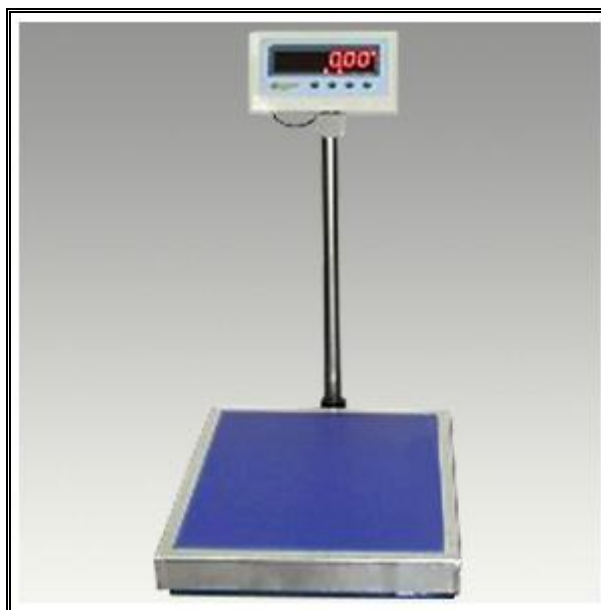


FUENTE: Almacenes Loayza  
ELABORACIÓN: La autora

El Ablandador de agua es de Modelo AB-O. Capacidad: 5000 galones entre regeneración. Flujo: 12 G.P.M. Tubería: 1" de diámetro. Con: Tanque de salmuera fabricado en fibra de vidrio Conjunto de válvulas. Toberas y resinas (4 pies<sup>3</sup>).



**Gráfica N° 44**  
**BALANZA PLATAFORMA**



FUENTE: Almacenes Loayza  
ELABORACIÓN: La autora

La Balanza Plataforma es del MODELO T/M2 medidas plato 40 x 40 cms y 35 x 45 cms, cap. 30-60-150 kgs a 5-10-20 grs: estructura de acero pintada con plato, columna de inox.visor indicador de peso, con leds de alta luminosidad y batería.

### Gráfica N° 45 COCINA INDUSTRIAL



FUENTE: Almacenes Loayza  
ELABORACIÓN: La autora

La Cocina industrial es a gas, posee seis hornillas, es totalmente de acero inoxidable, permite trabajar simultáneamente las 6 hornillas sin disminución de la potencia del gas. Funciona solamente con gas industrial.

#### **HERRAMIENTAS Y SUS CARATERISTICAS:**

##### **Mesas de desprese:**

Las mesas de desprese, son cubierta de acero inoxidable y con tableros de madera libres, es ideal para las operaciones de trozado de la carne.

##### **Termómetro metálico.**

Código 132403 Referencia, T200 Rango -40 a 70°C Resolución conexión Trasera 1/4" NPT recalibrable Marca MENGTE.

##### **Afilador o chaira.**

Chaira Cerámica Profesional 270mm Arcos. Para garantizar un rendimiento permanente de los cuchillos es necesario afilarlos regularmente.

**Cuchillos de corte.**

Este juego incluye: cuchillo Pelador, 10 cm de hoja, cuchillo Universal Multiusos, 15 cm de hoja, cuchillo Serrado Pequeño, 13 cm de hoja, cuchillo Pan serrado, 22 cm de hoja, cuchillo de Chef , 21 cm de hoja, soporte magnético en madera de roble oscuro.

**Cuchillos de deshuese.**

Juego de 6 cuchillos de carne de 4.5 pulgadas, de acero Inoxidable de alto carbono Estampado con una aleación resistente a las manchas mango de polipropileno con clavado triple para máxima durabilidad precisamente cónico de base a la punta

**Gavetas plásticas.**

Las gavetas plásticas, tienen medidas en mm: 285 largo x 135 ancho x 112 alto de 100 libras.

**Carro de transporte de cajas.**

El Carro de transporte de cajas es de Tipo A Modelo YFZ-A3, Dimensión externa 810\*1000\*830mm Dimensión interna 750\*940\*700mm diámetro de alambre 6.0 mm Red 50\*50 mm, Capacidad de carga 2000 kg Peso neto 53 kg.

**EQUIPO DE CÓMPUTO:**

En cuanto a equipo de cómputo la empresa requerirá los siguientes equipos:

- Un computador para Gerencia que se ubicará en el área administrativa.
- Un computador para la secretaria - contadora.
- Una impresora multifunción para Gerencia.
- Una impresora matricial LX – 1100 para la secretaria.

- Una impresora Láser HP para Secretaria - contadora.

#### **MUEBLES Y ENSERES:**

En cuanto a muebles y enseres requeridos para la puesta en marcha del presente proyecto se prevén los siguientes:

- Un escritorio tipo ejecutivo para el área de administración o de Gerencia.
- Un escritorios tipo semi – ejecutivo para secretaria.
- Un sillón de Gerente giratorio.
- Un sillón de oficina, giratorio.
- Dos archivadores con gavetas (Gerencia, Secretaría Contabilidad).

#### **MUEBLES Y ENSERES DE PLANTA**

En cuanto a muebles y enseres de la planta de producción se dispondrá de:

- Un escritorio simple de madera.
- Un armario metálico para 6 compartimentos individuales a ser ubicado en el vestidor de personal.
- Un stand metálico para el cuarto de bodega e insumos.
- Cinco sillas plásticas para el área de producción
- Una mesa de trabajo de madera.
- Dos bancas de madera de 1.50 metros

#### **EQUIPOS DE OFICINA:**

En cuanto a equipos de oficina el presente proyecto requerirá contar con los siguientes:

- Una calculadora científica marca Casio para gerencia.
- Una sumadora estándar marca Casio.

- Un teléfono centralilla.
- Una base para comunicación celular
- Dos perforadoras.
- Dos grapadoras.
- Dos sellos profesionales.
- Dos papeleras.

#### **MATERIA PRIMA DIRECTA:**

La materia prima principal del presente proyecto es la carne de res, pollo y chancho.

#### **MATERIA PRIMA INDIRECTA:**

La materia prima indirecta constituye el plástico para el embalaje y etiquetado del producto.

#### **INSUMOS ADMINISTRATIVOS:**

En cuanto a insumos administrativos se requerirán:

- Resmas de papel bond.
- Cinta para impresoras.
- Tinta para sellos.
- Esferográficos.
- Marcadores
- Factureros.
- Carpetas archivadoras de documentos.

**RECURSOS HUMANOS:**

Los recursos humanos necesarios para obtener el producto terminado y un correcto desenvolvimiento de las funciones de la empresa son:

**Cuadro N° 36  
REQUERIMIENTO DE PERSONAL**

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
Obreros	2
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
Jefe de Producción	1
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	
Gerente	1
Secretaria-Contadora	1
Asesor Jurídico	1
Conserje-Guardián	1
<b>VENTAS</b>	
Bodeguero	1
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: El Autor

## **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 **“Embutidos EL BALSEÑITO”**

### **ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA “EMBUTIDOS EL BALSEÑITO”**

En el Cantón Balsas, provincia de El Oro a los tres días del mes de Enero de 2014, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dra. Soraya Gallardo, 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 embutidos, para solicitar la elaboración de la minuta constitutiva que a continuación se detalla:

**MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “EMBUTIDOS EL BALSEÑITO CÍA. LTDA.”**

**Señora Notaria:**

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

En el cantón Balsas, Provincia de El Oro, comparecieron la señora Gisela María Romero Ramírez, portadora de la cédula de ciudadanía número 0704465061, de estado civil casada, el señor Roberth Mora Sánchez, de estado civil casado, portador de la cédula de ciudadanía número 0703965988 y la señora Andrea Feijoo Vicente, portadora de la cédula de ciudadanía número 0705119626, de estado civil casada, de nacionalidad ecuatorianos, mayores de edad, capaces de contratar, quienes solicitaron se inscriba la minuta de constitución bajo las siguientes cláusulas:

**PRIMERO.- CONSTITUCIÓN:** Que actuando por sus propios derechos e intereses y bajo su responsabilidad acordaron reunirse para constituir una empresa productora y comercializadora de embutidos, de responsabilidad limitada, que por esta escritura se constituye, y operará bajo la razón social, **EMBUTIDOS EL BALSEÑITO CÍA. LTDA.** Cuyo domicilio será el Cantón Balsas Provincia de El Oro.



**SEGUNDA.- OBJETO SOCIAL:** El objeto principal de la empresa será realizar las actividades de: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EMBUTIDOS DE CARNE DE RES, POLLO Y CHANCHO.

**TERCERA.- CAPITAL:** El capital social de la empresa es de \$ 12.563,54 dólares americanos, dividido en acciones de \$ 100,00 cada acción, que ha sido pagado y depositado íntegramente en la cuenta denominada de Integración de Capital No. 1350018716, del Banco Rumiñahui por los socios fundadores, conforme al siguiente detalle:

**CUADRO No. 37  
CAPITAL APORTADO**

NOMBRE DEL SOCIO	NUMERO DE ACCIONES	VALOR CAPITAL APORTADO
Gisela Romero Ramírez	42	\$ 4.200,00
Roberth Mora Sánchez	42	\$ 4.200,00
Andrea Feijoo Vicente	41	\$ 4.100,00
Andrea Feijoo Vicente	--	63,54
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>\$12.563,54</b>

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 Presidente 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 liquidatorio 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) Notaria: \_\_\_\_\_

## **FILOSOFIA EMPRESARIAL**

En lo que se refiere a la filosofía empresarial, vamos a especificar aspectos como: Misión, Visión, Principios institucionales y Valores institucionales, a continuación lo detallamos:

### **Misión**

La misión de la empresa procesadora de embutidos, “Balseñito”, es lograr la satisfacción de las necesidades, gustos y preferencias de los compradores y consumidores en la Provincia de El Oro, de embutidos de carne de pollo, res y chanco que cuidadosa y técnicamente son seleccionadas mediante el uso de tecnología tecnificada, conservando el medio ambiente y con un equipo humano con liderazgo, principios éticos y morales y bien capacitado.

### **Visión**

La empresa procesadora de embutidos “Balsenito”, será la primera empresa procesadora de embutidos en el año 2015; por la diversidad y amplitud de nuestro producto, brindando salud y nutrición y utilizando la tecnología de última generación en el proceso productivo, con un producto de altísima calidad, saludable y que satisfaga las necesidades y las exigencias del consumidor.

## **VALORES INSTITUCIONALES**

**Integridad.-** Que los directivos y empleados de la empresa, tengan la seguridad que nuestro grado de compromiso es mucho más que vender un excelente producto, sino más bien que el cliente sea satisfecho completamente.

**Honestidad.**- Que al realizar cada acto de nuestra vida con transparencia y honradez expresa, redunde en el respeto hacia nosotros y hacia los demás en la empresa.

**Solidaridad.**- Que el trato justo, equitativo, amable y sin discriminación, sea nuestra consigna hacia nuestros clientes.

**Innovación y mejoramiento continuo.**- el trabajo diario debe estar enfocado a la innovación y mejoramiento continuo de nuestro producto, por lo cual la capacitación son parte de nuestro trabajo.

## **PRINCIPIOS INSTITUCIONALES**

- Voluntad de servicio
- Sentido de humanidad
- Compromiso
- Responsabilidad
- Innovación permanente
- Sentido de pertenencia
- Calidad total

## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA INTERNA**

Para la operatividad de la empresa, es indispensable contar con una adecuada organización que permita la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que laborará en la misma.

### **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.

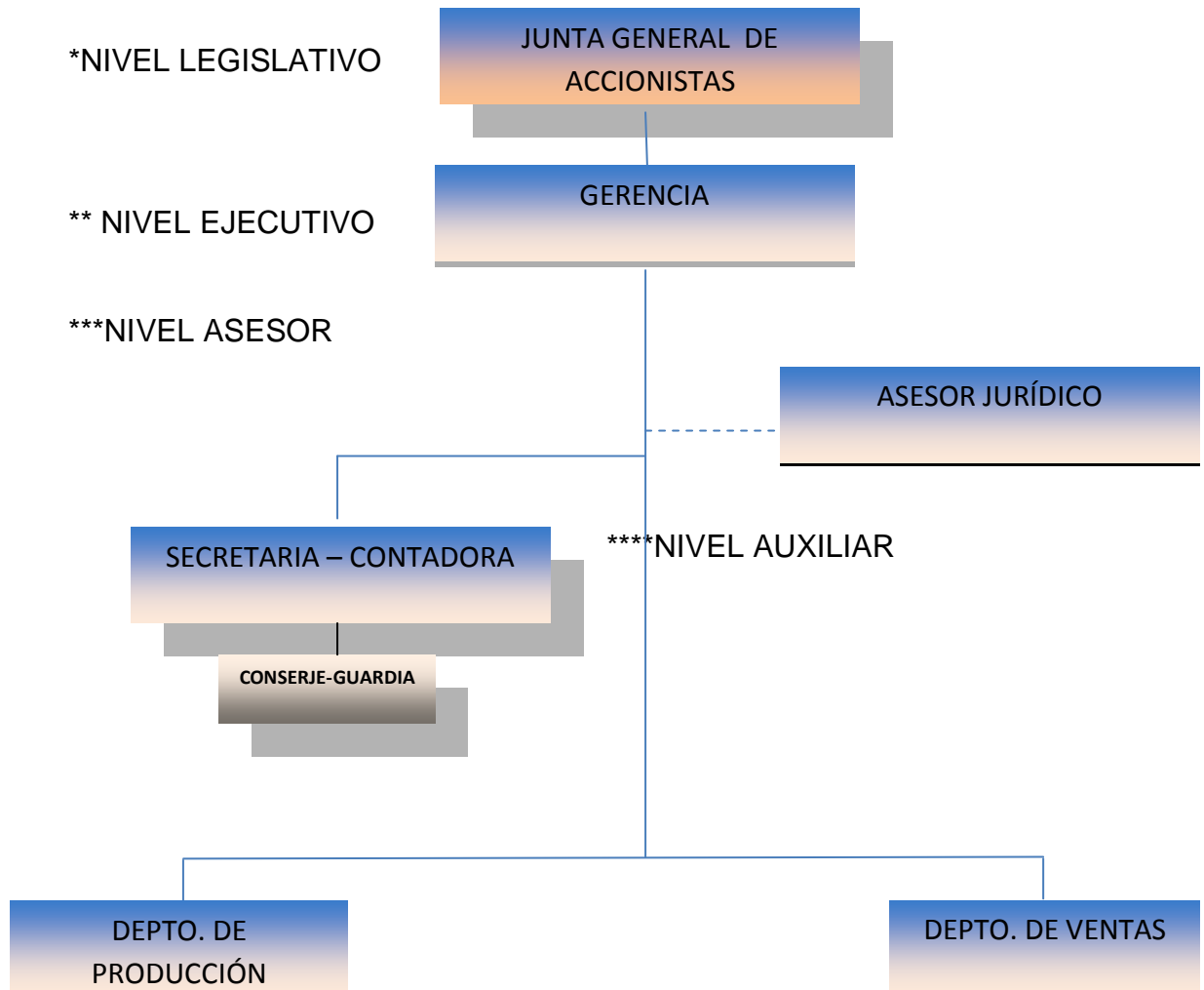
**Nivel Operativo**

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.

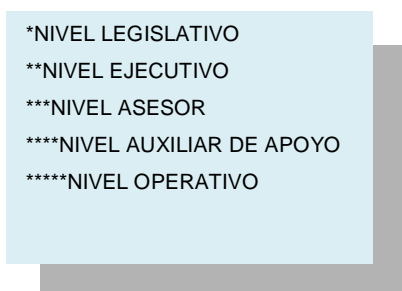
**ORGANIGRAMA**

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:

**GRÁFICA N° 46  
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL  
DE LA EMPRESA “EMBUTIDOS EL BALSEÑITO CÍA. LTDA.”**

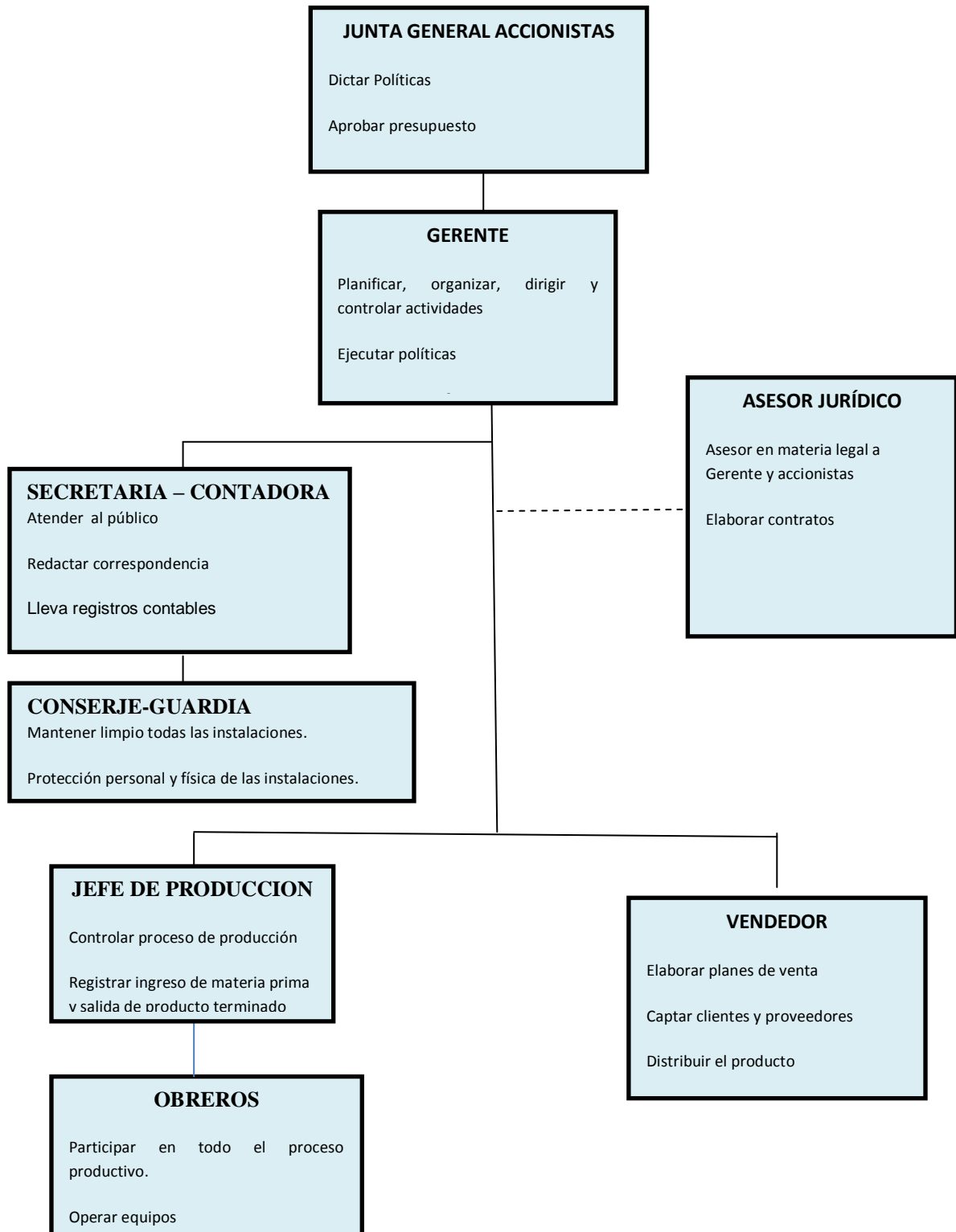


**\*\*\*\*\*NIVEL OPERATIVO**

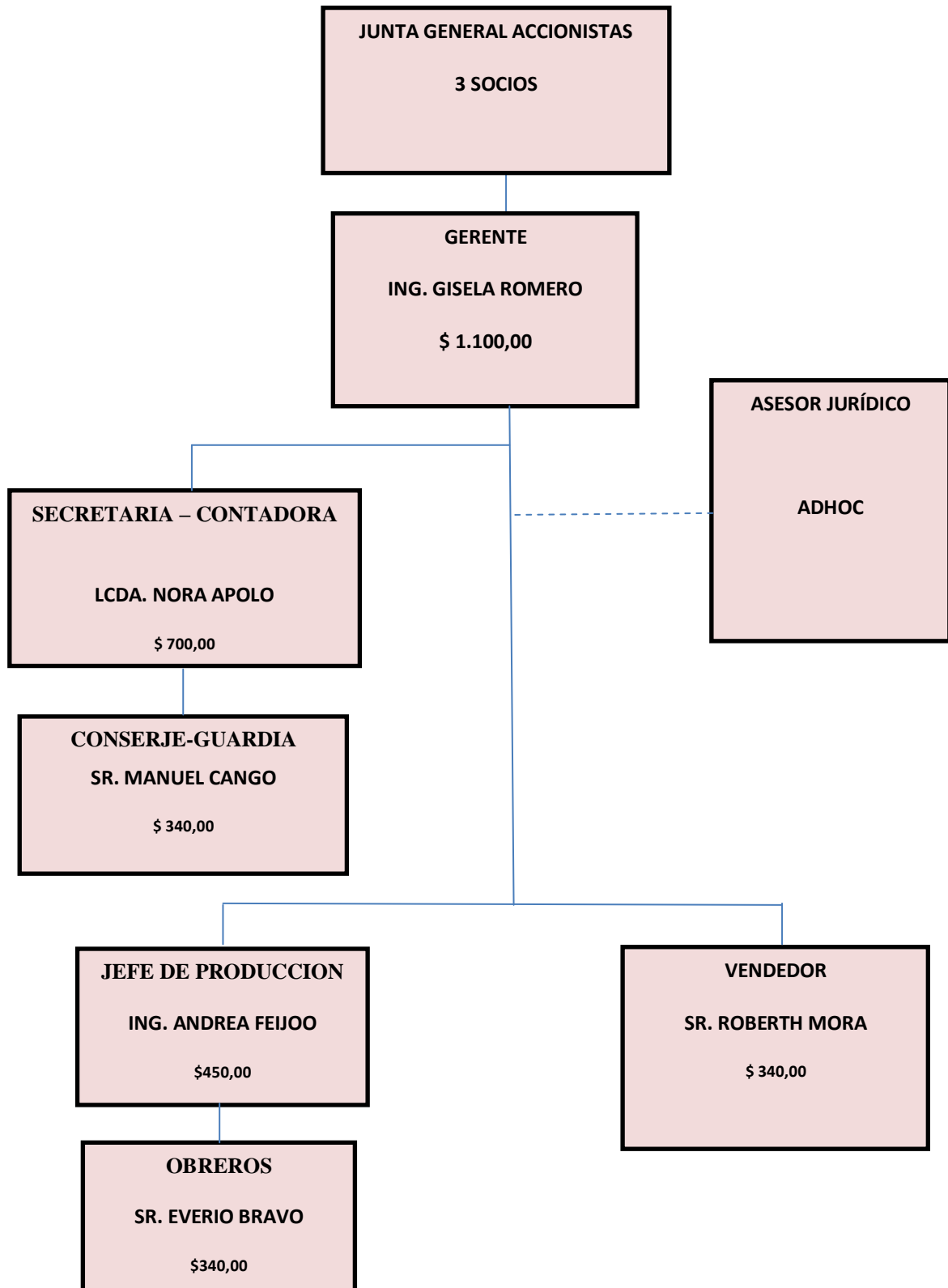




**GRÁFICA N° 47**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA**  
**“EMBUTIDOS EL BALSEÑITO CÍA. LTDA.”**



**GRÁFICA N° 48**  
**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA**  
**“EMBUTIDOS EL BALSEÑITO CÍA. LTDA.”**



<b>NIVEL: EJECUTIVO</b>
<b>CÓDIGO:</b> 01
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Gerente
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
<p><b>TAREAS TÍPICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).</li> <li>• Administrar y gestionar todos los recursos de la empresa.</li> <li>• Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (JGA).</li> <li>• Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGA.</li> <li>• Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.</li> <li>• Diseñar estrategias para la promoción y publicidad.</li> <li>• Planificar la capacitación del recurso humano.</li> <li>• Motivar al recurso humano de la empresa.</li> </ul>
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b></p> <p>El puesto requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Don de mando</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Responsabilidad económica y financiera</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Cumplimiento de metas</li> <li>• Nivel de gestión óptimo.</li> </ul>
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción Formal: Superior</li> <li>• Título: Ingeniero Comercial</li> <li>• Experiencia: Un año en actividades afines</li> <li>• Capacitación: Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos</li> </ul>

<b>NIVEL: ASESOR</b>
<b>CÓDIGO:</b> 02
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Asesor Jurídico
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.
<p><b>TAREAS TÍPICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.</li> <li>• Elaborar contratos de trabajo</li> <li>• Elaborar actas de finiquito</li> <li>• Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la JGA</li> <li>• Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.</li> <li>• Comunicar y asesorar a la JGA sobre los cambios que se susciten en las leyes laborales.</li> <li>• Representar a la empresa en demandas laborales ante el Ministerio de Relaciones Laborales.</li> <li>• Las demás que por disposición superior le sean requeridas.</li> </ul>
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b></p> <p>El puesto requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Su participación es eventual</li> <li>• Recomienda toma de conciencia</li> <li>• No tiene poder de decisión</li> </ul>
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <p>Instrucción Formal: Superior</p> <p>Título: Abogado de los Tribunales de Justicia</p> <p>Experiencia: Dos años en funciones similares</p> <p>Capacitación: Manejo de Informática Básica.</p>

<b>NIVEL: AUXILIAR O DE APOYO</b>
<b>CÓDIGO:</b> 03
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> SECRETARIA-CONTADORA
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Realizar labores de redacción de documentos, archivo de correspondencia, manejo de registros contables y atención al público.
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender al público.</li> <li>• Redactar oficios, memorando, circulares internas y actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.</li> <li>• Registrar operaciones contables para obtener Estados Financieros</li> <li>• Elaborar conciliaciones bancarias y roles de pago</li> <li>• Registrar y mantener el Kárdex de suministros y materiales.</li> <li>• Elaborar órdenes de compra y pago a proveedores.</li> <li>• Consolidar, revisar y verificar que las facturas se encuentren debidamente legalizadas.</li> <li>• Archivar, mantener y custodiar la documentación de la empresa</li> <li>• Elaborar planillas IESS, SRI.</li> <li>• Las demás que por disposición superior le sean requeridas.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia,</li> <li>• responsabilidad y</li> <li>• ética profesional.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción Formal: Superior</li> <li>• Título: Tecnóloga en Gestión Administrativa y Contable</li> <li>• Experiencia: Un año en funciones similares</li> <li>• Capacitación: Manejo de sistema informático secretarial y contable, Conocimiento de leyes tributarias y laborales.</li> </ul>

<b>NIVEL: OPERATIVO</b>
<b>CÓDIGO:</b> 04
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Jefe de Producción
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Dirigir y organizar las labores de producción y mantenimiento de equipo de la empresa.
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir disposiciones del nivel superior.</li> <li>• Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.</li> <li>• Realizar el control de calidad durante el proceso de producción.</li> <li>• Comunicar sobre cualquier novedad que se suscite en el Área de Producción.</li> <li>• Controlar el buen funcionamiento de la maquinaria y equipo del Área de Producción.</li> <li>• Re direccionar las tareas de los obreros cuando la situación lo amerite.</li> <li>• Cumplir con la producción diaria propuesta por la Gerencia.</li> <li>• Elaborar notas de pedido de materia prima.</li> <li>• Las demás que por disposición superior le correspondan.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud positiva,</li> <li>• iniciativa,</li> <li>• responsabilidad y</li> <li>• ética profesional.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción Formal: Superior</li> <li>• Título: Tecnólogo en Industria de los alimentos</li> <li>• Experiencia: Dos años en funciones similares</li> <li>• Capacitación: Manejo de programas informáticos para manejo de programas alimenticios,</li> <li>• Cursos de relaciones laborales y riesgos de trabajo.</li> </ul>

<b>NIVEL: OPERATIVO</b>
<b>CÓDIGO:</b> 05
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Vendedor
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Diseñar estrategias de distribución y comercialización de productos alimenticios.
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar actividades de comercialización del producto.</li> <li>• Establecer contactos con clientes y proveedores.</li> <li>• Promocionar el producto en todas las empresas intermediarias.</li> <li>• Promocionar el producto en ferias y concursos gastronómicos.</li> <li>• Elaborar planes de venta.</li> <li>• Captar nuevos clientes.</li> <li>• Distribuir el producto.</li> <li>• Las demás que por disposición superior le sean requeridas.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativa,</li> <li>• creatividad y</li> <li>• don de gentes para ejecución de su trabajo.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> 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.

<b>NIVEL: OPERATIVO</b>
<b>CÓDIGO:</b> 06
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Obreros
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.</li> <li>• Efectuar las labores de envasado de los productos.</li> <li>• Efectuar el almacenado del producto terminado.</li> <li>• Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.</li> <li>• Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.</li> <li>• Comunicar cualquier novedad que se suscite durante el proceso productivo al Jefe de Producción.</li> <li>• Mantener el uniforme adecuado en el Área de Producción.</li> <li>• Las demás que por disposición superior le sean requeridas.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia,</li> <li>• Responsabilidad y</li> <li>• Ética profesional.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción Formal: Media</li> <li>• Título: Bachiller en Industria de los alimentos</li> <li>• Experiencia: un año en funciones similares</li> <li>• Capacitación: Manejo y Conservación de alimentos.</li> </ul>



<b>NIVEL: OPERATIVO</b>
<b>CÓDIGO:</b> 07
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Conserje Guardia
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Ejecutar las actividades de limpieza de las instalaciones de la empresa, y realizar la vigilancia de todas las instalaciones, equipo de la empresa.
<b>TAREAS TÍPICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la limpieza de todas las instalaciones.</li> <li>• Tener un inventario de todo el equipo y material de las instalaciones.</li> <li>• Coordinar todas las actividades con los obreros de la empresa.</li> <li>• Mantener informado de todas las novedades detectadas en las instalaciones.</li> <li>• Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales de la empresa.</li> <li>• Informar sobre las novedades que se susciten en la empresa a la Secretaria.</li> <li>• Colaborar con los obreros en caso que disponga el Gerente.</li> <li>• Mantener el uniforme respectivo durante el desarrollo de sus actividades en la empresa.</li> <li>• Las demás que por disposición superior le sean requeridas.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia,</li> <li>• Responsabilidad y</li> <li>• Ética profesional.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción Formal: Media</li> <li>• Edad: Mínima de 20 años</li> <li>• Título: Bachiller. Experiencia: un año en funciones similares</li> <li>• Capacitación: Manejo de Armas</li> </ul>

## ESTUDIO FINANCIERO

### INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

#### INVERSIONES

El estudio financiero del presente proyecto determinará el monto total y su financiamiento de la empresa procesadora de embutidos “EL BALSEÑITO”, y esta determinación cuantitativa la obtenemos basados en los estudios anteriores. Además hay que considerar que 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.**

Los activos fijos de la empresa son considerados como los bienes que la empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones, y cumplen con los siguientes requisitos; son físicamente tangibles, tienen una vida útil relativamente larga en vista de que sus beneficios se extienden más de un año y se los utiliza en el proceso productivo, de esta manera vamos a describir a continuación los activos fijos con los que cuenta la empresa:

- **Maquinaria y Equipo**

Según el estudio técnico el presupuesto para maquinaria y equipo asciende a **\$21.866,80 dólares.**

**CUADRO 38**  
**MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>1. Área de Producción</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Maquina Troceadora y Mescladora de Carne	2.230,00	1	2.230,00
Maquina Cuteradora y Embutidora	1.280,00	1	1.280,00
Molino de Carne	1.680,00	1	1.680,00
Caldero para embutir	850,00	1	850,00
Empacadora al Vacío JUMBO 42 X L	1.800,00	1	1.800,00
Tina de Escalado	620,00	1	620,00
Ablandador de Agua	400,00	1	400,00
Balanza Plataforma	800,00	1	800,00
Cocina Industrial	830,00	1	830,00
Cilindro Industrial 45 Kilos con Válvula	160,00	3	480,00
Mesa de desprese	200,00	3	600,00
Extintores de 10 libras	25,20	3	75,60
Extractor de Olores Indurama	125,00	2	250,00
<b>SUBTOTAL (1/3)</b>			<b>11.895,60</b>

<b>2. Área de Ventas</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mostradores Térmicos	1200,00	3	3600
Balanza de Digital	180,00	2	360,00
Extintores de 10 libras	25,20	3	75,60
Extractor de Olores Indurama	125,00	2	250,00
<b>SUBTOTAL (2/3)</b>			<b>4.285,60</b>

<b>3. Área de Almacenamiento</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cámara de Frio: WUXI, SHANGHAI	5000,00	1	5000,00
Extintores de 10 libras	25,20	3	75,60
Extractor de Olores Indurama (Sección de Insumos)	125,00	2	250,00
Congelador Horizontal 12.1 pies Indurama	360,00	1	360,00
<b>SUBTOTAL (3/3)</b>			<b>5.685,60</b>
<b>TOTAL</b>			<b>21.866,80</b>

FUENTE: Comercial SUMBITA (CUENCA) y locales comerciales de El Oro.  
ELABORACIÓN: La autora.

- **Equipos de Oficina**

A continuación detallamos la adquisición de *equipos de oficina*, que son necesarios para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa, lo cual describimos a continuación y cuyo valor asciende a USD. **470,00**.

**CUADRO 39**  
**EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
<b>AREA DE OFICINAS</b>			
Teléfono digital	40,00	2	80,00
Sumadora-Calculadora	54,00	2	108,00
<b>AREA DE VENTAS</b>			
Teléfono digital	40,00	1	40,00
Sumadora-Calculadora	54,00	1	54,00
<b>AREA DE PRODUCCION</b>			
Teléfono digital	40,00	2	80,00
Sumadora-Calculadora	54,00	2	108,00
<b>TOTAL</b>			<b>470,00</b>

FUENTE: Locales comerciales de El Oro.

ELABORACIÓN: La autora

- **Equipos de Computación**

A continuación detallamos la adquisición de *equipos de computación*, que son indispensables para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa, lo cual describimos a continuación y el monto asciende a USD. **2.722,00**.

**CUADRO 40**  
**EQUIPO DE COMPUTACION**

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
<b>AREA DE OFICINAS</b>			
Computadoras de Escritorio CORE i5.	860,00	1	860,00
Impresora Matricial EPSON 220D	98,00	1	98,00
<b>AREA DE SECRETARIA-CONTABILIDAD</b>			
Computadoras de Escritorio CORE i5.	860,00	1	860,00
Impresora Matricial EPSON 220D	98,00	1	98,00
<b>AREA DE VENTAS</b>			
Computadoras de Escritorio CORE i3	730,00	1	730,00
Impresora EPSON Tmu-220d Paralelo.	76,00	1	76,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.722,00</b>

FUENTE: Locales comerciales de El Oro.

ELABORACIÓN: La Autora

▪ **Muebles y Enseres**

Posteriormente se detalla la adquisición de *muebles y enseres* que son requeridos para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa, lo cual describimos a continuación y cuyo valor asciende a USD. **2.821,50**.

**CUADRO 41**  
**MUEBLES Y ENSERES**

<b>1. Área de Oficinas</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorios de Madera 6 Gavetas	160,00	3	480,00
Sillas Giratorias Negras	46,50	3	139,50
Archivadores Metálicos 4 servicios	139,40	4	557,60
Papelera	5,40	1	5,40
Cesto de Basura	6,50	2	13,00
Rodapié (Alfombra) con Logotipo de la empresa	100,00	3	300,00
Extintor de 10 libras	60,00	1	60,00
<b>SUBTOTAL (1/3)</b>			<b>1.555,5</b>
<b>2. Área de Ventas</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorios de Madera 6 Gavetas	160,00	1	160,00
Estante de Libros y Documentos	95,00	2	190,00
Sillas	30,00	2	60,00
Juego de Sillones para Clientes	240,00	1	240,00
Cesto de Basura	6,50	2	13,00
Rodapié (Alfombra) con logotipo de la empresa	100,00	3	300,00
Extintor de 10 libras	60,00	1	60,00
<b>SUBTOTAL (2/3)</b>			<b>1.023,00</b>
<b>3. Área de Producción</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorios de Madera 2 Gavetas	80,00	1	80,00
Sillas Plásticas	10,00	3	30,00
Cesto de Basura	6,50	2	13,00
Extintor de 10 libras	60,00	2	120,00
<b>SUBTOTAL (3/3)</b>			<b>243,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>2.821,50</b>

Fuente: Almacenes de la Localidad  
Elaboración: La Autora

▪ **Herramientas de Trabajo y Menaje**

Comprende la adquisición de activos que se destinarán para el uso del área de producción, ventas y almacenaje. Este valor asciende a USD. **1.046,20** Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO 42  
HERRAMIENTAS DE TRABAJO Y MENAJE**

<b>Área de Producción</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Charoles de Madera para el manejo del producto en el proceso en el envasado.	12,00	10	120,00
Manteles de Tela de limpieza	6,00	10	160,00
Servilletas para el área de ventas	1,50	100	150,00
Juego de Ollas Acero Inoxidable	110,00	3	330,00
Juego de Pailas de 3 piezas	28,00	2	56,00
Juego de Cuchillos de 12 piezas	25,00	2	50,00
Juego de Cuchillos de deshuese	32,00	1	32,00
Juego de Bandejas de Plástico	18,60	2	37,20
Cestos de Basura Grande PICA	10,50	2	21,00
Gavetas Plásticas Grandes	26,00	3	78,00
Afilador o Chaira	12,00	1	12,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.046,20</b>

Fuente: Almacenes de la Localidad  
Elaboración: La Autora

## Resumen de Inversiones de los Activos Fijos

El valor total estimado de los Activos Fijos, asciende a USD. 30.372,82 Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO 43**  
**RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

ACTIVOS	MONTO
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.866,80
EQUIPO DE OFICINA	470,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.722,00
MUEBLES Y ENSERES	2.821,50
HERRAMIENTAS DE TRABAJO	1.046,20
IMPREVISTOS 5%	1.446,32
<b>TOTAL</b>	<b>30.372,82</b>

Fuente: Del Cuadro 42 al Cuadro 46

Elaboración: La Autora

## INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellos activos denominados intangibles, y están relacionados con los gastos ocasionados en la fase pre-operativa del proyecto. A continuación se detallará cada uno de estos rubros, que comprenden los gastos en los que se incurrirá por concepto de *trámites administrativos*.

- **Permiso de Remodelación**

Este rubro comprende el obtener por parte del Municipio del cantón Balsas el permiso de remodelación del local, cuya cantidad asciende a **USD. 1.382,50** y se detalla a continuación cada uno de los pasos previos a la obtención del permiso antes mencionados:



**CUADRO 44  
PERMISO DE REMODELACION**

DETALLE	COSTO TOTAL
Certificado para Línea de Fábrica (Municipio)	2,50
Diseño de Remodelación Arquitectónico-Planos (Arquitecto)	1.200,00
Aprobación de Planos de la Remodelación (Municipio)	160,00
Permiso de Remodelación (Municipio)	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.382,50</b>

Fuente: Municipio del cantón Balsas.

Elaboración: La Autora

▪ **Instalación de Servicios Básicos**

Comprende la instalación de los servicios básicos como: luz, agua y teléfono, para su normal operatividad, este rubro tiene un valor de USD. **695,00**. se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 45  
INSTALACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS**

DETALLE	COSTO TOTAL
Conexión del Medidor de Agua (Municipio)	285,00
Elaboración de Proyecto Eléctrico	150,00
Conexión de los Medidores de Luz, Monofásico (110 voltios) y Bifásico (220 voltios) (EERSSA)	140,00
2 Líneas Telefónicas Comerciales (CNT)	120,00
<b>TOTAL</b>	<b>695,00</b>

Fuente: Municipio, Empresa Eléctrica y CNT Agencias de la Provincia de El Oro.

Elaboración: La Autora

▪ **Permisos de Funcionamiento**

Para que la empresa, pueda operar normalmente, requiere de varios permisos de funcionamiento otorgados por los organismos competentes, este rubro asciende a **USD. 190,00**. A continuación se detallan los mismos:

**CUADRO 46  
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

DETALLE	COSTO TOTAL
Permiso de Funcionamiento (Bomberos)	10,00
Permiso de Funcionamiento (Dirección de Higiene)	55,00
Patente Municipal de Balsas	120,00
Permiso de Funcionamiento (Dirección de Higiene-Abasto del Municipio de Balsas)	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>190,00</b>

Fuente: Organismos de Control y Regulación Locales del cantón Balsas.  
Elaboración: La Autora

▪ **Registro en las Entidades de Control y Asociaciones.**

Comprende el registro en el SRI, para la obtención del respectivo RUC, y más entidades de asociación gremial, su valor asciende a USD. **200,00**. Se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 47  
REGISTRO EN ENTIDADES DE CONTROL**

DETALLE	COSTO TOTAL
Afiliación a la Cámara Provincial de Comercio de Morona Santiago (Opcional)	200,00
Obtención del Ruc (SRI)	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>200,00</b>

Fuente: Organismos de Control Local  
Elaboración: La Autora

▪ **Costos de Elaboración del Proyecto**

Este rubro consiste en determinar cuantitativamente el valor de la elaboración del proyecto, cuyo rubro asciende a USD. 1.400,00. Tal como se detalla a continuación:

**CUADRO 48  
COSTOS DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO**

DETALLE	COSTO TOTAL
Recursos Materiales	1100,00
Recursos Tecnológicos	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.400,00</b>

Fuente: Presupuesto y Financiamiento del Proyecto  
Elaboración: La Autora

## Resumen de Inversiones de los Activos Diferidos

El valor total estimado de los Activos Diferidos, asciende a USD. **4.060,87** Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO 49**  
**RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS**

ACTIVOS	MONTO
PERMISO DE REMODELACION	1.382,50
INSTALACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS	695,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	190,00
REGISTRO EN ENTIDADES DE CONTROL Y ASOCIACION	200,00
COSTOS DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO	1.400,00
IMPREVISTOS 5%	193,37
<b>TOTAL</b>	<b>4.060,87</b>

Fuente: Cuadros desde el 48 al 52

Elaboración: La Autora

## INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES

Son aquellos activos que sirven y proporcionan a la empresa todos los *recursos necesarios para su normal operación*. Para el siguiente proyecto, los valores de los activos circulantes serán determinados de forma mensual, a continuación detalló los activos circulantes:

- **Materia Prima Directa**

Este rubro se refiere de manera específica a la carne de pollo como materia prima que se utilizará y que son indispensables para la elaboración del producto, cuya cantidad asciende a **USD. 1.856,40**. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 50**  
**Materia Prima Directa**

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Carne de Pollo	320 lb.	1,40	448,00
Carne de Res	320 lb.	1,80	576,00
Carne de Chanco	320 lb.	1,60	512,00
Fécula	45 lb.	0,40	18,00
Comino	30 lb.	2,00	60,00
Orégano	30 lb.	1,40	42,00
Sal	68 lb.	0,30	20,40
Pimienta Blanca	40	4,50	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.856,40</b>

Fuente: Plantas faenadoras de carne de pollo, res y chanco de El Oro.

Elaboración: La Autora

▪ **Materia Prima Indirecta**

Esta cantidad comprende todos los insumos que se utilizarán en el proceso y empaquetado del producto, cuya cantidad asciende a **USD. 155,84**. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 51**  
**Materia Prima Indirecta**

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Plástico de celulosa para la mortadela	96 u.	00,40	3,84
Plástico de celulosa para la salchicha	2400 u.	00,10	24,00
Rollos de Plástico de Cubierta	20 u.	08,50	17,00
Fundas de Despacho con Logo	1000 u.	00,15	15,00
Rollo de papel etiquetador	8 u.	12,00	96,00
<b>TOTAL</b>			<b>155,84</b>

Fuente: Varios Comercios de la Provincia de El Oro.

Elaboración: La Autora

- **Mano de Obra Directa**

La cantidad por concepto de pago de salarios al personal que tiene relación directa con el proceso de producción, este valor es de USD. **909,94** por cada mes de labores. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 52**  
**Mano de Obra Directa**

N°	Cargo	TOTAL DE INGRESOS						
		Sueldo	Remuneración	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS 12.15%	Total de Ingresos
1	<b>Obrero No. 1</b>	340,00	340,00	28,33	28,33	17,00	41,31	454,97
2	<b>Obrero No. 2</b>	340,00	340,00	28,33	28,33	17,00	41,31	454,97
	<b>TOTAL</b>							<b>909,94</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales y Comisión Sectorial No. 5  
Elaboración: La Autora

- **Mano de Indirecta**

Esta cantidad se origina por concepto de pago de salarios al personal que en forma indirecta participa en el proceso de producción, este valor es de USD. **538,33** por cada mes de labores. Tal como se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 53**  
**Mano de Obra Indirecta**

N°	Cargo	TOTAL DE INGRESOS						
		Sueldo	Remuneración	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS 12.15%	Total de Ingresos
1	Jefe de Producción	450,00	450,00	37,50	28,33	22,50	56,67	538,33
	<b>TOTAL</b>							

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales y Comisión Sectorial No. 5  
Elaboración: El Autor

▪ **Gastos de Administración**

Los Gastos de Administración están relacionados con los valores generados por los salarios del personal administrativo y ventas (USD. **2.723,27**), y los gastos de suministros de oficina de la empresa (USD. **140,60**), por lo que el valor total es de USD. **2.872,87** mensualmente. A continuación se detalla el rol de pagos del personal administrativo y los suministros de oficina posteriormente:



**CUADRO 55**  
**GASTOS ADMINISTRATIVOS**  
**Suministros de Oficina**

DETALLE	Cantidad	VALOR UNITARIO
Facturas de 100.	10	08,00
Resma de Papel Bon	01	03,50
Cartucho de Impresora	03	12,50
Lápices	06	0,30
Esferos	06	0,30
Grapas	01 Caja	0,80
Clips	01 Caja	1,20
Libreta de Notas	04	1,60
Carpetas de Archivo	04	0,60
Sellos de Caucho	02	2,60
<b>SUBTOTAL 2/2</b>		<b>140,60</b>
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>2.872,87</b>

Fuente: Empresas de la Localidad

Elaboración: La Autora



### ▪ Costos Indirectos

Son aquellos desembolsos que tienen que realizarse y comprende los siguientes aspectos: implementos de limpieza y mantenimiento y pago de servicios básicos y arriendo del local. Este valor asciende a **USD. 688,6** por cada mes de operación en la Empresa. Detallamos en el siguiente cuadro.

**CUADRO 56**  
**Costos Indirectos**

DETALLE	VALOR TOTAL
Arriendo Local	450,00
Implementos y Productos de Aseo	30,00
Energía Eléctrica	80,00
Agua Potable	65,00
Teléfono	30,00
Internet	33,60
<b>TOTAL</b>	<b>688,6</b>

Fuente: Empresas y Comercios del cantón Balsas

Elaboración: La Autora

### ▪ Gastos de Ventas

Está relacionado directamente con los valores a desembolsar por concepto de publicidad que se dé a la empresa por el lapso de 1 mes, este valor es de USD. **330,00**. Así como se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 57**  
**Gastos de Ventas**

MEDIO PUBLICITARIO	NOMBRE DEL MEDIO	VALOR UNITARIO POR SPOTS	TOTAL A CANCELAR POR MES
Radio	Radio Superior	5	80,00
Televisión	Notiuro-Machala	25	250,00
<b>TOTAL</b>			<b>330,00</b>

Fuente: Medios de Comunicación de Provincia de "El Oro".

Elaboración: La Autora.

## Resumen de Inversiones de los Activos Circulantes

El valor total estimado de los Activos Circulantes, determinados para un mes de operación de la empresa, asciende a USD. **8.122,03**. Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO 58**  
**RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES**

ACTIVOS	MONTO
MATERIA PRIMA DIRECTA	1.856,40
MATERIA PRIMA INDIRECTA	155,84
MANO DE OBRA DIRECTA	909,94
MANO DE OBRA INDIRECTA	538,33
GASTOS DE ADMINISTRACION	2.872,87
COSTOS INDIRECTOS	688,6
GASTOS DE VENTAS	330,00
IMPREVISTOS 5%	367,60
<b>TOTAL</b>	<b>7.719,58</b>

Fuente: Cuadros desde el 54 al 61

Elaboración: La Autora

## INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Para la puesta en marcha de la empresa productora de embutidos “BALSEÑITO, se requerirá el valor de USD. **42.153,27**, se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 59**  
**INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO**

CUENTAS	EGRESO PARCIAL	EGRESO TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>30.372,82</b>
Maquinaria y Equipo	21.866,80	
Equipo de Oficina	470,00	
Equipo de Computación	2.722,00	
Muebles y Enseres	2.821,50	
Herramientas de Trabajo	1.046,20	28.926,50
Imprevistos 5%		1.446,32
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>4.060,87</b>
Permiso de Remodelación	1.382,50	
Instalación de Servicios Básicos	695,00	
Permisos de Funcionamiento	190,00	
Registro en Entidades de Control	200,00	
Costos de Elaboración del Proyecto	1.400,00	3.867,50
Imprevistos 5%		193,37
<b>ACTIVOS CIRCULANTES</b>		<b>7.719,58</b>
Materia Prima Directa	1.856,40	
Materia Prima Indirecta	155,84	
Mano de Obra Directa	909,94	
Mano de Obra Indirecta	538,33	
Costos de Administración	2.872,87	
Gastos Indirectos	688,6	
Gastos de Ventas	330,00	7.351,98
Imprevistos 5%		367,60
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		<b>42.153,27</b>

Fuente: Cuadro 47,53 y 62

Elaboración: La Autora

## FINANCIAMIENTO

Considerando que el valor económico de la Inversión Inicial del Proyecto (USD. **42.153,27**), es necesario hacer uso de fuentes de financiamiento internas y externas para su ejecución.

El financiamiento del proyecto será con aportes propios de los inversionistas y con un crédito de la Corporación Financiera Nacional, con la tasa de interés más conveniente al momento.

El crédito a solicitarse será para un plazo de 10 años, con el 10,7656% de Tasa Activa Efectiva Referencial Comercial.

### CUADRO N° 60

#### FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito CFN	30.000,00	71,16%
Capital social	12.153,27	28,83%
TOTAL	42.153,27	100%

FUENTE: Corporación Financiera Nacional  
ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO No. 61**  
**TABLE DE ARMORTIZACIÓN DE LA CORPORACION FINANCIERA NACIONAL**  
**(CFN)**

<b>BENEFICIARIO</b>		<b>“EMBUTIDOS “BALSENITO”</b>			
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>		<b>CFN</b>			
<b>MONTO EN USD</b>		<b>30.000,00</b>			
<b>TASA DE INTERES</b>		<b>10,50%</b>		<b>T. EFECTIVA</b>	<b>10,7756%</b>
<b>PLAZO</b>		<b>10</b>	<b>años</b>		
<b>GRACIA</b>		<b>0</b>	<b>años</b>		
<b>FECHA DE INICIO</b>		<b>12/02/2014</b>			
<b>MONEDA</b>		<b>DOLARES</b>			
<b>AMORTIZACION CADA</b>		<b>180</b>	<b>días</b>		
<b>Número de períodos</b>		<b>20</b>	<b>para amortizar capital</b>		
<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
0		30.000,00			
1	11-ago-2014	29.116,43	1.575,00	883,57	2.458,57
2	07-feb-2015	28.186,48	1.528,61	929,96	2.458,57
3	06-ago-2015	27.207,70	1.479,79	978,78	2.458,57
4	02-feb-2016	26.177,53	1.428,40	1.030,16	2.458,57
5	31-jul-2016	25.093,28	1.374,32	1.084,25	2.458,57
6	27-ene-2017	23.952,11	1.317,40	1.141,17	2.458,57
7	26-jul-2017	22.751,03	1.257,49	1.201,08	2.458,57
8	22-ene-2018	21.486,89	1.194,43	1.264,14	2.458,57
9	21-jul-2018	20.156,39	1.128,06	1.330,51	2.458,57
10	17-ene-2019	18.756,03	1.058,21	1.400,36	2.458,57
11	16-jul-2019	17.282,15	984,69	1.473,88	2.458,57
12	12-ene-2020	15.730,89	907,31	1.551,26	2.458,57
13	10-jul-2020	14.098,20	825,87	1.632,70	2.458,57
14	06-ene-2021	12.379,78	740,16	1.718,41	2.458,57
15	05-jul-2021	10.571,15	649,94	1.808,63	2.458,57
16	01-ene-2022	8.667,57	554,99	1.903,58	2.458,57
17	30-jun-2022	6.664,05	455,05	2.003,52	2.458,57
18	27-dic-2022	4.555,34	349,86	2.108,71	2.458,57
19	25-jun-2023	2.335,93	239,16	2.219,41	2.458,57
20	22-dic-2023	0,00	122,64	2.335,93	2.458,57
			<b>19.171,37</b>	<b>30.000,00</b>	<b>49.171,37</b>

FUENTE: Corporación Financiera Nacional

ELABORACIÓN: La Autora

## DEPRECIACIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

Las depreciaciones de los activos fijos son el desgaste que sufren los activos, durante la etapa de operación del proyecto, por lo tanto se busca determinar el periodo de vida útil de los mismos, a fin de poder prever su remplazo.

Para determinar el valor de la depreciación de los activos fijos, se usará el método de la línea recta, el mismo que se lo explica en la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de vida útil del Activo}}$$

Consideramos además los porcentajes de depreciación anual establecidos por el Servicio de Rentas Internas, estos porcentajes son los siguientes:

**CUADRO 62**  
**DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS**

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN ANUAL	VIDA ÚTIL (Años)
Maquinaria y Equipo	10%	10
Equipos de Oficina	10%	10
Muebles y Enseres	10%	10
Herramientas	10%	5
Equipo de Computación	33%	3

Fuente: La Tablita Tributaria 2013

Elaboración: La Autora

En el cuadro resumen detallamos las depreciaciones de los activos fijos, llegando a determinar que este rubro asciende anualmente a USD. 3.076,34.

**CUADRO 63**  
**RESUMEN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS AÑO 1 - 3**

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	10	21.866,80	2.186,68	1968,91
Equipo de Oficina	10%	10	470,00	47	42,3
Equipo de Computación	33%	3	2.722,00	907,33	604,89
Muebles y Enseres	10%	10	2.821,50	282,15	253,93
Herramientas y Menaje	10%	5	1.146,20	114,62	206,31
<b>TOTAL</b>			<b>29.026,50</b>	<b>3.537,78</b>	<b>3.076,34</b>

Fuente: Cuadro 47

Elaboración: La Autora

**CUADRO 64**  
**RESUMEN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS PARA LOS AÑOS 4 - 6**

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	10	21.866,80	2.186,68	1968,91
Equipo de Oficina	10%	10	470,00	47	42,3
Equipo de Computación	33%	3	<b>2.888,59</b>	<b>953,23</b>	<b>645,12</b>
Muebles y Enseres	10%	10	2.821,50	282,15	253,93
Herramientas y Menaje	10%	5	<b>1.216,35</b>	<b>121,63</b>	<b>218,94</b>
<b>TOTAL</b>			<b>29.263,24</b>	<b>3.590,69</b>	<b>3.129,2</b>

Fuente: Cuadro 47

Elaboración: La Autora

- La depreciación de las herramientas se las considera a partir del 5 año

**CUADRO 65**  
**RESUMEN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS PARA LOS AÑOS 7 - 9**

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	10	21.866,80	2.186,68	1968,91
Equipo de Oficina	10%	10	470,00	47	42,3
Equipo de Computación	33%	3	<b>3065,38</b>	<b>1021,79</b>	<b>681,19</b>
Muebles y Enseres	10%	10	2.821,50	282,15	253,93
Herramientas y Menaje	10%	5	<b>1.216,35</b>	<b>121,63</b>	<b>218,94</b>
<b>TOTAL</b>			<b>29.440,03</b>	<b>3.659,25</b>	<b>3.165,27</b>

Fuente: Cuadro 47

Elaboración: La Autora

**CUADRO 66**  
**RESUMEN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS PARA EL AÑO 10**

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y Equipo	10%	10	21.866,80	2.186,68	1968,91
Equipo de Oficina	10%	10	470,00	47	42,3
Equipo de Computación	33%	3	<b>3.252,99</b>	<b>1.073,48</b>	<b>726,50</b>
Muebles y Enseres	10%	10	2.821,50	282,15	253,93
Herramientas y Menaje	10%	5	<b>1.216,35</b>	<b>121,63</b>	<b>218,94</b>
<b>TOTAL</b>			<b>29.627,64</b>	<b>3.710,94</b>	<b>3.210,58</b>

Fuente: Cuadro 47

Elaboración: La Autora

### AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

La amortización de los Activos Diferidos se realizará a la medida en que se va requiriendo su renovación del activo, generalmente la calculamos para la vida útil del proyecto (10 años), cuyo valor es de USD. 406,08.

**CUADRO 67**  
**AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS**

DENOMINACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO
<b>Activo Diferido</b>	10	4.060,87	406,08

Fuente: Cuadros N° 53

Elaboración: La Autora



## ANÁLISIS DE COSTOS

Para el presente proyecto el análisis de costos, nos permitirá identificar con mayor exactitud el costo real del producto durante un periodo contable, cuyos resultados servirán para poder fijar una política de precios del producto en el mercado. Este análisis se basará en los costos de producción y costos de operación. A continuación detallamos a cada uno de ellos.

### Costos de Producción

Son los valores económicos que realiza la empresa procesadora de embutidos; estos a su vez tienen que ser incorporados al producto a ofertar, para que de esta forma sean entregados al consumidor final como producto terminado. Entre ellos tenemos el costo primo y los costos indirectos de fabricación.

#### ▪ Costo Primo

Representa los valores económicos generados por la adquisición de aquellos elementos que intervienen directamente en la elaboración del producto en la empresa durante un periodo contable, entre estos elementos, se encuentran la materia prima directa e insumos, y la mano de obra directa e indirecta. Este valor asciende anualmente a USD. 41.526,12.

**CUADRO 68  
COSTO PRIMO**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	1.856,40	22.276,80
Materia Prima Indirecta	155,84	1.870,08
Mano de Obra Directa	909,94	10.919,28
Mano de Obra Indirecta	538,33	6.459,96
<b>TOTAL</b>	<b>3.460,51</b>	<b>41.526,12</b>

Fuente: Cuadro 54, 55 y 56

Elaboración: La Autora

### ▪ Costos Indirectos de Fabricación

Representa los valores económicos generados por la adquisición de aquellos elementos que intervienen indirectamente en la producción calculado para un periodo contable, se tiene los gastos indirectos y las depreciaciones de los activos fijos. (a excepción de la depreciación del equipo de computación). Este valor asciende anualmente a USD. 10.734,60.

**CUADRO 69**  
**COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos Indirectos	688,60	8.263,20
Depreciaciones Activos Fijos	205,95	2.471,40
<b>TOTAL</b>	<b>894,55</b>	<b>10.734,60</b>

Fuente: Cuadro 60 y 66

Elaboración: La Autora

### Costos de Operación

Los costos de Operación son aquellos gastos que están destinados al funcionamiento de la empresa y no son considerados como una inversión, sino más bien estos permitirán la continuidad de las actividades de la empresa, entre ellos tenemos los siguientes:

### ▪ Gastos de Administración

Son aquellos gastos en los incurre la empresa por concepto de sueldos y salarios del personal administrativo, suministros de oficina, depreciaciones del equipo de computación, etc., por el lapso de un periodo contable. Este valor anual es de: 44.530,29.

**CUADRO 70  
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Sueldos y Salarios	2723,27	32.679,24
Suministros de Oficina	140,60	1.687,20
Depreciación de Equipos de Computación	50,40	604,80
<b>TOTAL</b>	<b>2.914,27</b>	<b>34.971,24</b>

Fuente: Cuadro 58 y 59, 66.

Elaboración: La Autora

▪ **Gastos de Ventas**

Los gastos de ventas son los gastos de la publicidad de la empresa, Esta cantidad anualmente es de USD. 3.960,00. Se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 71  
GASTOS DE VENTAS**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Publicidad	330,00	3.960,00
<b>TOTAL</b>	<b>330,00</b>	<b>3.960,00</b>

Fuente: Cuadro 61

Elaboración: La Autora

▪ **Gastos Financieros**

Los gastos financieros son los rubros por concepto de pago de intereses del préstamo al Banco del Pichincha. Según la Tabla de Amortización otorgada por este organismo, se prevé el pago de 4 cuotas anuales, por lo que para el primer año de operación este valor es de USD. 8.208,00. se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 72**  
**GASTOS FINANCIEROS**

DETALLE	VALOR SEMESTRAL
Intereses (Primer Semestre)	1.575,00
Intereses (Segundo Semestre)	1.528,61
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>3.103,61</b>

Fuente: Cuadro 61

Elaboración: La Autora

### **Estructura y Clasificación de Costos**

La estructura y clasificación de los costos en el mencionado proyecto nos permite conocer los valores económicos que se desembolsaran durante un periodo contable, con el fin de poder distribuir eficientemente sus recursos. Los costos se clasifican en:

- **Costos Fijos**

Los costos fijos son aquellos valores que debe cubrir la empresa, por estar en funcionamiento, pero, sin tomar en cuenta los ingresos generados por la producción y venta del producto.

- **Costos Variables**

Los costos variables son aquellos valores que debe incurrir la empresa, en relación a su capacidad de producción y está relacionado con los ingresos generados por las ventas del producto. Tal como se indica en el siguiente cuadro:

**CUADRO 73  
ESTRUCTURA Y CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
<b>COSTO DEL PRODUCTO</b>			
<b>COSTO PRIMO</b>			
Materias Prima Directa		22.276,80	22.276,80
Materia Prima Indirecta		1.870,08	1.870,08
Mano de Obra Directa		10.919,28	10.919,28
Mano de obra Indirecta		6.459,96	6.459,96
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>			
Gastos Indirectos.	8.263,20		8.263,20
Depreciación de Activos Fijos	2.471,40		2.471,40
Amortización de Activos Diferidos	406,08		406,08
Imprevistos 5%	2633,34		2633,34
<b>SUBTOTAL</b>	<b>13.774,02</b>	<b>41.526,12</b>	<b>55.300,14</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Sueldos y Salarios	32.679,24		32.679,24
Suministros de Oficina	1.687,20		1.687,20
Depreciación de Equipos de Computación	604,89		604,89
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
Publicidad	3.960,00		3.960,00
Imprevistos 5%	1946,57		1946,57
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
Intereses del Préstamo	3.103,61		3.103,61
<b>SUBTOTAL</b>	<b>43.981,51</b>		<b>43.981,51</b>
<b>TOTAL</b>	<b>57.755,53</b>	<b>41.526,12</b>	<b>99.281,65</b>

Fuente: Cuadro desde el 68 al 72.

Elaboración: La Autora

El costo total del proyecto es de USD. **99.281,65** para el primer año de operaciones del proyecto.

### **Presupuesto de Costos Proyectado**

Es indispensable proyectar los costos obtenidos en el primer año de operatividad de la empresa (USD. 99.281,65) al tiempo de vida útil del proyecto (10 *años*), y de esta manera poder conocer los flujos que se generarán por concepto de egresos.

Para poder realizar esta proyección de los costos a futuro, se tomará en cuenta los datos estimados por El Banco Central del Ecuador, con respecto al crecimiento económico e inflación de nuestra nación en el año 2013.

- Año 2013, Crecimiento Económico anual estimado 4,00%
- Año 2013, Inflación anual estimada del 2,00%

En virtud de los datos obtenidos, se afectará a los costos de Mano de Obra Directa e Indirecta y Sueldos del personal administrativo el 4,00% de crecimiento, mientras que al resto de costos se le incrementará el 2,00%, *a excepción de los intereses por concepto del crédito de la CFN.*

A continuación se detalla en el siguiente cuadro los valores obtenidos de la proyección para los 10 años de vida útil del proyecto:

**CUADRO 74  
PRESUPUESTO DE COSTOS PROYECTADO A 10 AÑOS**

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>COSTO DEL PRODUCTO</b>										
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materias Primas Directa	22.276,80	22.722,33	23.176,77	23.640,30	24.113,10	24.595,36	25.087,26	25.589,00	26.100,78	26.622,79
Materia Prima Indirecta	1.870,08	1.907,48	1.945,62	1.984,53	2.024,22	2.064,70	2.105,99	2.148,10	2.191,06	2.234,88
Mano de Obra Directa	10.919,28	11356,05	11810,29	12282,70	12774,00	13284,96	13816,35	14369,00	14943,76	15541,51
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>										
Mano de Obra Indirecta	6.459,96	6718,35	6987,08	7266,56	7557,22	7859,50	8173,88	8500,83	8840,86	9194,49
Gastos Indirectos	8.263,20	8.428,46	8.597,02	8.768,96	8.944,33	9.123,21	9.305,67	9.491,78	9.681,61	9.875,24
Depreciación de Activos Fijos	2.471,40	2.471,40	2.471,40	2.471,40	2.471,40	2484,08	2484,08	2484,08	2484,08	2484,08
Amortización de Activos Diferidos	406,08	406,08	406,08	406,08	406,08	406,08	406,08	406,08	406,08	406,08
Imprevistos 5%	2.633,34	2700,50	2769,71	2841,02	2914,51	2990,89	3068,96	3149,44	3232,41	3317,95
<b>SUBTOTAL</b>	<b>55.300,14</b>	<b>56.710,65</b>	<b>58.163,97</b>	<b>59.661,55</b>	<b>61.204,86</b>	<b>62.808,78</b>	<b>64.448,27</b>	<b>66.138,31</b>	<b>67.880,64</b>	<b>69.677,02</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos y Salarios	32.679,24	33986,40	35345,85	36759,68	38230,06	39759,26	41349,63	43003,61	44723,75	46512,70
Suministros de Oficina	1.687,20	1.720,94	1.755,35	1.790,45	1.826,25	1.862,77	1900,02	1.938,02	1976,78	2.016,31
Depreciación de Eq. Computación	604,89	604,89	604,89	645,12	645,12	645,12	681,19	681,19	681,19	726,50
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Publicidad	3.960,00	4.039,20	4.119,98	4.202,37	4.286,41	4.372,13	4.459,57	4.548,76	4.639,73	4.732,52
Imprevistos 5%	1946,57	2017,57	2091,30	2169,88	2249,39	2331,96	2419,52	2508,57	2601,07	2699,40
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Intereses del Préstamo	3.103,61	2.980,19	2.691,72	2.451,92	2.186,27	1.892,00	1.566,03	1.204,93	804,91	361,80
<b>SUBTOTAL</b>	<b>43.981,51</b>	<b>45349,19</b>	<b>46609,09</b>	<b>48019,42</b>	<b>49423,5</b>	<b>50863,24</b>	<b>52375,96</b>	<b>53885,08</b>	<b>55427,43</b>	<b>57049,23</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>99.281,65</b>	<b>102.059,84</b>	<b>104.773,06</b>	<b>107.680,97</b>	<b>110.628,36</b>	<b>113.672,02</b>	<b>116.824,23</b>	<b>120.023,39</b>	<b>123.308,07</b>	<b>126.726,25</b>

Fuente 1: Cuadro 73

Fuente 2: 4,00 de Crecimiento Económico, y 2,00 % de Inflación anual según el BCE-2013

Elaboración: La Autora

## **INGRESOS TOTALES**

Los ingresos totales son los rubros provenientes de la venta del embutido que genera el proyecto. 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 29% 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.

## **COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN**

El costo unitario de producción se obtiene dividiendo el costo total para el número de unidades producidas en forma anual.

### **C.U. = COSTO TOTAL / NÚMERO UNIDADES PRODUCIDAS**

$$\text{C.U.} = 99.281,65 / 41.600$$

**C.U.= 2.38 + 29% (Este margen de utilidad es aceptable dentro del mercado)**

$$\text{P.V.P.} = 2.38 + 0,69 = \$ 3,07.$$

Entonces el precio de venta al público es de \$3,07. Se considera que este precio es aceptable en el mercado debido a que el precio promedio de una libra de salchicha común bordea los \$2,50, sin embargo se trata de salchicha especial, que rápidamente tendrá acogida en el mercado por la calidad y el sabor de este producto.



**CUADRO 75  
INGRESOS TOTALES**

<b>Año</b>	<b>Costos Anuales</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Utilidad 29%</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Ingresos Totales</b>
1	<b>99.281,65</b>	41600	2,38	0,69	3,07	<b>127712</b>
2	<b>102.059,84</b>	41600	2,45	0,71	3,16	<b>131456</b>
3	<b>104.773,06</b>	41600	2,51	0,72	3,23	<b>134368</b>
4	<b>107.680,97</b>	44.200	2,43	0,70	3,13	<b>138346</b>
5	<b>110.628,36</b>	44.200	2,50	0,72	3,22	<b>142324</b>
6	<b>113.672,02</b>	44.200	2,57	0,74	3,31	<b>146302</b>
7	<b>116.824,23</b>	46.800	2,49	0,72	3,21	<b>150228</b>
8	<b>120.023,39</b>	46.800	2,56	0,74	3,30	<b>154440</b>
9	<b>123.308,07</b>	46.800	2,63	0,76	3,39	<b>158652</b>
10	<b>126.726,25</b>	49.400	2,56	0,74	3,30	<b>163020</b>

FUENTE: Cuadro de Costos y Capacidad Utilizada  
ELABORACIÓN: La Autora

**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Permite comparar los ingresos con los egresos generados en un período de 10 años, mostrando de esta manera las utilidades o pérdidas sufridas en este proyecto.

**CUADRO 76  
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	127.712,00	131456,00	134368,00	138346,00	142324,00	146302,00	150228,00	154440,00	158652,00	163020,00
( - ) Costo Total	99.281,65	102.059,84	104.773,06	107.680,97	110.628,36	113.672,02	116.824,23	120.023,39	123.308,07	126.726,25
( = ) Utilidad Bruta Ventas	28430,35	29396,16	29594,94	30665,03	31695,64	32629,98	33403,77	34416,61	35343,93	36293,75
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	4264,55	4409,42	4439,24	4599,75	4754,35	4894,50	5010,57	5162,49	5301,59	5444,06
( = ) Utilidad Impuestos a la Renta	24165,80	24986,74	25155,70	26065,28	26941,29	27735,48	28393,20	29254,12	30042,34	30849,69
( - ) 25% Impuesto a la renta	6041,45	6246,68	6288,92	6516,32	6735,32	6933,87	7098,30	7313,53	7510,59	7712,42
( = ) Utilidad Neta ejercicio	18124,35	18740,05	18866,77	19548,96	20205,97	20801,61	21294,90	21940,59	22531,76	23137,27
( - ) 10% reserva Legal	1812,43	1874,01	1886,68	1954,90	2020,60	2080,16	2129,49	2194,06	2253,18	2313,73
( = ) Utilidad Líquida	<b>16311,91</b>	<b>16866,05</b>	<b>16980,10</b>	<b>17594,06</b>	<b>18185,37</b>	<b>18721,45</b>	<b>19165,41</b>	<b>19746,53</b>	<b>20278,58</b>	<b>20823,54</b>

Fuente: Cuadro N° 74 y 75  
Elaboración: La Autora

De acuerdo al Estado de Pérdidas y Ganancias, se determinó que a lo largo de los 10 años de vida útil del proyecto, la empresa mantiene saldos positivos al finalizar los periodos contables, los mismos que indican la rentabilidad del proyecto. Por lo tanto podemos inferir que para el primer año de operaciones de la empresa la ganancia positiva es de \$ 16.311,91.

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio como herramienta de análisis financiero, nos permitirá determinar el punto o momento exacto en que la empresa ha logrado cubrir sus costos operativos con los ingresos generados, es decir, no existe ni ganancias ni pérdidas, el mismo será calculado de forma matemática y en forma gráfica, para ello se usarán los siguientes métodos:

- **En Función de las Ventas**

Guarda relación con el volumen total de la venta del producto y de los ingresos económicos que estos generen.

- **En Función de la Capacidad Instalada**

Es el porcentaje de la capacidad que debe generar la empresa para poder cubrir los diversos productos que este ofrece.

A continuación se realizará la proyección del Punto de Equilibrio, para los años: 1, 5 y 10; estos datos servirán a posterior para determinar el punto exacto en el cual la empresa no ha generado ganancias, ni pérdidas.

**CUADRO 77**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	Año 1		Año 5		Año 10	
COSTO DEL PRODUCTO	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO PRIMO</b>						
Materias Primas Directa		22.276,80		24.113,10		26.622,79
Materia Prima indirecta		1.870,08		2.024,22		2.234,88
Mano de Obra Directa		10.919,28		12774,00		15.541,51
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Mano de Obra Indirecta	6.459,96		7.557,2		9.194,49	
Gastos Indirectos	8.263,20		8.944,33		9.875,24	
Depreciación de Activos Fijos	2.471,40		2.471,40		2484,08	
Amortización de Activos Diferidos	406,08		406,08		406,08	
Imprevistos 5%	2.633,34		2.914,51		3.317,95	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>20.233,98</b>	<b>35.066,16</b>	<b>22.293,52</b>	<b>38.911,32</b>	<b>25.277,84</b>	<b>44.399,18</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>						
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos y Salarios	32.679,24		38230,06		46.512,70	
Suministros de Oficina	1.687,20		1.826,25		2.016,31	
Depreciación de Eq. Computación	604,89		645,12		726,50	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
Publicidad	3.960,00		4.286,41		4.732,52	
Imprevistos 5%	1946,57		2.249,39		2.699,40	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
<b>Intereses del Préstamo</b>	3.103,61		2.186,27		361,80	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>43.981,51</b>		<b>49.423,50</b>		<b>57.049,23</b>	
<b>TOTAL COSTO PROYECTADO</b>	<b>64215,49</b>	<b>35.066,16</b>	<b>71.717,02</b>	<b>38.911,32</b>	<b>82.327,07</b>	<b>44.399,18</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>99281,61</b>		<b>110628,36</b>		<b>126.726,25</b>	

Fuente 1: Cuadro No. 74

Fuente 2: 4,00 de Crecimiento Económico, y 2,00 % de Inflación anual según el BCE-2013

Elaborado: La Autora

### Punto de Equilibrio - Año N° 1

- En Función de las Ventas

Fórmula:

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

$$PE = \frac{64215,49}{1 - \frac{35.066,16}{127.712,00}}$$

$$PE = \frac{64215,49}{1 - 0,27}$$

$$PE = \frac{64215,49}{0,73}$$

$$PE = 87,96$$

- En Función de la Capacidad Instalada

Fórmula:

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

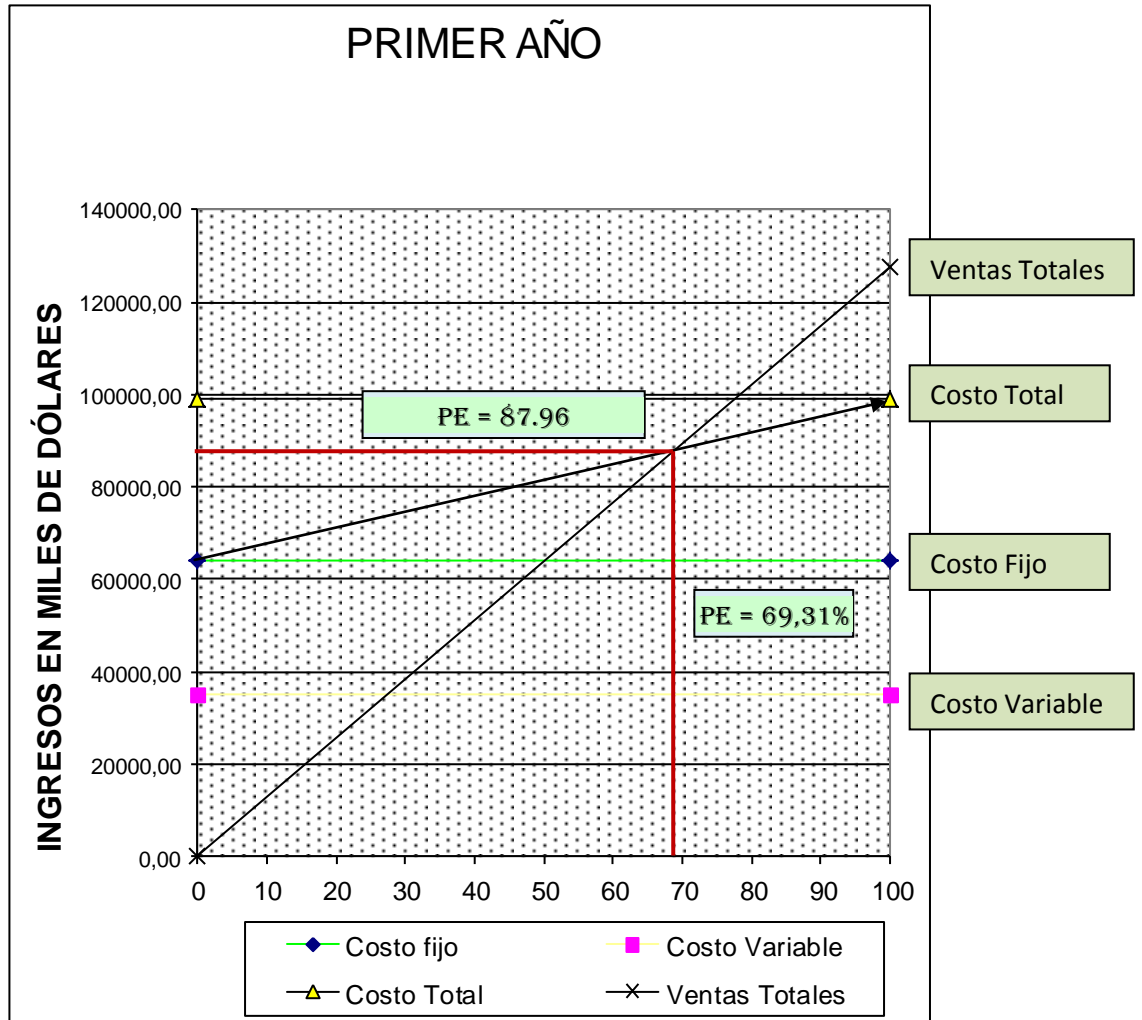
$$PE = \frac{64215,49}{127.712,00 - 35.066,16} \times 100$$

$$PE = \frac{64215,49}{92645,84} \times 100$$

$$PE = 0,69 \times 100$$

$$PE = 69,31 \%$$

GRÁFICA 49

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO NO. 1**

**ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO No. 1:** El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa procesadora de embutidos, trabaje a una Capacidad Instalada del 69,31% y con un ingreso en las ventas de USD. 87,96.

### Punto de Equilibrio - Año N° 5

- En Función de las Ventas

Fórmula:

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

$$PE = \frac{71.717,02}{1 - \frac{38.911,32}{142324,00}}$$

$$PE = \frac{71.717,02}{1 - 0,27}$$

$$PE = \frac{71.717,02}{0,73}$$

$$PE = 98,24$$

- En Función de la Capacidad Instalada

Fórmula:

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

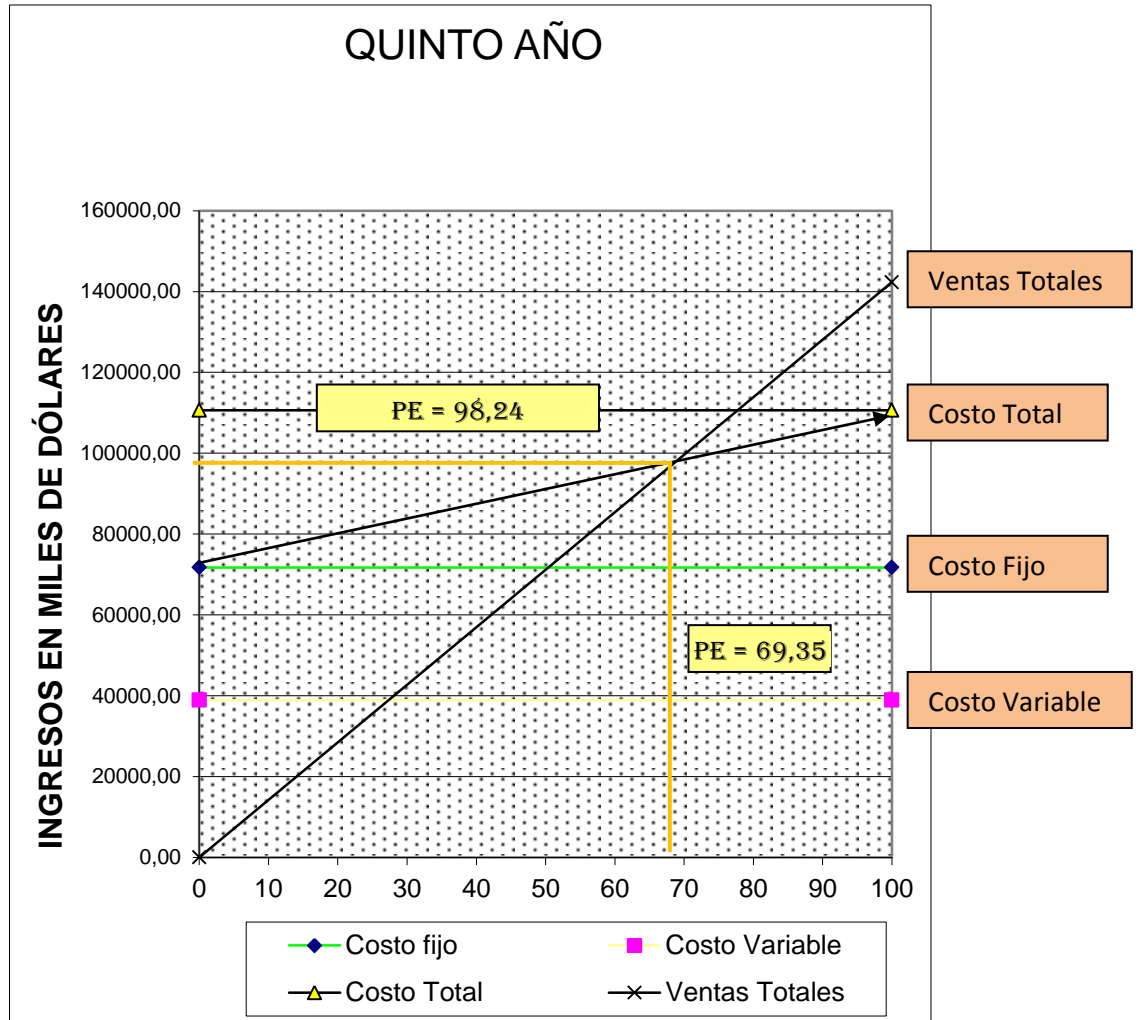
$$PE = \frac{71.717,02}{142324,00 - 38.911,32} \times 100$$

$$PE = \frac{71.717,02}{103.412,68} \times 100$$

$$PE = 0,69 \times 100$$

$$PE = 69,35 \%$$

GRÁFICA 50

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO NO. 5.**

**ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO No. 5:** El Punto de Equilibrio para el año 5, se produce cuando la empresa de presas de embutidos, trabaje a una Capacidad Instalada del 69,35% y con un ingreso en sus ventas de USD. 98,24.



### Punto de Equilibrio - Año N° 10

- En Función de las Ventas

Fórmula:

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

$$PE = \frac{82.327,07}{1 - \frac{44.399,18}{163020,00}}$$

$$PE = \frac{82.327,07}{1 - 0,27}$$

$$PE = \frac{82.327,07}{0,73}$$

$$PE = 112.776,80$$

- En Función de la Capacidad Instalada

Fórmula:

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

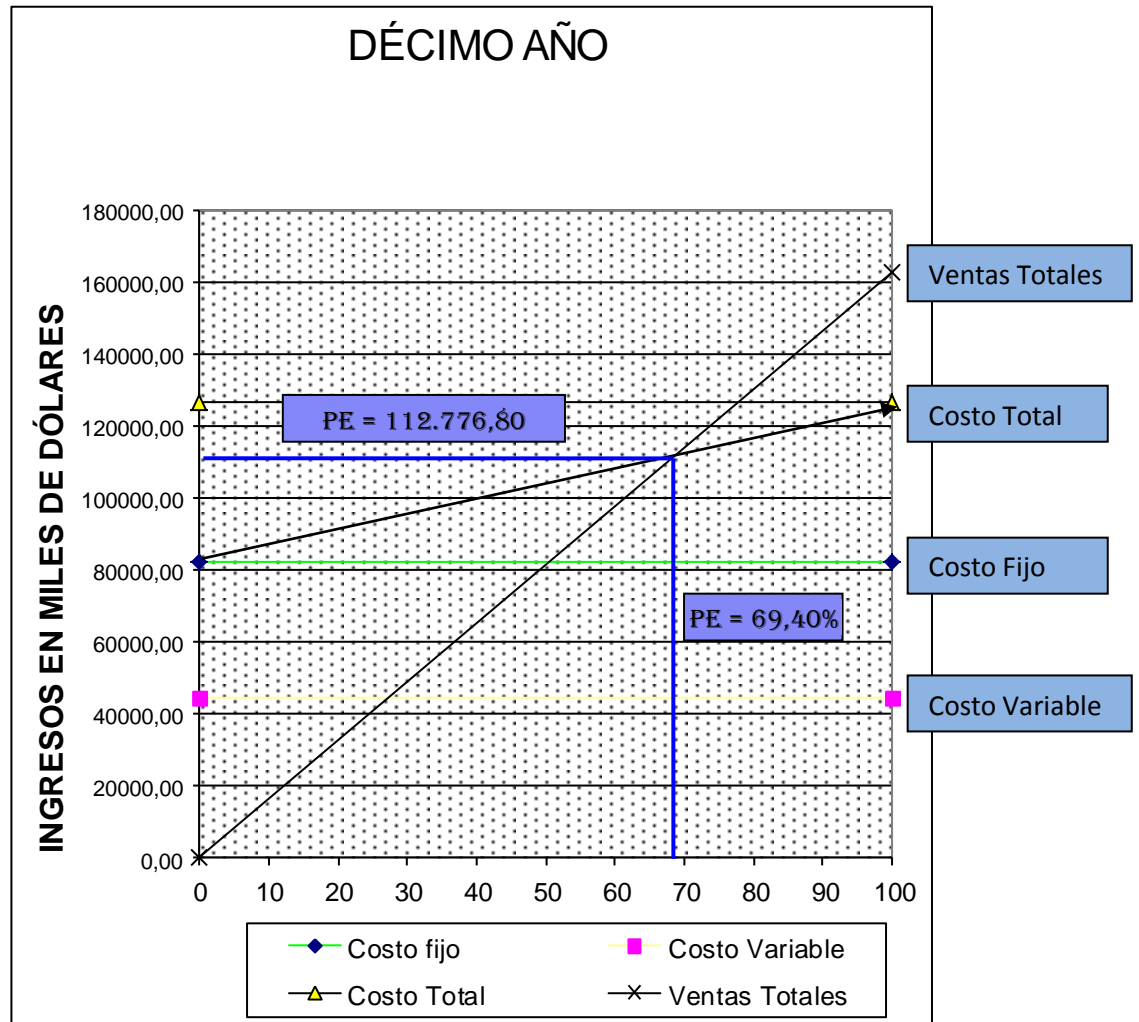
$$PE = \frac{82.327,07}{163020,00 - 44.399,18} \times 100$$

$$PE = \frac{82.327,07}{118620,82} \times 100$$

$$PE = 0,69 \times 100$$

$$PE = 69,40$$

GRÁFICA 51

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO NO. 10.**

**ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO No. 10:** El Punto de Equilibrio para el año 10, se produce cuando la empresa procesadora de embutidos trabaje a una Capacidad Instalada del 69,40% y con un ingreso en las ventas de USD. 112.776,80.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera es la parte final de un proyecto de inversión, la misma que permite a través de la aplicación de algunos criterios de evaluación determinar la factibilidad o rentabilidad del proyecto de estudio.

Vamos primeramente a conocer los flujos de caja que se va a generar en la empresa, durante los primeros 10 años de vida útil del proyecto, a continuación se detallan estos flujos en el siguiente cuadro:

**CUADRO 78**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 10 AÑOS**

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
Ventas		127.712,00	131456,00	134368,00	138346,00	142324,00	146302,00	150228,00	154440,00	158652,00	163020,00
Crédito Banco Pichincha	30.000,00										
Capital Propio	12.153,27										
Valor Residual				907,33			1.074,86			1.143,42	<b>5163,94</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>42.153,27</b>	<b>127.712,00</b>	<b>131456,00</b>	<b>135275,33</b>	<b>138346,00</b>	<b>142324,00</b>	<b>147376,86</b>	<b>150228,00</b>	<b>154440,00</b>	<b>159795,42</b>	<b>168183,94</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	30.372,82										
Activo Diferido	4.060,87										
Activo Circulante	7.719,58										
Reinversión					2.888,59			4.281,73			4.469,34
Presupuesto de Operación		<b>99.281,65</b>	<b>102.059,84</b>	<b>104.773,06</b>	<b>107.680,97</b>	<b>110.628,36</b>	<b>113.672,02</b>	<b>116.824,23</b>	<b>120.023,39</b>	<b>123.308,07</b>	<b>126.726,25</b>
(-) Depreciación y Amortización		3.482,42	3.482,42	3.482,42	3.535,28	3.535,28	3.535,28	3.571,35	3.571,35	3.571,35	3.616,66
(+) 25% de Impuesto a la Renta		6041,45	6246,68	6288,92	6516,32	6735,32	6933,87	7098,30	7313,53	7510,59	7712,42
(+) 15% Distribución de Utilidad		4264,55	4409,42	4439,24	4599,75	4754,35	4894,50	5010,57	5162,49	5301,59	5444,06
(+) Amortización del Crédito		8.408,00	7.800,00	7.192,00	6.584,00	5.976,00	5.368,00	4.760,00	2.152,00		
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>42.153,27</b>	<b>117995,65</b>	<b>120515,94</b>	<b>122693,22</b>	<b>128269,63</b>	<b>128094,43</b>	<b>130868,39</b>	<b>137974,33</b>	<b>134651,41</b>	<b>136120,25</b>	<b>144352,07</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>00</b>	<b>9716,35</b>	<b>10940,06</b>	<b>12582,11</b>	<b>10076,37</b>	<b>14229,57</b>	<b>16508,47</b>	<b>12253,67</b>	<b>19788,59</b>	<b>23675,17</b>	<b>23831,87</b>

Fuente: Cuadro 74, 76 y 77.

Elaborado: El autor

## Criterios de Evaluación Financiera

### ▪ Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador financiero que permite anticipar cuantitativamente los futuros ingresos y egresos monetarios que tendrá la empresa y poder determinar si luego de restar la inversión inicial, nos quedaría alguna utilidad positiva. Es importante además mencionar que si el resultado del VAN es igual o mayor a cero el proyecto es rentable, pero si el VAN es menor a cero el proyecto no es conveniente de ejecutar.

Es importante en primera instancia determinar el factor de actualización del proyecto, el mismo que se actualiza periódicamente para los 10 años de vida útil, se realizará este cálculo utilizando la tasa de interés nominal promedio de (10,50%), Entonces se tiene la siguiente fórmula:

<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (FA)</b>
$FA = 1/(1 + i)^n$
<b>En donde:</b>
<b>i = Interés</b>
<b>n = número de periodos</b>

Luego, para determinar el VAN, se usará la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

Entonces el VAN del proyecto quedaría de la siguiente manera:

**CUADRO 79  
VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJ NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10,50%	VALOR ACTUALIZADO
0	42.153,27		
1	971 ,3	0,8928571429	8675,31
2	10940,06	0,7971938776	8721,35
3	12582,11	0,7117802478	8955,70
4	10076,37	0,6355180784	6403,72
5	14229,57	0,5674268557	8074,24
6	16508,47	0,5066311212	8363,70
7	12253,67	0,4523492153	5542,94
8	19788,59	0,4038832280	7992,28
9	23675,17	0,3606100250	8537,50
10	23831,87	0,3219732366	7673,22
<b>SUMATORIA</b>			<b>78939,96</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>42153,27</b>
<b>RESULTADO VAN</b>			<b>36786,69</b>

Fuente: Cuadro 78  
Elaborado: La Autora

El resultado obtenido del VAN es positivo y mayor a cero (36786,69), lo **confirma que el proyecto es factible.**

▪ **Relación Beneficio Costo**

Permite medir la utilidad que se obtiene por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, se debe tomar en cuenta los siguientes escenarios en los que se puede incurrir:

a. Si es mayor a uno se acepta el proyecto.

b. Si es menor a uno no se acepta el proyecto.

c. Si es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

Se detalla el resultado en el siguiente cuadro:

**CUADRO 80**  
**RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B ó C)**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACT.	COSTO	INGRESO	FACT. ACT.	INGRESO
	ORIGINAL	10,50%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	10,50%	ACTUALIZADO
0						
1	99.281,65	0,89	88644,33	127.712,00	0,89	114028,57
2	102.059,84	0,80	81361,48	131456	0,80	104795,92
3	104.773,06	0,71	74575,39	134368	0,71	95640,49
4	107.680,97	0,64	68433,20	138346	0,64	87921,38
5	110.628,36	0,57	62773,50	142324	0,57	80758,46
6	113.672,02	0,51	57589,78	146302	0,51	74121,15
7	116.824,23	0,45	52845,35	150228	0,45	67955,52
8	120.023,39	0,40	48475,43	154440	0,40	62375,73
9	123.308,07	0,36	44466,13	158652	0,36	57211,50
10	126.726,25	0,32	40802,46	163020	0,32	52488,08
			<b>619967,06</b>			<b>797296,79</b>

Fuente: Cuadro 78  
Elaboración: La Autora

Por lo que se tiene:

$$\text{RBC} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Costos Actualizado}} = \frac{797296,79}{619967,06} = 1,29$$

En este caso la relación Beneficio-Costo para el proyecto es mayor que 1, por lo tanto es financieramente aceptable la ejecución del proyecto, lo que

significa que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,29 centavos de utilidad o ganancia.

- **Periodo de Recuperación de Capital**

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja, y el monto de la inversión.

**CUADRO 81**  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0	42153,27		
1		9716,35	9716,35
2		10940,06	20656,41
3		12582,11	33238,52
4		10076,37	43314,89
5		14229,57	57544,46
6		16508,47	74052,93
7		12253,67	86306,60
8		19788,59	106095,19
9		23675,17	129770,36
10		23831,87	153602,23
			<b>714297,94</b>

Fuente: Cuadro 78  
Elaboración: La Autora

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{42153,27 - 9716,35}{43314,89}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{32436,92}{43314,89}$$

$$\text{PRC} = 3 + 0,75$$



$$\text{PRC} = 3,75$$

Entonces se tiene:

$$\text{PRC (Años)} = 3,75 \longrightarrow 3 \text{ años}$$

$$\text{PRC (Meses)} = 0,75 \times 12 = 9 \longrightarrow 9 \text{ meses}$$

$$\text{PRC (Días)} = 0 \times 30 = 0 \text{ días} \longrightarrow$$

Significa que la inversión inicial del proyecto (\$42.153,27) se recuperará en un lapso de tiempo de 3 años y 9 meses.

#### ▪ Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa por la cual se expresa el beneficio neto de una inversión, en relación a un porcentaje nominal determinado por el mercado financiero en el que se desarrolla el proyecto, permitiendo igualar el valor actual de los beneficios y costos y por consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero.

Se debe tomar en cuenta los diversos resultados que se pueden obtener de la TIR, así se tiene:

- 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.

Con estos antecedentes se procede a determinar la TIR del Proyecto:

**CUADRO 82**  
**TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		27,40%	MENOR	27,50%	MAYOR
0					
1	9716,35	0,7849294	7626,65	0,7843137	7620,67
2	10940,06	0,6161141	6740,33	0,6151480	6729,76
3	12582,11	0,4836060	6084,78	0,4824690	6070,48
4	10076,37	0,3795966	3824,96	0,3784071	3812,97
5	14229,57	0,2979565	4239,79	0,2967899	4223,19
6	16508,47	0,2338748	3860,92	0,2327764	3842,78
7	12253,67	0,1835752	2249,47	0,1825697	2237,15
8	19788,59	0,1440936	2851,41	0,1431919	2833,57
9	23675,17	0,1131033	2677,74	0,1123074	2658,90
10	23831,87	0,0887781	2115,75	0,0880842	2099,21
	<b>SUMATORIA</b>		42271,79		42128,67
	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		42153,27		42153,27
	<b>VAN</b>		<b>118,52</b>		<b>-24,60</b>

Fuente: Cuadro 78  
Elaboración: La Autora

$$\text{TIR} = 27,40 + 0,1 \left( \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right)$$

$$\text{TIR} = 27,40 + 0,1 \left( \frac{118,52}{118,52 - 24,60} \right)$$

$$\text{TIR} = 27,40 + 0,1 \left( \frac{118,52}{143,12} \right)$$

$$\text{TIR} = 27,40 + 0,1 \left( 0,82 \right)$$

$$\text{TIR} = 27,40 + 0,082$$

$$\text{TIR} = 27,48\%$$

La TIR del proyecto es 27,48%, se considera que es mayor a la tasa de oportunidad del mercado (12%), por lo cual se ratifica la factibilidad del proyecto.

#### ▪ **Análisis de Sensibilidad**

Permite determinar hasta qué punto el proyecto es rentable frente a las posibles variaciones de los ingresos y los costos del proyecto, influyendo en forma directa a los precios del producto.

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 **18,77%** en los costos y una disminución del **14,60%** 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.

**CUADRO 83**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 18,77% EN LOS COSTOS**

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	INCREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	18,77%	ORIGINAL	NETO	21,60%	MENOR	21,70%	MAYOR
0								
1	<b>99.281,65</b>	117916,82	127.712,00	9795,18	0,82236842	8055,25	0,821692687	8048,63
2	<b>102.059,84</b>	121216,47	131456	10239,53	0,67628982	6924,89	0,675178872	6913,51
3	<b>104.773,06</b>	124438,96	134368	9929,04	0,55615939	5522,13	0,554789541	5508,53
4	<b>107.680,97</b>	127892,69	138346	10453,31	0,45736792	4781,01	0,455866509	4765,31
5	<b>110.628,36</b>	131393,30	142324	10930,70	0,37612493	4111,31	0,374582177	4094,44
6	<b>113.672,02</b>	135008,26	146302	11293,74	0,30931327	3493,30	0,307791435	3476,12
7	<b>116.824,23</b>	138752,14	150228	11475,86	0,25436946	2919,11	0,252909971	2902,36
8	<b>120.023,39</b>	142551,78	154440	11888,22	0,20918541	2486,84	0,207814274	2470,54
9	<b>123.308,07</b>	146452,99	158652	12199,01	0,17202748	2098,56	0,170759469	2083,10
10	<b>126.726,25</b>	150512,77	163020	12507,23	0,14146997	1769,40	0,140311807	1754,91
					<b>SUMATORIAS</b>	<b>42161,80</b>		<b>42017,46</b>
					<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	42153,27		42153,27
					<b>VAN</b>	<b>8,53</b>		<b>-135,81</b>

Fuente: Cuadro 78  
 Elaboración: La Autora

$$\text{NTIR} = 21,60 + 0,1 \left( \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 21,60 + 0,1 \left( \frac{8,53}{8,53 + 135,81} \right)$$

$$\text{NTIR} = 21,60 + 0,1 (0.05)$$

$$\text{NTIR} = 21,61 \%$$

**TIR DEL PROYECTO = 21,61 %**

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= 27,48 - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (27,48 – 21,61)%	% VAR.= (5,87% ÷ 27,48%)*100	Sensibilidad= 21,36% ÷ 21,61%
DIF. TIR.= 5,87%	% VAR.= 21,36%	Sensibilidad = 0.99

Fuente: Cuadro 83.

Elaborado: La Autora

**Análisis:** En el presente caso se considera que el porcentaje máximo en el incremento de los costos que podrá soportar la empresa para obtener flujos netos positivos es de 18,77%.

**CUADRO 84**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 14,60% EN LOS INGRESOS**

PERIODO	INGRESO	INGRESO	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	DECREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	14,60%	ORIGINAL	NETO	21,50%	MENOR	21,60%	MAYOR
0								
1	127712,00	109066,05	99281,65	9784,40	0,82304527	8053,00	0,822368421	8046,38
2	131456,00	112263,42	102059,84	10203,58	0,67740351	6911,94	0,676289820	6900,58
3	134368,00	114750,27	104773,06	9977,21	0,55753376	5562,63	0,556159391	5548,92
4	138346,00	118147,48	107680,97	10466,51	0,45887552	4802,83	0,457367921	4787,05
5	142324,00	121544,70	110628,36	10916,34	0,37767532	4122,83	0,376124935	4105,91
6	146302,00	124941,91	113672,02	11269,89	0,31084389	3503,18	0,309313269	3485,93
7	150228,00	128294,71	116824,23	11470,48	0,25583859	2934,59	0,254369464	2917,74
8	154440,00	131891,76	120023,39	11868,37	0,21056674	2499,08	0,209185415	2482,69
9	158652,00	135488,81	123308,07	12180,74	0,17330596	2110,99	0,172027479	2095,42
10	163020,00	139219,08	126726,25	12492,83	0,14263865	1781,96	0,141469966	1767,36
				<b>SUMATORIAS</b>		<b>42283,04</b>		<b>42137,97</b>
					<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>42153,27</b>
					<b>VAN</b>		<b>129,77</b>	<b>-15,30</b>

Fuente: Cuadro 83.  
 Elaborado: La Autora

$$\text{NTIR} = T_m + D_t \left( \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 21,5 + 0,10 \left( \frac{129,77}{129,77 - 15,30} \right)$$

$$\text{NTIR} = 21,50 + 0,10 \quad ( \quad 0,89 \quad )$$

$$\text{NTIR} = 21,50 + 0,089$$

$$\text{NTIR} = 21,59 \%$$

**TIR DEL PROYECTO = 27,48%**

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= TIR PROY - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (27,48 – 21,59)%	% VAR.= (5,89% ÷ 27,48%)*100	Sensibilidad= 21,43% ÷ 21,59%
DIF. TIR.= 5,89%	% VAR.= 21,43%	Sensibilidad= <b>0,99</b>

Fuente: Cuadro 84.  
Elaborado: La Autora

**ANÁLISIS:** En el presente caso se considera que el porcentaje en la disminución de los ingresos que podría soportar la empresa para obtener flujos netos positivos puede de 14,60%.

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 18,77% y en un 14,60%, 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.



## **h. CONCLUSIONES**

Como conclusiones y considerando los resultados obtenidos en las distintas etapas del proyecto de inversión, se ha establecido lo siguiente:

- ✓ En lo que se refiere al Estudio de Mercado se identificó que la demanda potencial para el año base de la empresa es de 700.923 ciudadanos; siendo la demanda real de 588,494 ciudadanos y la demanda efectiva de 557.975, y la demanda esperada de 146.109.1688,51 de embutidos. De igual forma el promedio de consumo per cápita es de 26,31 libras.
- ✓ En lo concerniente a la oferta actual de embutidos en la Provincia de El Oro, es de 80.665 libras de embutidos y la demanda insatisfecha anual que no está cubierta por la competencia es de 66.033,51 libras de embutidos.
- ✓ En lo posterior en el Estudio Técnico, se confirmó que el tamaño del proyecto contará con una capacidad instalada para producir 52.000,00 libras de embutidos, para lo cual contará con 2 trabajadores que realizarán el manejo de la maquinaria en el proceso productivo; Posteriormente se determinó que el lugar más conveniente para la ubicación de la empresa es el local de las calles Juan Montalvo y 23 de Febrero, por cuanto el lugar cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, específicamente en lo referente a acceso a mercado, vías de comunicación, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, seguridad, educación, servicios médicos y más factores detallados en la matriz ponderada realizado para el efecto.
- ✓ En el Estudió Organizacional se pudo determinar que el proyecto contará con tres propietarios y la razón social con la que operará la empresa

será: empresa de EMBUTIDOS EL BALSEÑITO CIA LTDA. Así mismo se estableció 3 tipos de organigramas: Estructural, Funcional y Posicional, además se propuso un Manual de Funciones para los cargos existentes en el presente proyecto.

- ✓ El Estudio Financiero determinó que la inversión inicial del proyecto es de USD. 42.153,27; de los cuales, el 28,83% correspondientes a USD. 12.153,27 será la aportación de los propietarios; y el 71,16% restante, correspondiente a USD. 30.000,00 será financiado a través de un crédito a través de la Corporación Financiera Nacional, que al momento brinda créditos muy convenientes por las bajas tasas de interés, con una amortización semestral, pagaderos a 10 años plazo. La sumatoria de los costos fijos y variables para el año base es de USD. 99.281,65; mientras que sus ingresos generados por las ventas del servicio para este mismo año, se sitúan en USD. 127.712,00. Su Estado de Pérdidas y Ganancias es positivo para el tiempo de vida del proyecto, en el año base genera una ganancia de USD. 16.311,91.
- ✓ En la Evaluación Financiera, se pudo encontrar que el VAN es de 36786,69 la TIR es del 27,40%, siendo mayor a la tasa de mercado obtenida, indica que por cada dólar invertido, se obtiene USD. 0,29 de ganancia, además se determinó que la inversión inicial del proyecto se recuperará en el lapso de 1 año y 9 meses y que el Análisis de Sensibilidad demostró que el proyecto puede soportar un 18,77% de incremento en sus costos, y, un 14,60% de disminución en sus ingresos para no obtener flujos netos negativos.
- ✓ Por las consideraciones expuestas anteriormente de acuerdo al análisis hecho en el desarrollo del proyecto, se puede concluir de forma general que el

presente proyecto obtiene una buena rentabilidad en todas las etapas de su desarrollo, por lo que es factible la ejecución del mismo.

## **i. RECOMENDACIONES**

Luego de haber expuesto en forma pormenorizada los resultados en las diferentes conclusiones, me permito realizar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Con el aprovechamiento de los adelantos científicos y tecnológicos que hoy en día existen en el país, se aprovechar el alto porcentaje de demanda que hay de los embutidos en la Provincia de El Oro, en relación a otras provincias aledañas, de esta manera se podría obtener un crecimiento de la empresa a nivel local y nacional.
- ✓ De igual manera la alta calidad de la materia prima en la localidad, motiva para que los inversionistas a nivel nacional aprovechen este potencial, y los inversionistas locales con el apoyo de organizaciones gubernamentales lo hagan en un futuro cercano.
- ✓ Se debe difundir y continuar con el presente trabajo, ya que según el presente estudio es factible que se realice el mencionado proyecto.
- ✓ Se debe realizar el presente proyecto en varias localidades del país, de esta manera se podría obtener una base de datos que contribuya a que los inversionistas tengan una visión más cercana a la realidad y el presente trabajo investigativo sea aprovechado en forma eficiente.

## j. BIBLIOGRAFÍA

En la presente tesis, se utilizó la siguiente bibliografía:

- PRICE, James y SCHWEIGERT, Bernard. (1994). Ciencia de la carne y de los productos cárnicos. Editorial ACRIBIA S.A. Zaragoza. p. 11.
- Carnes y productos cárnicos GRAU, R (Universidad Nacional Agraria) Editorial Acribia. 2003.
- Congelación y calidad de la carne Claude Genot Editorial Acribia 2003.
- Embutidos GF Hammer 1989.
- Calidad de la carne y de los productos cárnicos GIRARD; C (Universidad Agraria) 2001.
- Colin F. Bruce, 1982.
- Randall Geoffrey. Principios de Marketing. Segunda Edición, Pág. 120. 2010.
- Revista emprendedores.
- P. Bonta y M. Farber. 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, Grupo Editorial Norma, Pág. 37.
- Kotler y Armstrong. Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, Prentice Hall, Pág. 353.
- BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.
- NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968. Pág. 17.

- Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 31-32.
- QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos. Pág. 22.
- Guía Didáctica. Negocios. Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Año 2006. Pág. 89.
- MIRANDA Juan José, “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. MB Editores. Bogotá. 1997. 366 Páginas.
- QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio. Diseño y Evaluación de Proyectos. Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta. Loja-Ecuador. 1994. Pág. 42.
- BACA URBINA, Gabriel, “Fundamentos de ingeniería económica”, Editorial Mc Graw Hill, 1994 México, 305 páginas.
- SELDON, Arthur, Diccionario de Economía., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975. Pág. 9 -10 – 15 – 16.
- Kelety Andrés. Análisis y evaluación de inversiones, 2da Edición, EADA, 1996.
- Sánchez Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso Diplom. y Maestrías, Universidad Central Las Villas, Septiembre 1998).
- Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2007. Pág. 45-46.
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>.

## **k. ANEXOS**

### **Anexo 1.**

#### **Ficha Resumen del Proyecto de Tesis**

**TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE EMBUTIDOS (POLLO, RES Y CHANCHO) Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO”**

**PROBLEMÁTICA:** Balsas es un cantón de la Provincia de El Oro en el Ecuador; su ubicación, los recursos naturales y económicos son condiciones únicas que le han permitido apuntarse hacia el desarrollo. Este Cantón es considerado como una de las zonas generadoras de materia prima del país, en lo que respecta a ganado bovino, porcino y avícola.

La falta de iniciativas empresariales ha sido la principal causa para que desaprovechen los recursos con los que cuenta el cantón. Al ser un Cantón con suficientes recursos en cuanto a ganado bovino, porcino y avícola y los usuarios al requerir productos más procesados y preparados para el consumo, cabe la iniciativa de considerar en la creación de una empresa productora de embutidos de estos tres tipos de carnes que se dan en abundancia en la zona y que son de preferencia absoluta de las familias.

El proyecto que se describe a continuación se lo ha elaborado, pensando en las necesidades del consumidor ecuatoriano, especialmente aquellos que residen en la provincia de El Oro, debido a que en el cantón Balsas (uno de los cantones de la provincia de El Oro) no existe una empresa productora de embutidos de carne de pollo, res y chancho, con toques modernos y con balance nutricional, sin embargo existe la materia prima necesaria.

Por todo lo antes descrito en la presente investigación se propone la creación de una empresa que aproveche todos los recursos con los que cuenta el cantón Balsas en cuanto a producción bovina, porcina y avícola y a base de ellos producir productos procesados, al alcance de las familias.

En base a esta problemática descrita, se puede delimitar el siguiente problema objeto de estudio en el sector alimenticio.

***“LA FALTA DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE AL APROVECHAMIENTO DEL GANADO BOVINO, PORCINO Y AVÍCOLA HA REPERCUTIDO EN LA INEXISTENCIA EMPRESARIAL EN EL CANTÓN BALSAS Y POR ENDE LA PROVINCIA DE EL ORO”***

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de embutidos (pollo, res y chancho) y su comercialización en la provincia de El Oro.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar el estudio de mercado sobre las posibilidades existentes de producir y comercializar embutidos de pollo, res y chancho; que incluye determinar la demanda y la oferta un plan de comercialización de los productos.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización, la ingeniería del proyecto y la ingeniería del producto.



- Realizar un estudio legal y organizacional que permita determinar el tipo de organización, los niveles jerárquicos, los cargos, funciones y aspectos legales del proyecto.
- Efectuar el estudio económico que permita definir las inversiones necesarias y buscar la mejor fuente de financiamiento para la futura implantación del proyecto. Así como también elaborar los presupuestos de ingresos y egresos, definiendo con ello los estados financieros.
- Efectuar la evaluación financiera del proyecto aplicando los principales indicadores financieros VAN, TIR, RBC, PRC y Análisis de sensibilidad para determinar la viabilidad del proyecto.

## **METODOLOGÍA**

Para la presente investigación será necesario recurrir a la utilización de los siguientes métodos, técnicas y procedimientos:

### **MÉTODOS:**

**Método Inductivo.-** Este método dentro de la investigación será utilizado para determinar los gustos y preferencias en cuanto a la producción de embutidos en la provincia de El Oro para llegar a generalizar los resultados obtenidos.

**Método Deductivo.-** En la investigación el presente método ayudará a determinar los principales aspectos del plan de comercialización, la localización, los procesos, la estructura orgánica, las funciones del recurso humano requerido y finalmente las conclusiones y recomendaciones.

**Método Descriptivo.-** Será utilizado describir el producto según las exigencias que provengan de la información obtenida en el estudio de la demanda. Así mismo será utilizado para describir los procesos que tendrá la empresa tanto para la producción así como para la organización administrativa.

**Método Histórico.-** Permitirá efectuar un estudio histórico de la producción bovina, porcina y avícola en el cantón Balsas, así como para determinar la tendencia histórica del consumo de embutidos en toda la provincia de El Oro y de allí determinar la tendencia futura.

**Método Analítico.-** Mediante este método se describirá los contenidos que están dentro de la programación correspondiente a proyectos de inversión. Servirá para descomponer la estructura organizacional en niveles jerárquicos, las funciones del talento humano; así como para determinar la inversión requerida y costos en sus diferentes rubros.

En cuanto a técnicas se utilizarán:

**Observación Directa.-** que permitirá conocer los niveles de los diferentes indicadores, de los procesos de producción mediante la aplicación del instrumento de observación.

**Encuesta.-** Se aplicará a una muestra de los habitantes de la provincia de El Oro para determinar los resultados necesarios. Se aplicarán 399 encuestas debidamente seleccionadas en forma aleatoria.

Según datos del INEC en el año 2010 la provincia de El oro existían 643316 habitantes, para proyectar al año 2013 se aplica la siguiente fórmula:

### **Segmentación de la población**

Para el año 2013 la población de la provincia de El Oro es de 700923 habitantes. Considerando que los embutidos son un producto alimenticio para las familias, entonces hay que determinar el número de familias de la provincia; para ello se divide la población proyectada para cuatro integrantes promedio por familia, por lo que resulta que en la provincia existen 175231 familias. Para la determinación del tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

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

Dónde:

**n =?** Tamaño de la muestra

**N =** 175231 Número de familias de la provincia de El Oro

**e =** 0,05 Error de la muestra

$$n = \frac{175231}{1 + (0,05)^2 175231} = \frac{175231}{439} = 399$$

**n = 399 encuestas**

## **Anexo 2.**

**FORMATO DE LA ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DE EMBUTIDOS, DIRIGIDA A LA MUESTRA POBLACIONAL DE LA PROVINCIA DE EL ORO.**

### **ENCUESTA A DEMANDANTES**

**Señor encuestado:**

Dígnese dar contestación a la presente encuesta que tiene el objetivo de investigar sobre el consumo de embutidos en la provincia de El Oro, por su gentil ayuda le expresamos nuestro agradecimiento.

#### **DATOS GENERALES**

**a) ¿Cuántas personas conforman su familia?**

- De 1 a 2 personas ( )
- De 3 a 4 personas ( )
- De 5 a 6 personas ( )
- Más de 6 personas ( )

**b) ¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?**

- De \$1,00 a \$240 ( )
- De \$241 a \$500 ( )
- De \$501 a \$1000 ( )
- De \$1001 a \$1500 ( )
- De \$1501 a \$2000 ( )
- Más de \$2000 ( )

## DATOS ESPECÍFICOS

### Pregunta 1

¿En su hogar consumen embutidos?

- Si ( )
- No ( )

### Pregunta 2

¿Con la frecuencia que usted utiliza en su compra, cuántas libras de embutidos aproximadamente consumen en su hogar al mes?

- $\frac{1}{2}$  a 1 libra ( )
- De  $1 \frac{1}{2}$  a 2 libras ( )
- De  $2 \frac{1}{2}$  a 4 libras ( )

### Pregunta 3

¿Qué factores considera usted al momento de adquirir embutidos, señale la más relevante?

- Cantidad ( )
- Sabor ( )
- Calidad ( )
- Precio ( )
- Higiene ( )
- Presentación ( )
- Otros ( )

**Pregunta 4**

**¿Si en la Provincia de El Oro se implementara una empresa de producción y comercialización de embutidos (pollo, res y chancho) estaría dispuesto a adquirirlos?**

- Si ( )
- No ( )

**Pregunta 5**

**¿Qué precio paga por cada libra de embutidos de pollo, res o chancho?**

- \$2,00 dólares ( )
- \$2,50 dólares ( )
- \$3,00 dólares ( )
- Más de \$3,00 ( )

**Pregunta 6**

**¿En qué lugar adquiere los embutidos para el consumo de su hogar, señale una sola opción?**

- Bodegas ( )
- Mercados ( )
- Supermercados ( )
- Tiendas ( )
- Otros ( )

**Pregunta 7**

**¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de nuestro producto, señale una sola opción?**

- Funda de Plástico ( )
- Lata ( )
- Otros ( )

**Pregunta 8**

**¿Qué medio publicitario usted prefiere, señale una sola opción?**

**TELEVISION**

- Tv. OK Machala ( )

**RADIO**

- La voz de El Oro ( )
- Radio Impacto ( )
- Radio Lluvia ( )
- Canela Radio ( )
- Radio Fuego ( )

**PRENSA**

- Correo ( )
- La Opinión ( )
- El Nacional ( )

**Pregunta 9**

**¿En qué horarios usualmente usted accede a los siguientes medios de comunicación?**

- 7H00 - 12H00 ( )
- 13H00 – 18H00 ( )
- 19H00 en adelante ( )

**Pregunta 10**

**¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?**

- Si ( )
- No ( )

**Pregunta 11**

**¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa, señale una sola opción?**

- Sorteos mensuales ( )
- Descuentos personales ( )
- Producto gratis ( )



### **Anexo 3.**

#### **FORMATO DE LA ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA, DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE EMPRESAS PROCESADORAS DE EMBUTIDOS DE LA PROVINCIA DEL ORO.**

#### **ENCUESTA A OFERENTES**

Señor comerciante: La presente es una encuesta que tiene como objetivo investigar el mercado de los embutidos en la provincia de El Oro. Solicitamos se dignen dar contestación a la misma. Por su gentil ayuda expresamos nuestro agradecimiento.

#### **Pregunta 1**

##### **¿En su hogar usted comercializa embutidos?**

- Si ( )
- No ( )

#### **Pregunta 2**

##### **¿Qué tipo embutidos comercializa usted?**

- Pollo ( )
- Res ( )
- Chancho ( )

#### **Pregunta 3**

##### **¿Qué cantidad de embutidos comercializa diariamente?**

- De 1 a 10 Libras ( )
- De 10 a 15 Libras ( )
- De 16 a 20 libras ( )
- Más de 20 Libras ( )

**Pregunta 4****¿Cómo vende su negocio los embutidos?**

- Por mayor ( )
- Por menor ( )
- Por mayor y menor ( )

**Pregunta 5****¿De dónde adquiere usted los embutidos para su comercialización?**

- Cuenca ( )
- Guayaquil ( )
- Loja ( )
- El Oro ( )
- Otros ( )

**Pregunta 6****¿A qué precio vende los embutidos por libra?**

*Una libra de embutido de Pollo*

- Entre \$1,50 a \$2,00 ( )
- Entre \$2,00 a \$2,50 ( )
- Más de \$2,50 ( )

*Una libra de embutido de res*

- Entre \$1,60 a \$1,80 ( )
- Entre \$1,80 a \$2,00 ( )
- Más de \$2,00 ( )

Una libra de embutido de chancho

Entre \$1,00 a \$1,25 ( )

Entre \$1,25 a \$1,50 ( )

Más de \$1,50 ( )

## ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	6
c. INTRODUCCIÓN .....	9
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	12
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	40
f. RESULTADOS .....	44
g. DISCUSIÓN .....	67
h. CONCLUSIONES .....	191
i. RECOMENDACIONES .....	194
j. BIBLIOGRAFÍA .....	195
k. ANEXOS .....	197
ÍNDICE .....	210