



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE POLLO AHUMADO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERA COMERCIAL.

AUTORA:

AIDA ORTEGA MAFLA

DIRECTOR:

Ing. Com. GALO EDUARDO SALCEDO LÓPEZ

Loja – Ecuador

2014


Ing. Mg. Galo Salcedo López

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la tesis previa a la obtención del grado de INGENIERA COMERCIAL, del tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE POLLO AHUMADO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”**, realizado por la aspirante Aida del Carmen Ortega Mafla, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido. Por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, julio de 2014


Ing. Mg. Galo Salcedo López

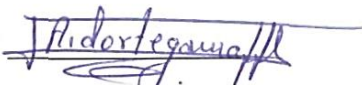
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Aida del Carmen Ortega Mafla, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Aida del Carmen Ortega Mafla

Firma: 

Cédula: 170453943-4

Fecha: Julio del 2014

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

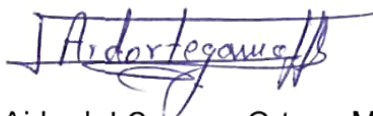
Yo, Aida del Carmen Ortega Mafla, declaro ser autora de la tesis titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE POLLO AHUMADO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”**. Como requisito para optar al grado de Ingeniera Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la 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 30 días del mes de julio del año dos mil catorce.

Firma:



Autora: Aida del Carmen Ortega Mafla

Cédula: 170453943-4

Dirección: Quito, Antonio Navarro 148 y Alpallana

Correo Electrónico: acortegamafla@hotmail.com

Teléfono: 2555127

Celular: 0984252283

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Com. Galo Eduardo Salcedo López

Tribunal de grado: Ing. Com. Lolyta Hualpa Lima

Mg. Carlos Rodríguez Armijos

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento grande a la Universidad Nacional de Loja por compartir a través de sus docentes los conocimientos que yo requería para mejorar y hacer más productiva mi pequeña empresa. Además por darme la oportunidad a través de la Modalidad de Estudios a Distancia, para organizar mí tiempo y hacer realidad mi objetivo de estudiar.

Al Ingeniero Galo Salcedo, docente de la Modalidad de Estudios a Distancia, por su paciencia para guiarme en el desarrollo del presente proyecto.

A todos mis maestros, como el Ing. Carlos Rodríguez, Doctor Luis Quishpe, Ing. Lolyta Hualpa Coordinadora de la Carrera de Administración de Empresas.

Aida del Carmen

DEDICATORIA

A Dios por haber permitido ingresar a la Universidad, y por la fortaleza para realizar mis estudios durante todo el tiempo.

A mis padres por su ejemplo y tenacidad, por el desafío que representan cada instante, a mi hermana Cumandá por insistir en que culmine mis estudios.

A mis queridos hijos Danny y Mary José por constituirse en el motivo más grande en mi vida para superarme y vencer cualquier obstáculo que se presentó durante este tiempo.

Finalmente dedico este trabajo a todas las personas que estuvieron a mi lado en diferentes etapas de mi vida.

Aida del Carmen

a. TÍTULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE
POLLO AHUMADO EMPACADO AL VACÍO Y SU
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO.**

b. RESUMEN

Una vez desarrollado el trabajo de tesis y siguiendo el esquema vigente en la Universidad Nacional de Loja se puede manifestar que el mismo tuvo como **objetivo general** realizar el Estudio de factibilidad para la elaboración de pollo ahumado empacado al vacío y su comercialización en la ciudad de Quito, del cual se deriva el tema de tesis o el literal a de este trabajo. En el literal b está el resumen, el mismo que es una recopilación de cada punto desarrollado en la tesis con datos que sustentan cada estudio; a continuación en el literal c, consta la introducción donde se exponen las razones que dan origen al tema de tesis y una revisión general del trabajo. Luego consta el literal d, donde se ha desarrollado la revisión de literatura donde se exponen las diferentes teorías de varios autores, relacionadas con el tema, luego está el punto e, **los materiales y métodos**, donde constan los métodos usados para el desarrollo de la investigación, como son el método deductivo, utilizado para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular, el método inductivo que fue utilizado luego de la observación, análisis y clasificación de los hechos, se derivan los objetivos que soluciona el problema planteado; el método estadístico que se utilizó para obtener los datos cualitativos y cuantitativos de investigación; el método analítico que fue de utilidad en el estudio de mercado y para el análisis económico y financiero. Además en este punto se exponen las técnicas utilizadas como la observación directa la mismas que sirvió para recolectar la información necesaria sobre la competencia existente del producto, y la encuesta que sirvió para determinar la oferta y demanda del producto, por ello se realizaron dos encuestas, una para la demanda aplicada a las familias de la Ciudad de Quito determinando una muestra de 400 encuestas, la segunda encuesta fue aplicada a los oferentes del producto o locales que expenden pollo ahumado en la ciudad de Quito, determinando una muestra de 337 oferentes.

Luego consta el punto f, resultados donde se puede apreciar las encuestas aplicadas a los demandantes y oferentes del producto. A continuación está el punto g, discusión, donde constan los estudios de mercado, determinando una demanda potencial 311,623 familias, una demanda real de 265,343

familias, el consumo per cápita de 17 kilos de pollo ahumado al año; una demanda efectiva de 4,143,952 kilos de pollo para el primer año, para luego determinar una oferta total de 109408, para finalmente calcular la demanda insatisfecha de 2689696 pollos ahumados de 1,5 kilos; al final del estudio de mercado se pudo establecer el plan de comercialización. Luego está el estudio técnico donde se calcula una capacidad instalada de 25200 pollos ahumados de 1,5 kilo, una capacidad utilizada del 80% que es 20160 pollos ahumados para el primer año de vida útil del proyecto, además se determinó la macro y microlocalización del proyecto y los requerimientos técnicos y humanos necesarios. Luego en el estudio organizacional se determinó que la nueva empresa será una Compañía de Responsabilidad Limitada y los empleados necesarios como el Gerente, Asesor Jurídico Secretaria contadora, Jefe de Producción, Chofer Vendedor y 2 Obreros, así mismo se elaboró el manual de funciones de cada cargo descrito. En el estudio financiero se determina la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto que es de \$ 38,540.98, los mismos que serán financiados el 48% o \$ 18.187,33 con capital propio y el 52% o \$20.000 con un crédito del Banco Nacional de Fomento a 4 años plazo con un interés del 15,20%; se determinó el costo del producto en \$ 7,81, obteniendo un margen de utilidad del 20% para establecer el precio de venta al público en \$ 9,37 para el primer año de vida útil del proyecto. En la evaluación financiera se puede determinar el VAN de \$ 36,995.54, una TIR de 48,94%, la relación beneficio costo que fue de 1,20, o 0,20 centavos por cada dólar invertido; el periodo de recuperación de capital que será de año 8 meses y 28 días, mientras que en el análisis de sensibilidad se establece que el proyecto soportará el 9,33% de incremento de los costos y el 7,46% de disminución de los ingresos.

En el punto h constan las conclusiones del proyecto, en el punto i, las recomendaciones, en el punto j la bibliografía, donde se colocan las citas de autores que se han referido en el trabajo investigativo, y finalmente k los anexos.

ABSTRACT

Once developed the thesis and following the existing scheme in the National University of Loja can manifest the same general objective is to perform the feasibility study for the production of smoked chicken vacuum packaging and marketing in Quito from which the thesis topic or paragraph a of this work is derived. In the literal b is the abstract, it is a compilation of every point discussed in this research with data supporting each study; below in paragraph c, which comprises introducing the reasons that give rise to the thesis topic and an overview of the work are given. Then d has the literal, which has developed the literature review where different theories of various authors related to the topic, and then there's the point, materials and methods, in which are the methods used for developing the exposed research, such as dedicativo method used to develop and implement research starting from an analysis of the general to the particular, the inductive method was then used in the observation, analysis and classification of facts, the objectives that solves are derived the problem posed; the statistical method used to obtain qualitative and quantitative research data; the analytical method was useful in the study of market and economic and financial analysis. Also at this point the techniques used as direct observation exposed the same that was used to collect the necessary information about the competition of the product, and the survey was used to determine the supply and demand for the product, so two surveys, one for demand applied to the families of the City of Quito determining a sample of 400 survey, the second survey was applied to the product or local suppliers that sell chicken slaughtered in the city of Quito, determining a sample of 337 bidders.

Then f has a point, where you can see results of surveys of the buyers and sellers of the product. Below is the g spot, discussion, in which are market research, determining potential demand families 311.623, 265.343 real

demand for families, per capita consumption of 17 kilos of smoked chicken a year; effective demand of 4,143,952 kilos of chicken for the first year, and then determine a total offer of 109408, and finally calculate the unmet demand for smoked chickens 2689696 1.5 kilos; endpoint market could set the marketing plan. Then there is the technical study where an installed capacity of 25200 smoked chicken 1.5 kilo capacity, capacity utilization of 80% which is 20160 smoked chickens for the first year of life of the project also determined the macro and micro localization of calculated project and the technical and human requirements needed. Then in organizational study found that the new company will be a Limited Liability Company and the necessary employees as Manager, Secretary Legal Counsel accountant, Production Manager, Driver Vendor and 2 Workers, also was drawn to the operating functions of each charge described. In the financial investment needed to study the implementation of the project is \$ 38,540.98 determined, the same to be financed 48% or \$ 18,187.33 with equity and 52% or \$ 20,000 with a loan from the National Bank Promotion to 4-year term with an interest rate of 15.20%; the product cost \$ 7.81 was determined, obtaining a profit margin of 20% to set the retail price at \$ 9.37 for the first year of project life. In the financial evaluation can determine the NPV of \$ 36,995.54, an IRR of 48.94%, the cost benefit ratio was 1.20, or 0.20 cents per dollar invested; the payback period of capital that will be year 8 months and 28 days, while in the sensitivity analysis establishes that the project will support the 9.33% increase in costs and 7.46% decrease in revenue.

At point h consist project findings at the point i, the recommendations in the literature point j, where citations of authors have referred to the investigative work, and finally k Annexes are placed.

c. INTRODUCCIÓN

El cuerpo humano presenta una respuesta natural al ingerir productos en mal estado de conservación, pudiendo presentar enfermedades que resulta de la ingestión de alimentos que contienen microorganismos (virus, bacterias, parásitos) perjudiciales vivos. Por ejemplo: Salmonella, el virus de la Hepatitis A, Triquinella spirallis.

En la ciudad de Quito, se evidencia un crecimiento importante, en materia empresarial, y el la ciudadanía requiere y exige cada vez más productos que contengan la calidad adecuada y que no sean nocivos para la salud, de ahí la importancia de preocuparse por un sector económico como es la población económicamente activa, que al pasar por lo general 8 horas diarias en actividades de trabajo, no tiene la posibilidad de consumir alimentos sanos e higiénicamente preparados, ya que a pesar de contar con los recursos económicos para hacerlo, muchas veces se ven obligados a adquirir los productos que se encuentra de primera mano y que no están elaborados de manera adecuada, este es el caso de los pollos ahumados que son un producto que en el mercado local existe, sin embargo no presenta la higiene adecuado y muchas de las veces no tiene un buen estado de conservación

Por otra parte está los altos precios a los cuales se expende en el mercado local este producto lo cual lo hace inaccesible para algunas familias de la ciudad de Quito

Con todo lo manifestado anteriormente se puede delimitar que se evidencia “La falta de una empresa que produzca pollos ahumados empacados al vacío con gran calidad higiene adecuada y precios módicos, no permiten satisfacer las necesidades alimenticias de los habitantes de la ciudad de Quito.” Por lo cual se cumplieron los siguientes objetivos específicos.

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y oferta del producto.
- Elaborar el estudio técnico para la creación de una de una empresa productora de pollo ahumado empacado al vacío y su comercialización en la ciudad de Quito, el mismo que permitirá determinar el tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada y además su localización.
- Elaborar el estudio organizacional de la empresa, el mismo que permitirá determinar el tipo de organización con su razón social y su estructura orgánica funcional.
- Estructurar el análisis financiero, a fin de conocer la inversión necesaria, los activos, el presupuesto, flujo de efectivo y realizar una evaluación económica financiera para comprobar si existe rentabilidad en el proyecto.

Para el cumplimiento de los objetivos del proyecto fue necesario desarrollar los puntos reglamentados en el esquema de la Universidad Nacional de Loja empezando por el título que se genera a partir del al problemática del proyecto, luego el resumen, donde constan de forma general cada punto de

la tesis, así mismo la introducción donde se exponen los diferentes problemas particulares que dieron origen al trabajo investigativo; luego la revisión de literatura donde se exponen las teorías de diferentes autores acerca del tema investigado. En los materiales y métodos se presentan cada uno de los materiales, métodos y técnicas utilizadas a lo largo de la investigación; a continuación consta los resultados de las encuestas tabuladas tanto de la oferta como de la demanda, las cuales permitieron desarrollar el siguiente punto, la discusión, donde constan los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero. Luego están las conclusiones establecidas a partir de los objetivos cumplidos del proyecto investigativo, a continuación constan las recomendaciones y para concluir el trabajo la bibliografía y los anexos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

Ahumado

El ahumado es una técnica de sembrar que consiste en someter alimentos a humo proveniente de fuegos realizados de maderas de poco nivel de resina. Este proceso, además de dar sabores ahumados sirve como conservador alargando la vida de los alimentos

Características

Existen dos tipos de ahumados: en frío y en caliente. En frío, el proceso dura aproximadamente de 24 a 48 horas (dependiendo del alimento) y no debe superar los 30 °C; en caliente, la temperatura debe ser mayor a los 60 °C y no superar los 75 °C. Se recomienda realizar primero el ahumado en frío y, luego, en caliente.

Esta forma de preservación de alimentos proviene de épocas remotas; posiblemente por casualidad se descubrió que los alimentos que colgaban arriba de los fogones que se utilizaban para calefacción y cocinar duraban más que los que no estaban en contacto con el humo. Este proceso de preservación se podría comparar con el salado para preservar el alimento; básicamente, se les quita la humedad a los alimentos y se les transfieren sabores.¹

¹ "Home Book of Smoke-cooking Meat, Fish & Game", Jack Sleight, Raymond Hull

² <http://es.foodlexicon.org/r0000460.php>

³ http://www.anmat.gov.ar/Cuida_Tus_Alimentos/eta.htm

Alimentos ahumados

- Embutidos: pecho del cerdo como la tocineta, panceta, jamón, chorizos, chuleta poerca hirs, etc. En el caso de la vaca: cecina, el Pastrami
- Quesos, como el queso de Gamonedo, el ahumado de Áliva (Quesucos de Liébana), Queso San Simón da Costa, una variedad del Ragusano italiano, el damski polaco o el räucherkäse alemán.
- Pescados: Salmón ahumado, Kipper
- Cervezas: Rauchbier
- Tés: Lapsang souchong
- Whiskies: Whisky escocés (algunas marcas)
- Condimentos: sal ahumada, pimentón, etc²

Pollo Ahumado

Pollo ahumado es un producto que pretende convertirse en una alternativa de agregación de valor de pequeños productores además de plantearse como estrategia dentro de los programas de alimentación dirigida a sectores en donde las condiciones de almacenamiento son nulas o precarias. El producto puede ser obtenido bajo condiciones tecnológicas mínimas que puedan ser desarrollados por pequeños productores con una inversión no pequeñas

Se obtendrá 8 piezas de cada pollo con un peso promedio de 300 gramos cada uno, condimentados y ahumados en caliente con materias primas

² <http://es.foodlexicon.org/r0000460.php>

existentes en la localidad como el romero y aserrín de roble, encina o de vid.

Materias primas e ingredientes a utilizar

Materia prima

- Piezas de pollo
- Trozos de madera y/o aserrín
- Condimentos de la zona: ajo, comino, romero

Maquinaria y equipos necesarios

- Cajón de madera con dispositivo para hacer una hoguera
- Barril
- Estructura prefabricada
- Ganglios de alambre de acero inoxidable
Cordel
- Bandejas perforadas³

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO DE INVERSIÓN

Concepto

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor

³ http://www.anmat.gov.ar/Cuida_Tus_Alimentos/eta.htm

que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.”⁴

“Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Estructura de un Proyecto de Inversión

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamientos de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

⁴MIRANDA MIRANDA, Juan José; (2009); **Gestión de Proyectos**; Sexta Edición; M & M Editores; Bogotá - Colombia; Pág. 13.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD			
ESTUDIO DE MERCADO	ESTUDIO TÉCNICO	ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN	ESTUDIO FINANCIERO

Un Proyecto ésta formada por cuatro Estudios Principales:

Estudio de Mercado

Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique, bajo ciertas condiciones, la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios en un espacio de tiempo.”⁵

“Los resultados del estudio de mercado deben dar como producto proyecciones realizadas sobre datos confiables para:

- Asegurar que los futuros inversionistas estén dispuestos a apoyar el proyecto, con base en la existencia de un mercado potencial que hará factible la venta de la producción de la empresa planeada y obtener así un flujo de ingresos que les permitirá recuperar la inversión y obtener beneficios.

⁵ MIRANDA MIRANDA, Juan José ; *Op. Cit*, Pág. 34.

- Poder seleccionar el proceso y las condiciones de operación, establecer la capacidad de la planta industrial y diseñar o adquirir los equipos más apropiados para cada caso.
- Contar con datos necesarios para efectuar estimaciones económicas.

Uno de los factores más críticos en el estudio de proyecto es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitos.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial.

Metodológicamente, los aspectos que se deben estudiar en el Estudio de Mercado son:

- El consumidor del mercado y del proyecto, actuales y proyectados.
- La tasa de demanda del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- El servicio del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del servicio del proyecto

El Consumidor: El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias,

hábitos de consumo, motivaciones, entre otros, de manera tal de obtener un perfil sobre el cual puede basarse la estrategia comercial.

La Demanda: La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de servicios que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado. Debe ser cuantificada en unidades físicas. La demanda se tiene que estudiar de la siguiente forma:

Distribución y tipología de los consumidores: En el proyecto se tiene que señalar las características de los clientes que demandan y/o demandarán (comprarán) el servicio (edad, sexo, cantidad, ubicación geográfica, nivel de instrucción, status social, etc.).

Comportamiento actual: Se tiene que identificar a los demandantes del servicio, cuántas unidades de productos están en capacidad de adquirir y señalar la frecuencia de compra: anual, mensual o diaria.

Fracción de la demanda que atenderá el proyecto: Indicar la demanda estimada a cubrir por el proyecto y justificar el mercado a abarcar.

Factores que condicionan la demanda futura: Señalar y explicar los factores que condicionan el consumo de los servicios contemplados en el

proyecto. (Ejemplo: precio, calidad, importaciones, políticas económicas, durabilidad, presentación, poder adquisitivo de la población, etc.)”.⁶

La Oferta:

“La oferta es la cantidad de un servicio que llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a qué compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros). La oferta se tiene que estudiar de la siguiente forma:

Distribución y tipología de los oferentes: Señala dónde se encuentran localizados, las principales características de la competencia, indicando mecanismos que se utilizan para lograr la satisfacción del cliente, servicios que ofrecen, cantidad de servicios que venden anual, mensual o diariamente, mercado que abarcan, precios que ofertan.

Comportamiento actual: Indica los factores que influyen en el comportamiento de la oferta, por ejemplo: si es estacional, políticas de venta de la competencia, etc.

Factores que condicionan la oferta futura: Menciona los factores que limitan o favorecen el aumento o disminución de la oferta en el mercado.

⁶ MIRANDA MIRANDA, Juan José ; *Op. Cit.*; Pág. 35.

El Servicio:

Para poder llevar a cabo el estudio del servicio en un proyecto de inversión se tienen que llevar a cabo los siguientes pasos:

Identificación (es) del servicio (s): Se realiza mediante una descripción exacta de las características de los bienes y servicios, indicando nombres de los mismos y los fines a los que se destina(n).

Especificaciones técnicas: Las especificaciones que se tienen que tomar en cuenta son las que se indican en las Normas de Calidad, que regulan las características y calidad del servicio, además de especificar toda la información requerida para su presentación.

Durabilidad: Se hace referencia a la vida útil del servicio, es decir periodo de vida. (Indicar si es perecedero, no perecedero).

Productos sustitutivos o similares: Estos son los productos que existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades que se consideran en el proyecto.

Productos complementarios: Son aquellos que se deben considerar en el proyecto, para satisfacer los requerimientos del cliente. Ejemplo: producto elaborado Cama, el producto complementario el colchón.

Precio del Producto: Se tiene que especificar los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia, lo cual lograría una visión general del comportamiento del producto en el mercado.

Comercialización: Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el

consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el producto y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de comercialización que guíen las negociaciones. (Ejemplo: Ventas a Créditos, Ventas con Descuentos, Políticas de Cobranzas y servicios postventa, etc.).

Estudio Técnico

En el estudio de la viabilidad financiera de un proyecto el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

Técnicamente pueden existir diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir en función de su grado de perfección financiera, normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.”⁷

“Uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. Aquí se podrá obtener la información de las necesidades de capital mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

En particular, del estudio técnico deberán determinarse los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión

⁷ SAPAG CHAIN, Nassir; (2009); *Preparación y Evaluación de Proyectos*; Séptima Edición; Editorial McGraw Hill; México D. F.; Pág. 53.

correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se podrá determinar su imposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación, en consideración de las normas y principios y administración de la producción.

Si al análisis de estos mismos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por nivel de especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera se deberán deducir los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de los equipos. De acuerdo a lo planteado anteriormente se puede explicar el Estudio Técnico como:

Capacidad Instalada: Es aquella que indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

Capacidad utilizada: Se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

Procesos y Tecnologías: Son las tecnologías existentes y disponibles para los procesos productivos.

Descripción del Proceso Productivo: Describir todas las etapas que conforman el proceso productivo de cada uno de los productos.

Maquinaria, Equipos y Herramientas existentes: Son las maquinarias, equipos de transporte, herramientas, vehículos, etc., necesarios para llevar a cabo los objetivos del proyecto.

Descripción de las Instalaciones Necesarias: Se describen los requerimientos del terreno, especificando: tenencia de la tierra, tamaño, valor, vía de acceso, adecuación para el tipo de actividad que en él se realizará, problemas que presenta, servicios básicos (agua, luz, teléfono, etc.), descripción de la infraestructura y construcción indicando características, valor, tamaño y ubicación.

Distribución Física: Se indica la distribución física de maquinarias y equipos dentro de la empresa, para establecer el tamaño y la localización de las áreas industriales dedicadas a recepción de insumos, producción, servicios auxiliares, almacenamiento e intercomunicación de la planta.

Factores que determinan la Localización: Los factores que inciden más vigorosamente son:

- Ubicación del mercado de consumo.
- La localización de las fuentes de materia prima.
- Disponibilidad y características de la mano de obra.

- Facilidades de transporte y vías de comunicación adecuadas
- Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustible
- Disposiciones legales, fiscales o de política de localización de la industria manufacturera
- Disponibilidad de servicios públicos, agua, teléfono, vialidad, infraestructura, eliminación de desechos.

Insumos Requeridos: Los distintos tipos de insumos (materia prima y otros materiales) que se utilizarán por producto, en cada etapa del proceso productivo, señalando: características, calidad, durabilidad.

Requerimiento de Personal y Costo: La mano de obra requerida para lograr los objetivos del proyecto, son de cantidad, calificación, modalidad de contratación, sueldo, beneficios.

Organización: Se tiene que indicar la Estructura Organizativa de la Empresa, es decir en lo que se refiere a los recursos humanos disponibles para administrar el proyecto.”⁸

Estudio Organizacional

“Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizar la empresa cuando el proyecto esté en operación”⁹

⁸SAPAG CHAING, Nassir; *Op. Cit.*; Págs. 55 - 57.

Estructura Organizativa

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

- Acta Constitutiva
- Razón Social o Denominación
- Domicilio
- Objeto de la Sociedad
- Capital Social
- Tiempo de Duración de la Sociedad
- Administradores

Estructura Administrativa

Es una parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura administrativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asimilar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La estructura administrativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.”¹⁰

a) “Niveles Jerárquicos de Autoridad: Están definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la Ley de Compañías en

⁹ ANZOLA ROJAS, Sérvulo; (2007); *Administración de Pequeñas Empresas*, Sexta Edición; Editorial Mc Graw Hill, México D. F.; Pág. 83.

¹⁰ Ibidem.

cuanto a la administración, más los que son propios de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel Legislativo-Directivo

Nivel Ejecutivo

Nivel Asesor

Nivel de Apoyo

Nivel Operativo

b) Organigramas: Esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea, entre los principales tenemos: funcional y estructural.

Manual de Funciones

“Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa.

Los trabajadores podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique

cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.”¹¹

Modelo de un Manual de Funciones

Código:

Título del Puesto:

Nivel que Pertenece:

Naturaleza del Trabajo:

Funciones Típicas:

Características de la Clase:

Requisitos Mínimos:

ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil del proyecto.”¹²

¹¹ BYARS LLOYD, L., y LESLIES W. Rue; (2008); *Gestión de Recursos Humanos*; Quinta Edición; Editorial Irwin; Madrid España; Págs. 102 - 103.

¹² Estupiñán Gaitán Orlando, Análisis financiero y de gestión, 2da Edición Eco Ediciones

FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

INVERSIÓN

Una **inversión**, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.

PASIVO

Los pasivos representan lo que la institución adeuda a otros en la forma de compromisos monetarios o como obligaciones para proporcionar bienes o servicios en el futuro.¹³

PATRIMONIO

El patrimonio se encontrará compuesto tanto de un pasivo como de un activo. A través del activo quedarán representados todos aquellos bienes del mismo propietario, los reales, los de créditos y por su lado, el pasivo es aquel sobre el cual recaerán las deudas, obligaciones y todos los cargos en general.

PREVISIONES

Previsión es la **acción de prever** (conjeturar lo que va a suceder a través de la interpretación de indicios o señales; ver con anticipación; preparar medios para futuras contingencias).

¹³ Estupiñán Gaitán Orlando, Análisis financiero y de gestión, 2da Edición Eco Ediciones

ACTIVOS

Se considera activo a aquellos bienes o derechos que tienen un beneficio económico a futuro y se pueda gozar de los beneficios económicos que otorgue. Eso no significa que sea necesaria la propiedad ni la tenencia ni el dinero. Los activos son un recurso o bien económico propiedad de una empresa, con el cual se obtienen beneficios.

ACTIVO FIJO

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos.¹⁴

ACTIVO DIFERIDO

Son las inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos que se requieren para la puesta en marcha de una empresa.

ACTIVO CIRCULANTE

Los activos circulantes son **bienes** y **derechos** de una empresa que se caracterizan por su liquidez.

Esto quiere decir que las compañías disponen de estos activos de manera líquida en el momento o que podrán hacerlo dentro del ciclo normal de producción.

A mayor cantidad de activos líquidos, mayor liquidez.

¹⁴Estupiñán Gaitán Orlando, Análisis financiero y de gestión, 2da Edición Eco Ediciones

DEPRECIACIÓN

La depreciación es la disminución del valor de un activo fijo producido por el paso del tiempo debido al desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, y tributario.

AMORTIZACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN

Es el término contable utilizado para registrar la distribución del valor de un bien de larga o corta duración en varios periodos equivalentes a los años de su vida útil.

AMORTIZACIÓN

La obligación de devolver un préstamo recibido de un banco es un pasivo, cuyo importe se va reintegrando en varios pagos diferidos en el tiempo. Una parte de capital que se cancela en cada uno de esos pagos es una amortización.

COSTO

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

CLASE COSTOS

Los costos pueden ser clasificados de acuerdo con el enfoque que se les dé.

Tipos de Costos de acuerdo con la función en la que se incurren:

- **Costos de producción:** Estos *tipos de costos*, son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados. Se subdividen en:
- **Costos de materia prima:** Es el costo de materiales integrados al producto.
- **Costos de mano de obra:** Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto. O sea los que derivan de: el tiempo que intervienen los individuos que trabajan de manera específica en la fabricación de un producto o en la prestación de un servicio.
- **Gastos indirectos de fabricación:** Son los costos que intervienen en la transformación de los productos, con excepción de la materia prima y la mano de obra directo. Por ejemplo, el sueldo del supervisor.
- **Costos de distribución o venta:** “Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar los productos terminados, desde la empresa hasta el consumidor. Se incurren en la promoción y venta de un producto o servicio. Por ejemplo, publicidad, comisiones”¹⁵.
- **“Costos de administración:** Son los que se originan en el área administrativa, o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Como pueden ser sueldos, teléfono, oficinas generales, etc.

¹⁵ Estupiñán Gaitán Orlando, Análisis financiero y de gestión, 2da Edición Eco Ediciones

- **Costos financieros:** Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento. Incluyen el costo de los intereses que la compañía debe pagar por los préstamos, así como el costo de otorgar crédito a los clientes.
- **Tipos de Costos** de acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto:
- **Costos directos:** Estos *tipos de costos* son los que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas, o también como nos indica Polimeni, Fabozzi y Adelberg son aquellos que la gerencia es capaz de asociar con los artículos o áreas específicos.
- **Costo indirecto:** Son aquellos costos que no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas. Asimismo, este tipo de costos, son aquellos comunes a muchos artículos y, por tanto, no son directamente asociables a ningún artículo o área.”¹⁶

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, en términos es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Hallar el punto de equilibrio es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos.

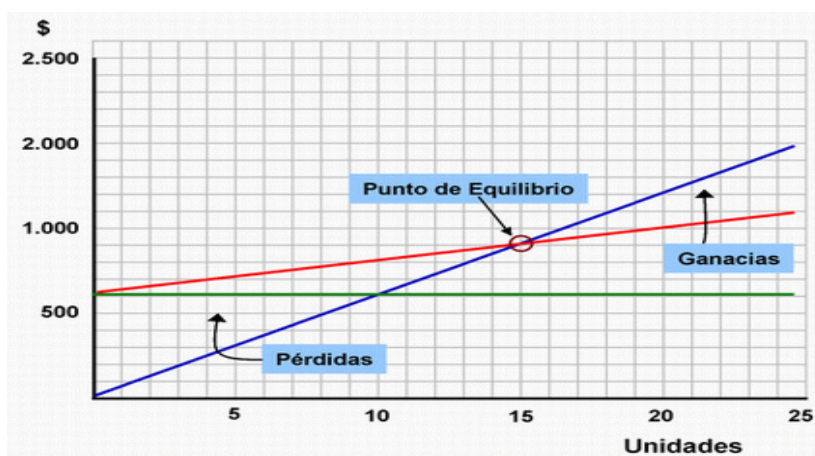
¹⁶<http://www.promonegocios.net/costos/tipos-costos.html> Barfield, Raiborn y Kinney, “Contabilidad de Costos Tradiciones e Innovaciones”

Mientras que analizar el punto de equilibrio es analizar dicha información para que en base a ella podamos tomar decisiones.

Hallar y analizar el punto de equilibrio nos permite, por ejemplo:

- obtener una primera simulación que nos permita saber a partir de qué cantidad de ventas empezaremos a generar utilidades.
- conocer la viabilidad de un proyecto (cuando nuestra demanda supera nuestro punto de equilibrio).
- saber a partir de qué nivel de ventas puede ser recomendable cambiar un Costo Variable por un Costo Fijo o viceversa, por ejemplo, cambiar comisiones de ventas por un sueldo fijo en un vendedor.

PUNTO DE EQUILIBRIO



ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y de los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

“El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

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. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.¹⁷

EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN

Es el proceso de búsqueda y hallazgo de una solución inteligente al planteamiento de un problema con la intención de resolver unas de muchas necesidades humanas ya que tal acción debe tomarse con una base de decisión que justifique la aplicabilidad del proyecto, dado que la limitación de los recursos disponibles obligue a destinarlos conforme su mejor aprovechamiento.

EVALUACIÓN ECONÓMICA

“La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado”.¹⁸

¹⁸ INFANTE, Arturo. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Norma, 1992

Se vale de algunos métodos matemáticos los cuales intentan tomar el valor del dinero a través del tiempo dentro de estos tenemos:

Valor Presente o Actual Neto (VAN): Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, por lo que es conveniente invertir en esa alternativa. Para obtener el VAN de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una Tasa de Descuento que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro medio de inversión.

Fórmula: $VAN = \sum \text{Flujo Neto Actualizado} - \text{Inversión}$

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR): Definido como la Tasa interna de retorno de una inversión para una serie de valores en efectivo. La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la Inversión Inicial del proyecto y cuáles serán los Flujos de Ingreso y Costo para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

$$\text{Fórmula: } TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{Menor}}{VAN_{Menor} - VAN_{Mayor}} \right)$$

Relación Beneficio Costo (B/C): Se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos. Específica el beneficio que el proyecto proporciona a los accionistas por cada dólar invertido en el mismo.

$$\text{Fórmula: R B/C} = \frac{\text{IngresosActualizados}}{\text{EgresosActualizados}}$$

Periodo de Recuperación de la Inversión: Consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial. Comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original; es una medida de la rapidez en que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Las mejores inversiones son aquellas que tienen un periodo de recuperación más corto.

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

Análisis de la Sensibilidad del Proyecto: Se refiere a la medición de las variaciones de la rentabilidad, así como a la evaluación comparativa entre los resultados obtenidos, de manera tal, que pueda determinarse un indicador que permita conocer cuál es el factor que más afecta o condiciona la rentabilidad de la inversión. Fórmulas:

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \text{Dif. TIR} / \text{TIR del Proyecto}$$

$$\text{Coeficiente de Sensibilidad} = \text{Porcent. Var.} / \text{Nueva TIR}^{19}$$

¹⁹ BACA URBINA, Gabriel; (2008); *Evaluación de Proyectos*; Quinta Edición; Editorial McGraw Hill; Colombia; Págs. 197 - 199.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el presente trabajo investigativo fue necesaria la utilización de distintos materiales, los cuales se describen a continuación.

MATERIALES

- Libros
- Computadora
- Esferográficos
- Pendrive
- Internet
- Hojas papel
- Calculadora
- Impresora

Así mismo se utilizaron algunos métodos y técnicas que a continuación constan

MÉTODOS

Los métodos utilizados permitieron el desarrollo de cada uno de los estudios desarrollados a lo largo del presente trabajo de tesis. Estos métodos se detallan a continuación.

MÉTODO DEDUCTIVO.

El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como

principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Este método se utilizó para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitió realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de producción de pollo ahumado empacado al vacío. Y ayudó a determinar de qué forma están estructuradas estas empresa de este tipo, cual es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia, hasta llegar a determinar la factibilidad de la empresa de elaboración de pollo ahumado empacado al vacío en la Ciudad de Quito.

MÉTODO INDUCTIVO.

El método inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Este método fue utilizado luego de la observación, análisis y clasificación de los hechos, se derivan los objetivos que solucionan el problema planteado, sobre la falta de empresas productoras de pollo ahumado.

MÉTODO ESTADÍSTICO.

El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

Este método permitió seguir los procedimientos para obtener los datos cualitativos y cuantitativos de investigación, ayudó en la organización, tabulación, análisis e interpretación de los resultados que se obtuvieron en las encuestas.

MÉTODO ANALÍTICO.

Es aquél que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de sus elementos por separado.

Este método se utilizó para analizar los datos provenientes de las encuestas y así determinar los diferentes componentes del estudio de mercado, técnico, organizacional y el análisis económico y financiero.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN DIRECTA

La observación directa es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno tomar información y registrarla para su posterior análisis.

Por medio de esta técnica se recolectó la información necesaria sobre la competencia existente del producto a ofertarse en este caso pollo ahumado empacado al vacío.

ENCUESTA.

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opciones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la

entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.

Esta técnica se aplicó después de obtener la muestra a las personas de la población económicamente activa de la Ciudad de Quito según el censo del INEC del censo 2010 y de la Secretaría General de Planificación, la ciudad de Quito.

POBLACIÓN.

La población activa son las familias de la ciudad de Quito tomando como base el número de habitantes que según datos obtenidos del INEC del censo 2010 y de la, la ciudad de Quito que es de 1,619.146 habitantes con tasa de crecimiento del 1,51%.

PROYECCIÓN

Se procede a realizar la proyección sabiendo que la población de la ciudad de Quito es de 1,619.146 habitantes.

FÓRMULA PARA LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la proyección de la población se tomó la tasa de crecimiento de la ciudad de Quito del 1,51%.

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

Dónde:

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

$$pf = 1,619.146 (1+0.0151)^3 = 1693606 \text{ habitantes}$$

Se estima que la población de la ciudad de Quito para el año 2013 es de 1693606 habitantes, este dato se lo divide para 5 miembros que conforma una familia, se obtiene 338721 familias en la ciudad, población que será considerada para el estudio de mercado del presente proyecto

TAMAÑO DE LA MUESTRA.

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño total de la población

E = Error máximo permisible para la estimación del parámetro (5%).

$$n = \frac{338721}{1 + (0,05)^2 338721}$$

$$n = \frac{338721}{1 + 846.80}$$

$$n = \frac{338721}{847.80}$$

$$n = 399.53$$

$$n = 400$$

Se tomará como muestra 400 familias de la ciudad de Quito

POBLACIÓN OFERTA

Para establecer la oferta se tomara en cuenta los locales de la ciudad de Quito que expenden pollo faenado, dato que según el Ilustre Municipio de Quito son 2131 locales dedicados a la venta de este producto en el año 2013. Para la proyección se tomará en cuenta la tasa de crecimiento de los negocios den la Ciudad de Quito, que es de 7% según datos de Municipio de la ciudad. Por ello se debe determinar una muestra para establecer la oferta, mediante la siguiente fórmula

$$n = \frac{2131}{1 + (0,05)^2 2131}$$

$$n = \frac{2131}{1 + 1384,8875}$$

$$n = \frac{2131}{212,78}$$

$$n = 336,78$$

$$n = 337$$

f. RESULTADOS

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES

Pregunta 1. ¿Cuántas personas conforman su familia?

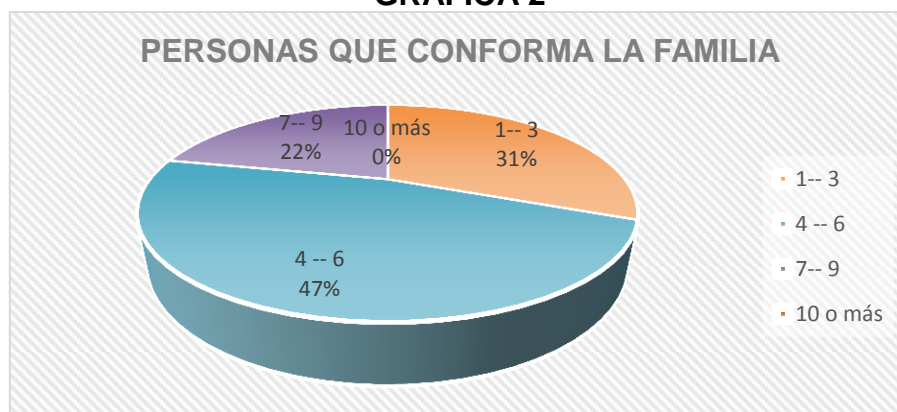
CUADRO 1
PERSONAS QUE CONFORMA LA FAMILIA

DETALLE	FRECUENCIA	%
1-- 3	124	31
4 -- 6	189	47
7-- 9	87	22
10 o más	0	0
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos el 47% de encuestados conforman su familias de 4 a 6 personas, el 31% están conformadas de 1 a 3 personas, el 22% de 7 a 9 personas, determinando la mayorías de familias están con formadas de 4 a 6 personas. Como se puede verificar la cantidad de integrantes de familia es de 4 a 6, lo cual coincide con el dato de 5 miembros de familia que se obtuvo del INEC.

Pregunta 2. ¿Cuál es el ingreso promedio en dólares?

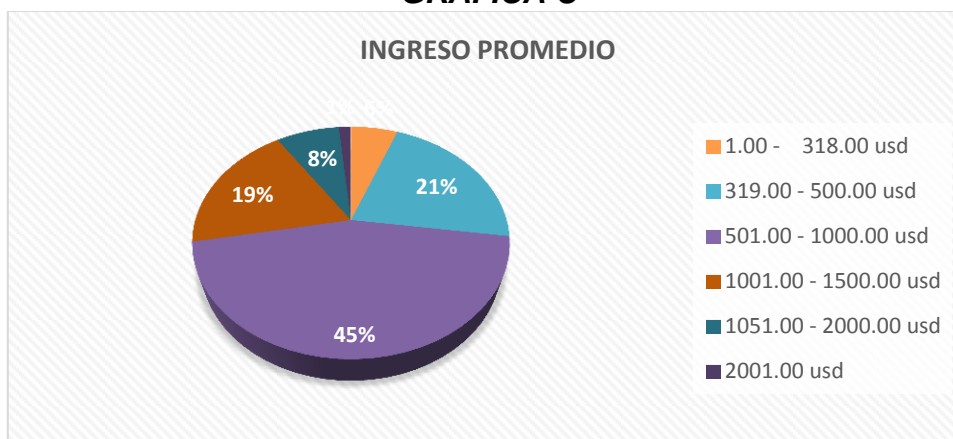
**CUADRO 2
INGRESO PROMEDIO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
1.00 - 318.00 usd	23	6
319.00 - 500.00 usd	86	22
501.00 - 1000.00 usd	179	45
1001.00 - 1500.00 usd	75	19
1051.00 - 2000.00 usd	31	8
2001.00 usd	6	2
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos el 45% mantienen ingresos de 501.00 a 1000.00 usd, el 22% de 319,00 a 500,00 usd, el 19% de 1001,00 a 1500,00 usd, el 8% de 1501,00 a 2000,00 usd, el 6% de 1,00 a 318 usd y el 2% de 2001 usd en adelante. Determinando que la mayoría mantienen un buen nivel de ingreso. Como se puede analizar de los resultados la mayor parte de la población tiene ingresos que están en el rango de quinientos a mil dólares, ya que es el valor promedio que las familias de la ciudad obtienen mediante sus ingresos

Pregunta 3. ¿En su alimentación consume carne de pollo?

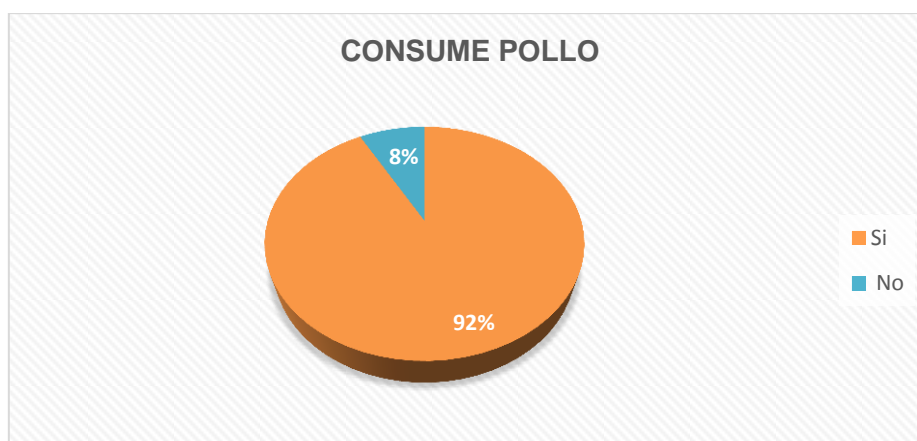
CUADRO 3
CONSUME POLLO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	368	92
No	32	8
TOTAL	400	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos el 92% de encuestados manifiestan que si consumen pollo en su dieta alimenticia por ser más sano y nutritivo, el 8% no consumen pollo por preferencias a otro tipos de carnes en su dieta alimenticia. Por lo observado se puede analizar que la mayor parte de personas consumen carne de pollo, esto por salud ya que esta carne que es más sana que las demás que existen en el mercado.

Pregunta 4. ¿Cuál es el pollo de su preferencia?

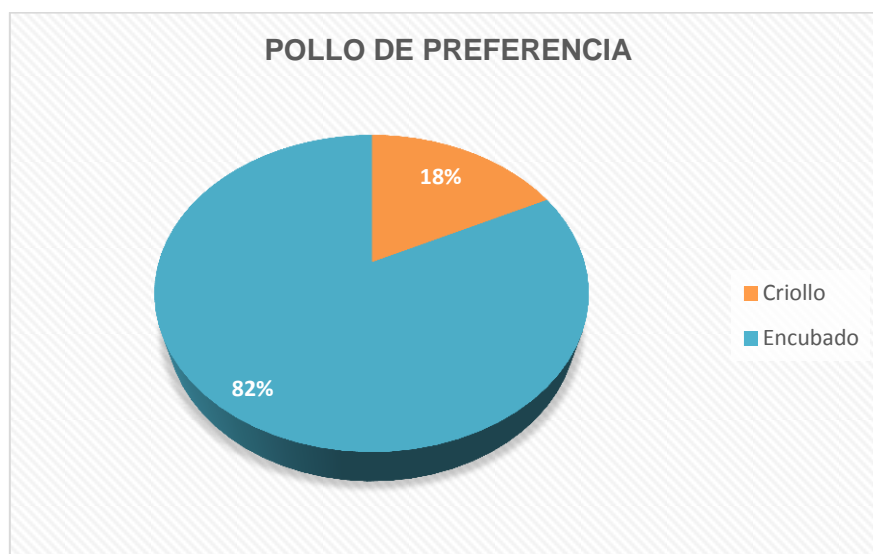
CUADRO 4
POLLO DE PREFERENCIA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Criollo	65	16
Encubado	303	76
TOTAL	368	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 76% de encuestados prefieren consumir pollo encubado por ser más sabroso e inclusive menos costoso que el pollo criollo, mientras que el 16% consumen pollo criollo. Como se puede analizar por razones de sabor el pollo encubado tiene mayor aceptación por parte de los consumidores.

Pregunta 5. ¿Consume en su hogar pollo ahumado?

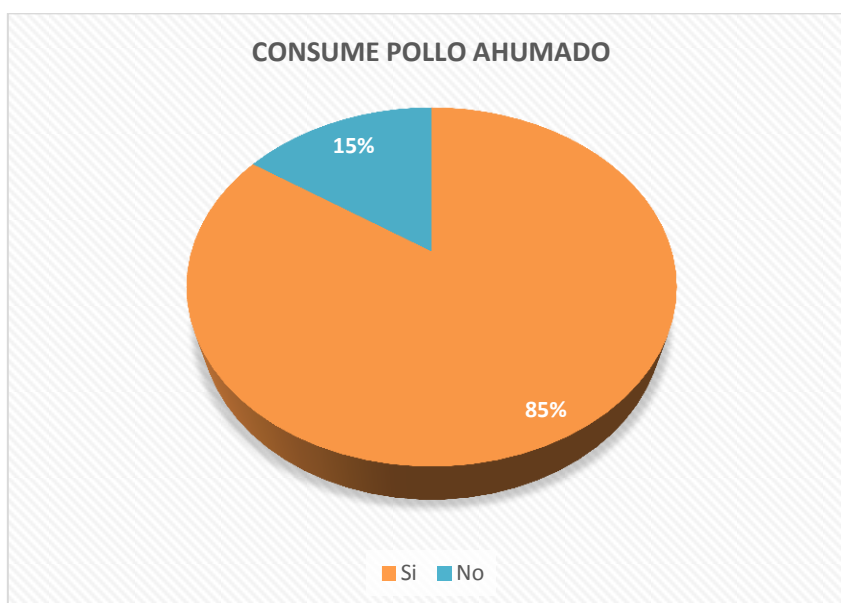
**CUADRO 5
CONSUME POLLO AHUMADO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	258	85
No	45	15
TOTAL	303	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 85% de encuestados manifiestan que si consumen pollo ahumado por ser sabroso y rápido para su preparación, el 15% manifiestan no consumen pollo ahumado y prefieren el pollo normal. De lo que se puede analizar el pollo ahumado por su sabor tiene gran preferencia en la ciudadanía de la ciudad de Quito.

Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia adquiere pollo ahumado en su hogar?

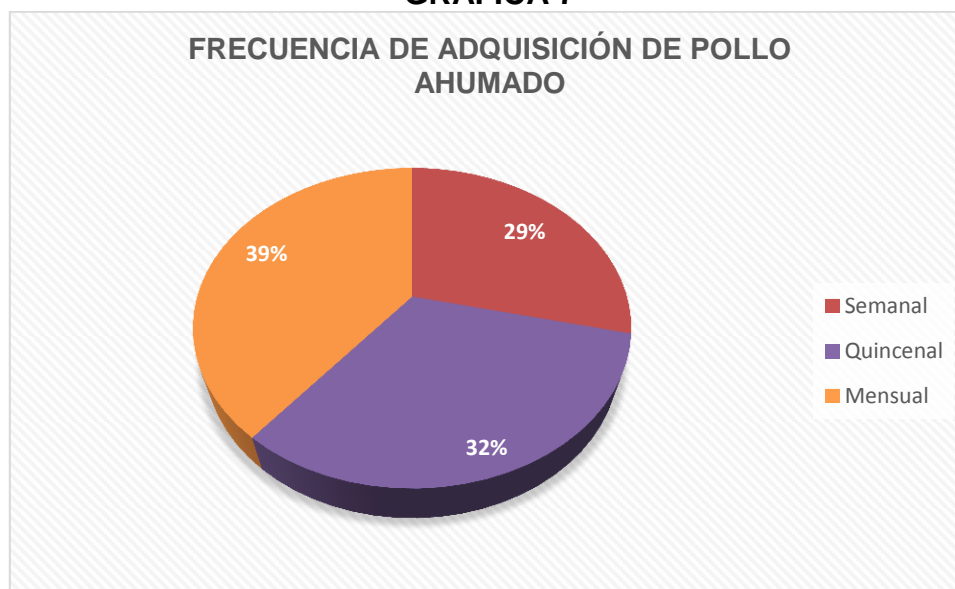
**CUADRO 6
FRECUENCIA ADQUIERE POLLO AHUMADO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Semanal	74	29
Quincenal	83	32
Mensual	101	39
TOTAL	258	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 39% manifiesta que adquieren pollo ahumado mensualmente para consumirlo en ocasiones especiales, el 32% consumen cada 15 días por variar sus comidas, el 29% semanal por ser delicioso. Por lo observado se analiza que la mayor parte de familias consumen mensualmente este producto por razones de salud.

Pregunta 7. ¿Qué razones considera para adquirir el producto ?

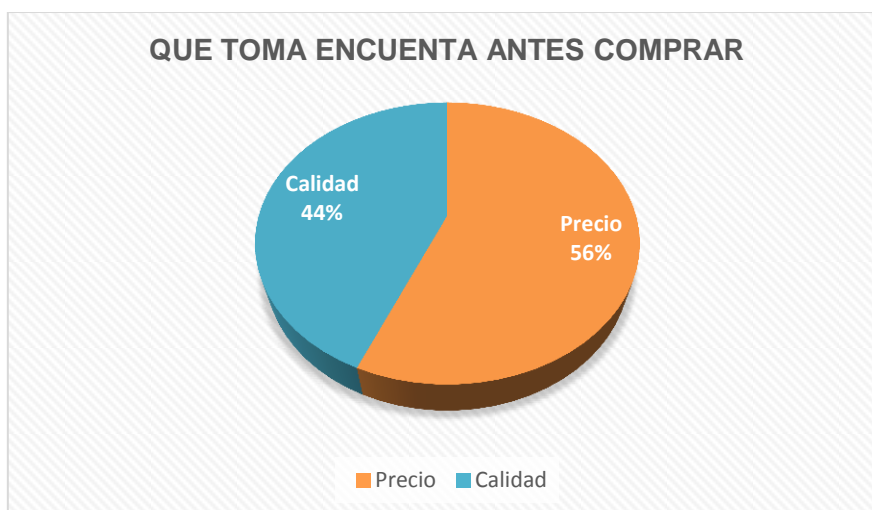
**CUADRO 7
RAZONES PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Precio	255	56
Calidad	197	44

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 44% manifiestan que toman en cuenta antes de adquirir el producto la calidad ya que es un factor muy importante para poder consumir el producto, el 56% manifiesta que el precio también es un factor muy importante a la hora de adquirir el producto. Como se puede analizar en el producto siempre necesitar ser de calidad sin embargo al ser un producto de consumo masivo se toma en cuenta mayormente el precio.

Pregunta 8. ¿A qué precio compra el kilo de pollo ahumado?

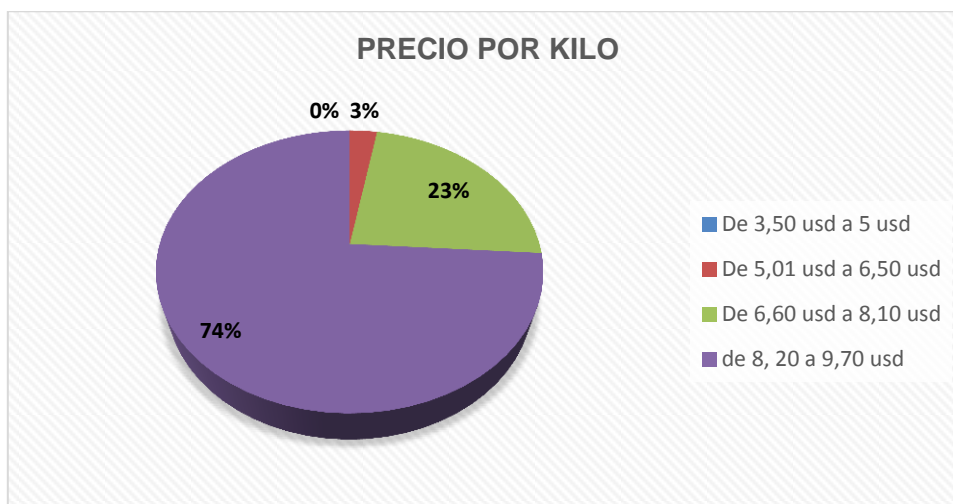
**CUADRO 8
PRECIO POR KILO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 3,50 usd a 5 usd	0	0
De 5,01 usd a 6,50 usd	7	4
De 6,60 usd a 8,10 usd	53	23
de 8, 20 a 9,70 usd	198	73
TOTAL	258	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 74% manifiesta que adquieren el kilo de pollo ahumado en un precio De 8, 20 a 9,70 usd, el 23% manifiesta que adquieren De 6,60 usd a 8,10 usd, el 4% adquieren De 5,01 usd a 6,50 usd, esto siempre depende también de la presentación de la venta del producto. El pollo ahumado tiene un valor de 8 a 10 dólares en el mercado por ello se puede evidenciar esto en el cuadro anterior.

Pregunta 9. ¿Qué cantidad de pollo ahumado consume mensualmente en su familia?

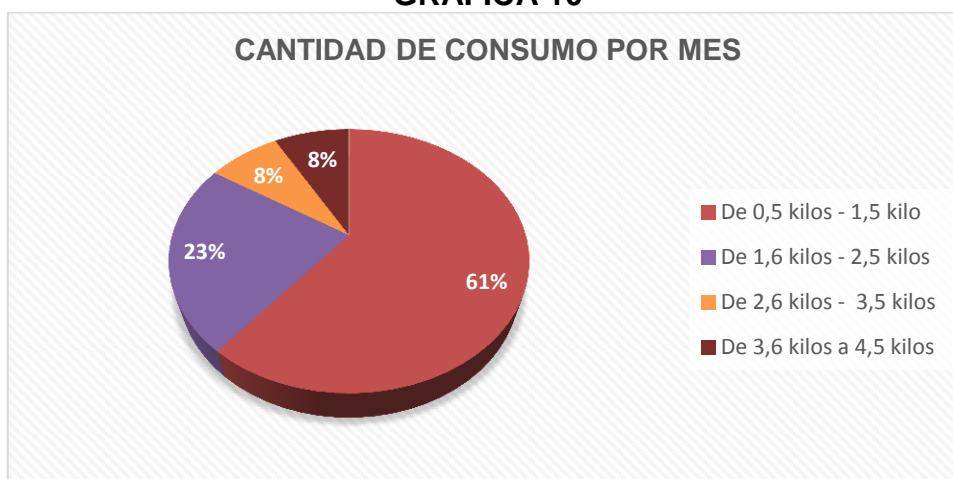
**CUADRO 9
CANTIDAD DE CONSUMO POR MES**

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 0,5 kilos - 1,5 kilo	157	61
De 1,6 kilos - 2,5 kilos	60	23
De 2,6 kilos - 3,5 kilos	20	8
De 3,6 kilos a 4,5 kilos	21	8
TOTAL	258	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 23% manifiesta que consumen De 1,6 kilos - 2,5 kilos de pollo ahumando por mes por ser de un sabor y que a toda su familia le gusta, el 61% De 0,5 kilos - 1,5 kilo de pollo ahumado porque son familias pequeñas, el 8% De 2,6 kilos - 3,5 kilos, y también el 8% De 3,6 kilos a 4,5 kilos y más siempre dependiendo de la cantidad de familia y fecha especial.

Pregunta 10. ¿Dónde adquiere Ud. El pollo ahumado?

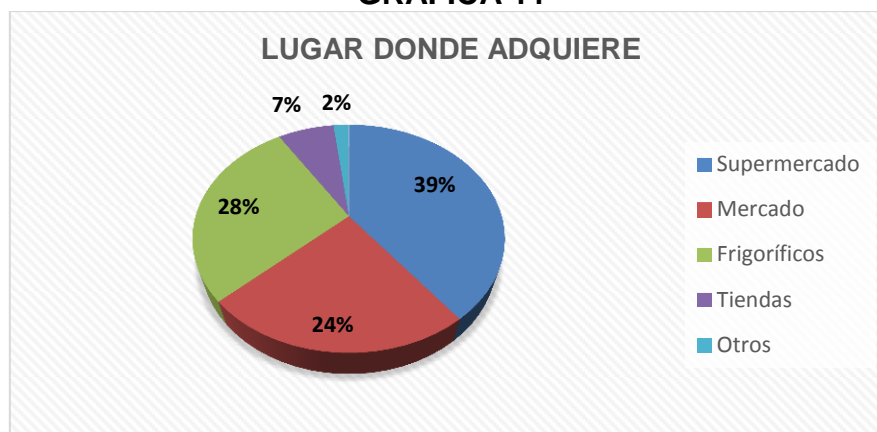
**CUADRO 10
LUGAR DONDE ADQUIERE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Supermercado	102	40
Mercado	61	24
Frigoríficos	72	28
Tiendas	18	7
Otros	5	2
TOTAL	258	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos el 40% de encuestados adquieren el pollo ahumado en supermercados por ser lugares que encuentra variedad de productos y tienen registro sanitario, el 28% en frigoríficos, el 24% en los mercados, el 7% en tiendas de barrios porque se encuentran cercas a sus hogares, el 2% adquieren en otros lugares.

Pregunta 11. ¿Qué opina de la calidad de pollo ahumado que consume?

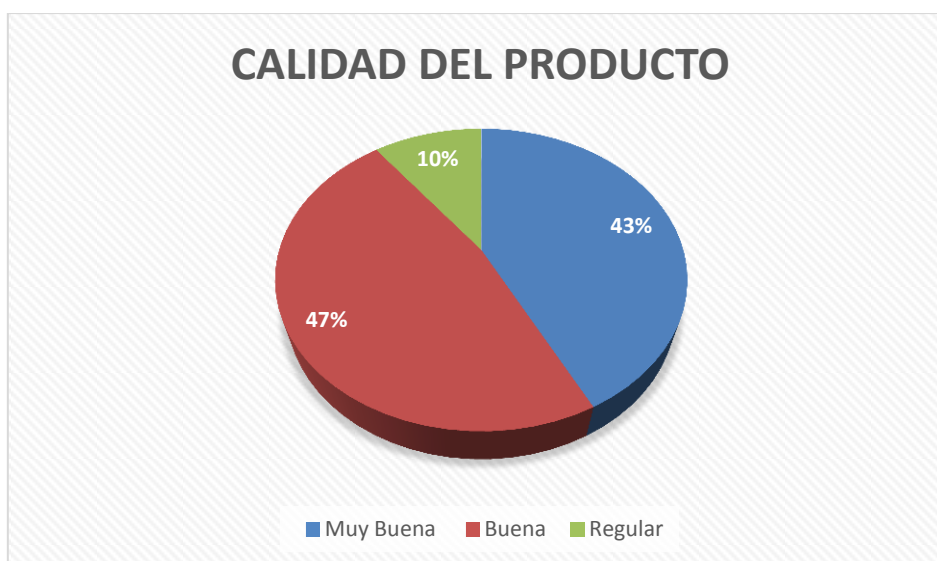
CUADRO 11
CALIDAD DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Muy Buena	132	42
Buena	147	47
Regular	32	10

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 47% manifiestan que la calidad del pollo que consumen es buena y sobre todo un buen sabor, el 43% manifiestan que la calidad es muy buena ya que tienen un buen sabor son bien cocinados, el 10% que es regular.

Pregunta 12. ¿Por qué medio se enteró de la existencia de la empresa de pollo ahumado que Ud. Consume?

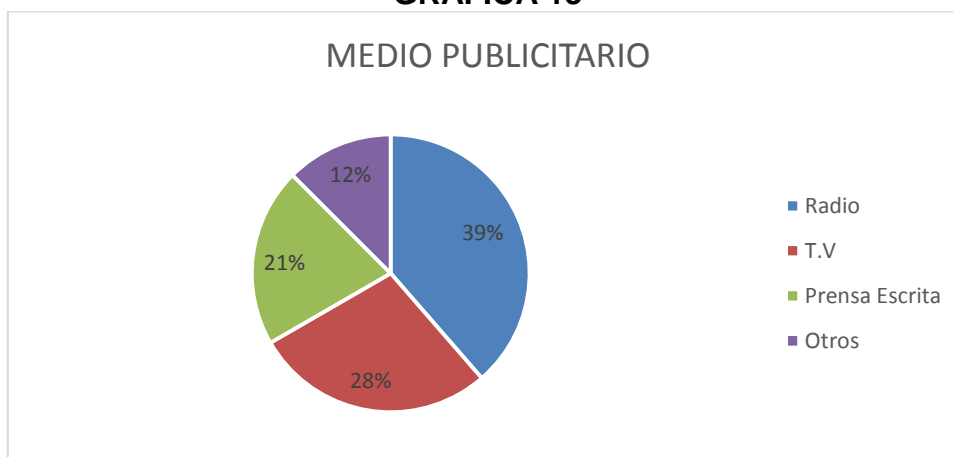
**CUADRO 12
MEDIO PUBLICITARIO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Radio	139	39
T.V	101	28
Prensa Escrita	75	21
Otros	45	13

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 39% de los encuestados manifiesta que se enteraron de la empresa de pollo ahumado por la radio, el 28% manifiesta que fue mediante la televisión, el 21% manifiestan que fue mediante la prensa escrita, y el 13% mediante otros medios, como hojas volantes, afiches etc.

Pregunta 13. ¿Si se creara una empresa dedicada a la elaboración de pollo ahumado empacado al vacío de buena calidad, que tenga buen precio. ¿Usted estaría dispuesto a adquirir el producto?

CUADRO 13
ACEPTACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	243	94
No	15	6
TOTAL	258	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 94% manifiestan que si adquirirían a la nueva empresa pollo ahumado dependiendo de su sabor y precio que cumplan con reglas establecidas para la preparación del pollo ahumado, el 6% manifiestan que no adquirirían el producto a la nueva empresa.

Pregunta 14. ¿Qué tipo de envase le gustaría para el pollo ahumado?

CUADRO 14
TIPO DE ENVASE

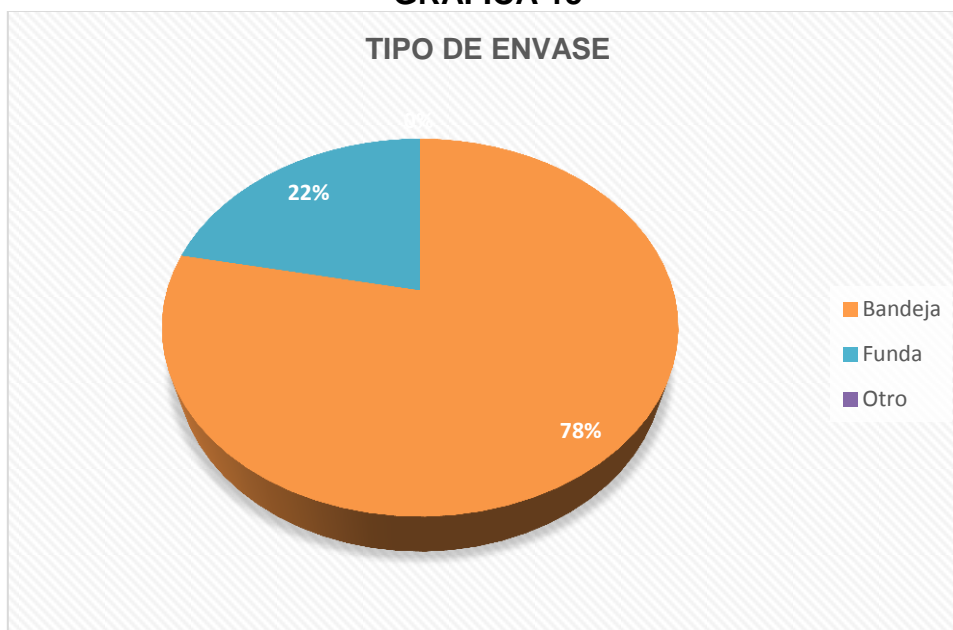
DETALLE	FRECUENCIA	%
Bandeja	190	78
Funda	53	22
Otro	0	0
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 15

TIPO DE ENVASE



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 74% manifiestan que preferirían bandeja por ser una presentación que mantiene al producto más fresco, el 22% manifiestan que en funda por ser de menos costo.

Pregunta 15. ¿Conoce Ud. Los beneficios del producto sellado al vacío?

CUADRO 15

BENEFICIOS DE SELLADO AL VACÍO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	189	78
No	54	22
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos el 78% manifiestan que si conocen los beneficios del sellado al vacío y que si sería beneficioso que el producto se vende en esa presentación, el 22% no conocen los beneficios del sellado al vacío.

Pregunta 16. ¿Qué medio publicitario prefiere?

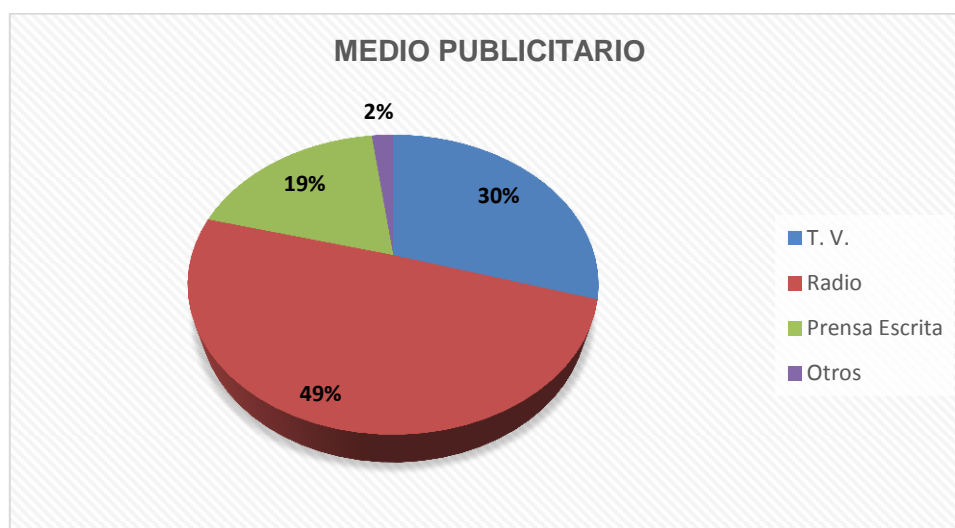
CUADRO 16
MEDIO PUBLICITARIO

DETALLE	FRECUENCIA	%
T. V.	87	30
Radio	145	49
Prensa Escrita	55	19
Otros	6	2

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 30% de encuestados prefieren el medio de comunicación televisión por ser más fácil de escuchar mientras se realiza otras actividades, el 49% prefieren el medio radial por ser completo y pueden ver el producto que ofrecen, el 19% prensa escrita porque adquieren este medio todos los días, el 2% otros medios como vallas de publicidad.

Pregunta 17. ¿En qué horario usualmente usted tiene acceso a estos medios?

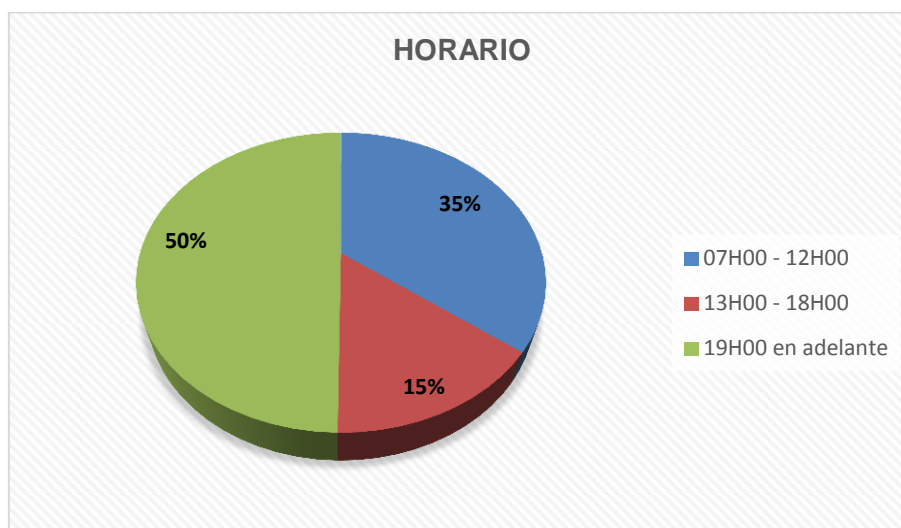
**CUADRO 17
HORARIO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
07H00 - 12H00	86	35
13H00 - 18H00	36	15
19H00 en adelante	121	50
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 35% manifiesta que prefieren los horarios entre 07h00 a 12h00, el 15% desde la 13h00 18h00 y el 50% de 19h00 en adelante por ser el tiempo libre en el que ya no realizan labores.

Pregunta 18. ¿Qué tipos de ofertas le gustaría que se realicen por la compra de pollo ahumado?

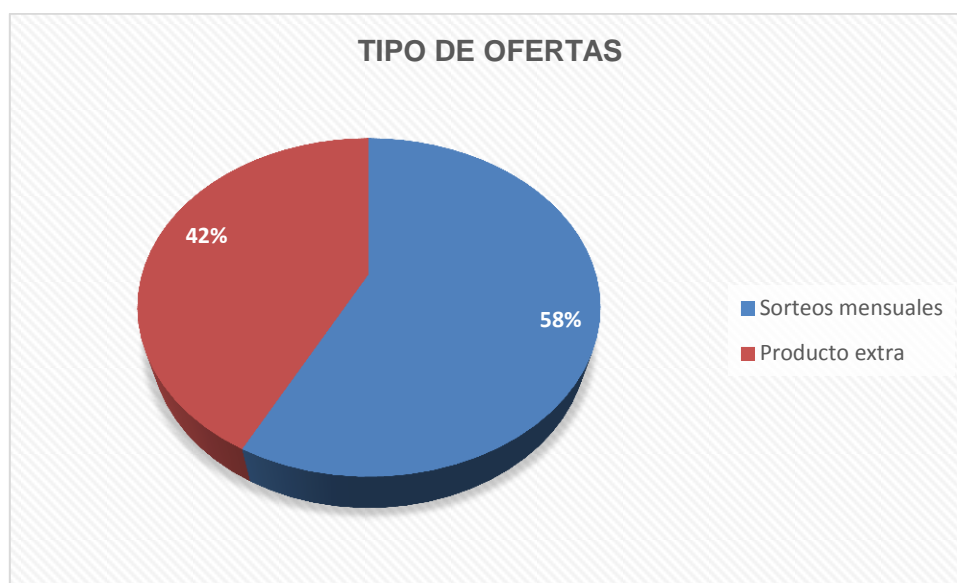
**CUADRO 18
TIPO DE OFERTAS**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Sorteos mensuales	140	58
Producto extra	103	42
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta a las familias de la ciudad de Quito

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 58% manifiestan que desearían que se realicen sorteos mensuales para incentivar a los clientes, el 42% manifiestan que se debería entregar producto extra por la compra del pollo ahumado.

ENCUESTA A LOS OFERENTES

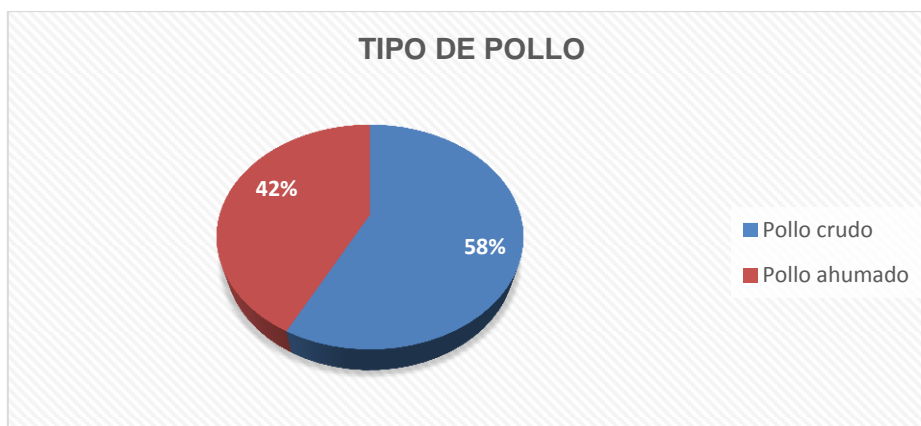
Pregunta 1. ¿Qué tipo de pollo vende en su negocio?

CUADRO 19
TIPO DE POLLO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Pollo crudo	194	58
Pollo ahumado	143	42
TOTAL	337	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado
Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 20



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 58% de encuestados vende pollo crudo por ser de menos valor, el 42% vende pollo ahumado ya que sus clientes lo consume por su sabor e inclusive por la facilidad que tiene para prepararlo al momento de consumir.

Pregunta 2. ¿ De qué lugar proviene el pollo que comercializa?

CUADRO 20

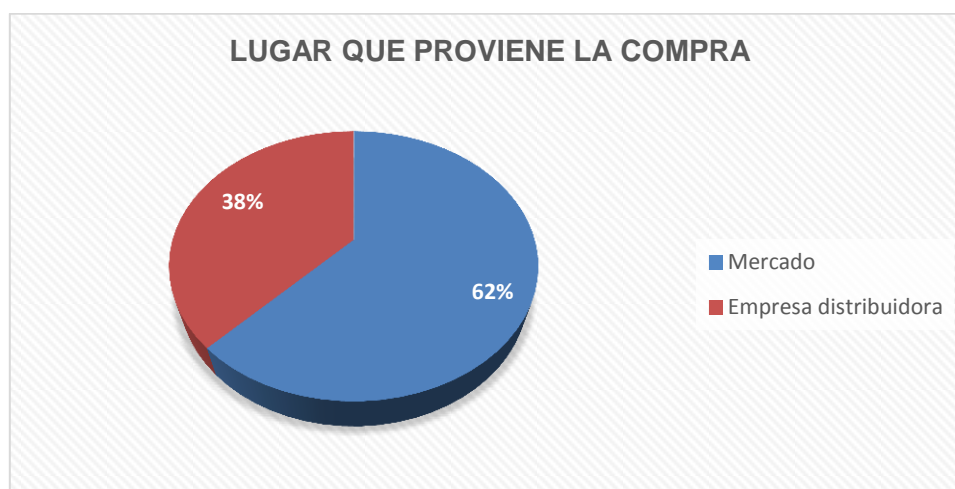
LUGAR QUE PROVIENE LA COMPRA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mercado	89	62
Empresa distribuidora	54	38
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 21



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 38% de encuestados manifiestan que es pollo ahumado proviene de empresas distribuidoras que lo adquieren por su calidad de presentación y la entrega es inmediata, el 62% lo adquieren en el mercado.

Pregunta 3. ¿Desde hace que tiempo usted comercializa pollo?

CUADRO 21

TIEMPO DE COMERCIALIZACIÓN

DETALLE	FRECUENCIA	%
1 mes - 6 meses	20	14
7 meses - 12 meses	45	31
1 año a más	78	55
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 22



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 55% de encuestados comercializan pollo ahumado más de 1 año porque tiene acogida por los clientes y se vende muy bien, el 31% vende de 7 a 12 meses y también manifiestan que se comercializa muy bien, el 14% de 1 a 6 meses venden pollo ahumado.

Pregunta 4. ¿Cómo está la venta de pollo ahumado últimamente?

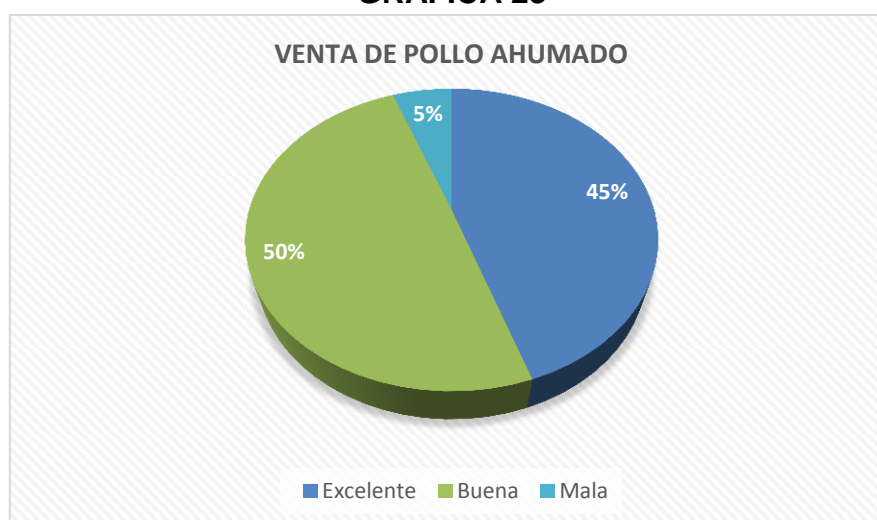
CUADRO 22

DETALLE	FRECUENCIA	%
Excelente	64	45
Buena	71	50
Mala	8	6
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 23



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de encuestados manifiestan que la venta de pollo en los últimos tiempos es buena y se vende en gran cantidad, el 45% manifiesta que la venta es excelente y lo prefieren por su rapidez al momento de realizar los alimentos, el 5% que es mala y no se vende a vendido en gran cantidad.

Pregunta 5. ¿Sus clientes tienen preferencia por alguna marca?

CUADRO 23

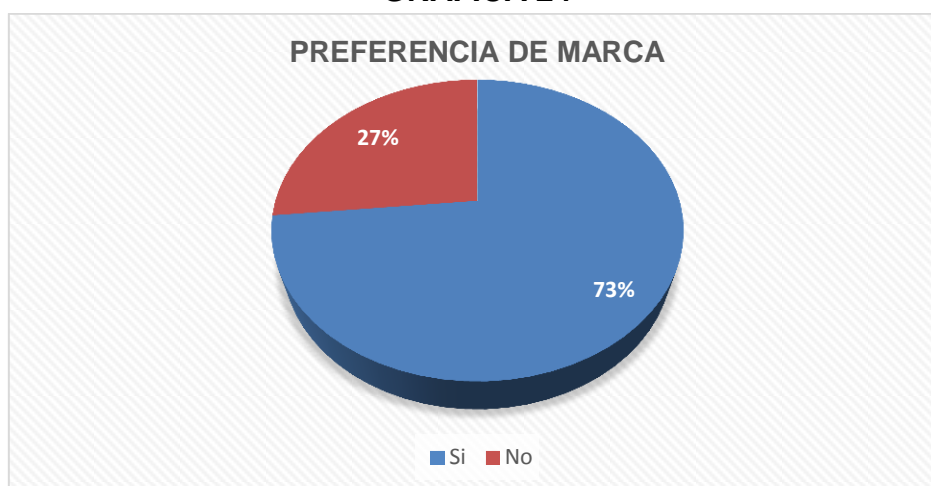
PREFERENCIA DE MARCA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	105	73
No	38	27
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 24



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos el 73% prefieren comprar pollo ahumado en cual se identifique la marca ya que es de gran importancia para determinar las normas de higiene, el 27% no tiene preferencia de alguna marca al momento de adquirir este producto.

Pregunta 6. ¿Cuántos kilos de pollo ahumado vende semanalmente?

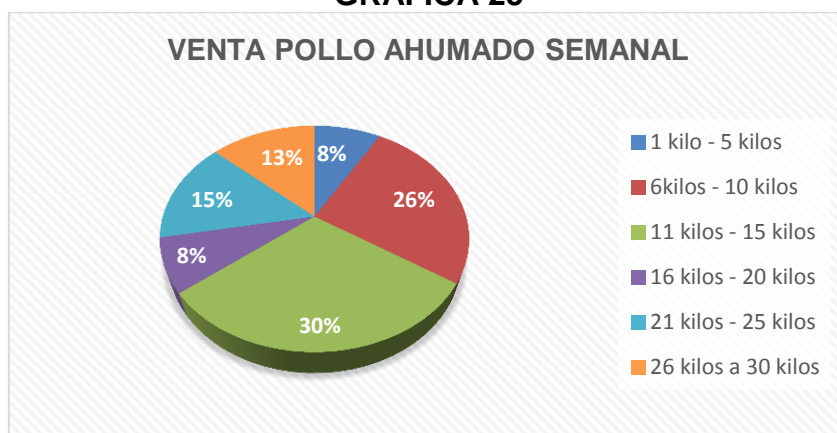
CUADRO 24
VENTA POLLO AHUMADO SEMANAL

DETALLE	FRECUENCIA	%
1 kilo - 5 kilos	12	8
6 kilos - 10 kilos	37	26
11 kilos - 15 kilos	43	30
16 kilos - 20 kilos	11	8
21 kilos - 25 kilos	21	15
26 kilos a 30 kilos	19	13
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 25



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 30% de encuestados manifiestan que vende de 11 a 15 kilos por mes, el 26% vende de 6 a 10 kilos por mes, el 15% de 21 a 25 kilos al mes el 13% de 26 a 30 kilos mensuales y el 8% de 1 a 5 kilos mensuales se pudo determinar que el pollo ahumado si tiene acogida por las familias de la ciudad de Quito.

Pregunta 7. ¿En qué presentaciones de pollo ahumado vende más?

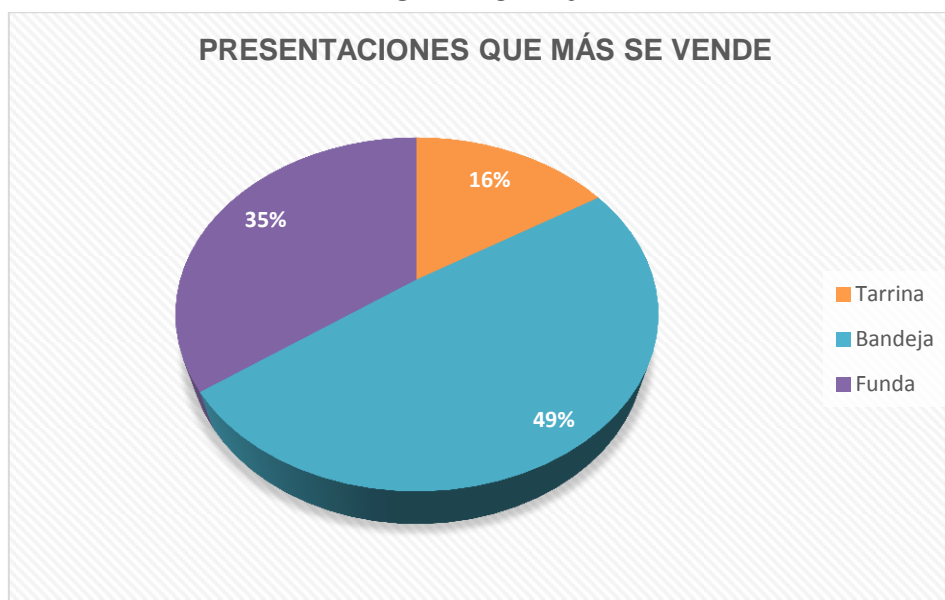
CUADRO 25
PRESENTACIONES QUE MÁS SE VENDE

DETALLE	FRECUENCIA	%
Tarrina	23	16
Bandeja	70	49
Funda	50	35
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 26



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con el resultado obtenido se puede decir que se vende más el pollo ahumado en la presentación de bandeja ya que le cliente prefiere por su presentación, el 35% manifiesta que se venda en funda, el 16% en tarrina y el 49% vende en tarrina.

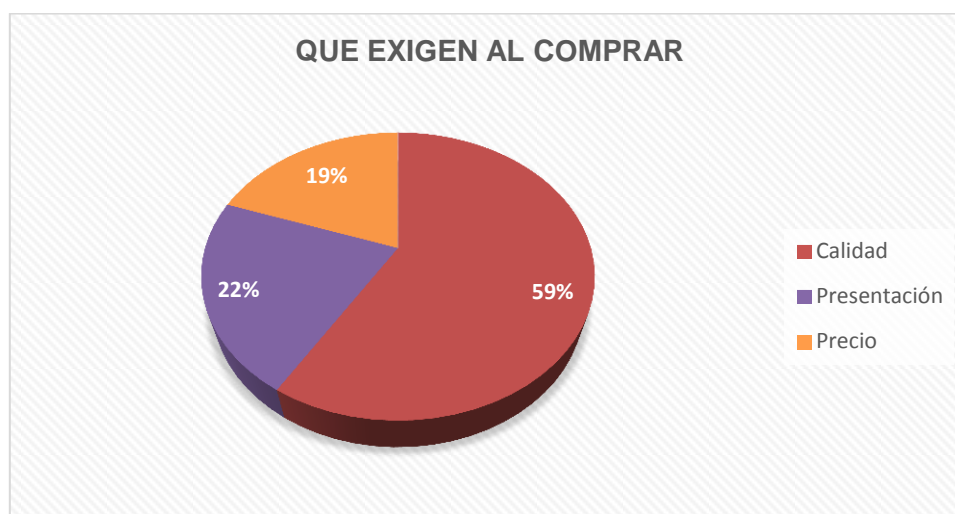
Pregunta 8. ¿Sus clientes que más exigen al momento de comprar el producto?

CUADRO 26
QUE EXIGEN AL COMPRAR

DETALLE	FRECUENCIA	%
Calidad	84	59
Presentación	31	22
Precio	28	20
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

GRÁFICA 27



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 59% manifiesta que los clientes siempre exigen calidad de producto para poder consumir, el 22% presentación y el 19% tomo en consideración el precio antes de adquirir el producto.

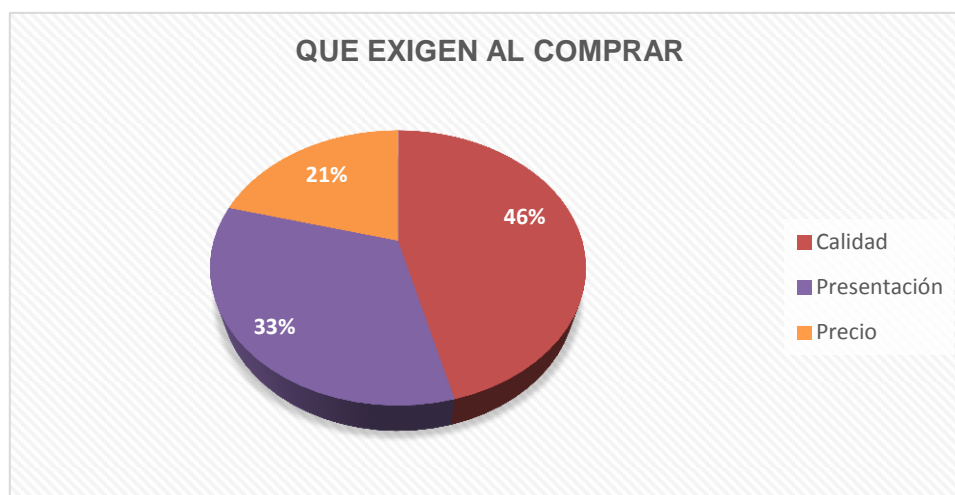
Pregunta 9. ¿Qué características observan sus clientes al momento de comprar el producto?

**CUADRO 26
QUE EXIGEN AL COMPRAR**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Calidad	115	80
Presentación	83	58
Precio	52	36

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

GRÁFICA 28



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de encuestados manifiestan que al momento de comprar los clientes se fijan en la calidad en un 46%, en el precio en un 21% y en la presentación en un 33%.

Pregunta 10. ¿En qué época del año tiene mayor demanda?

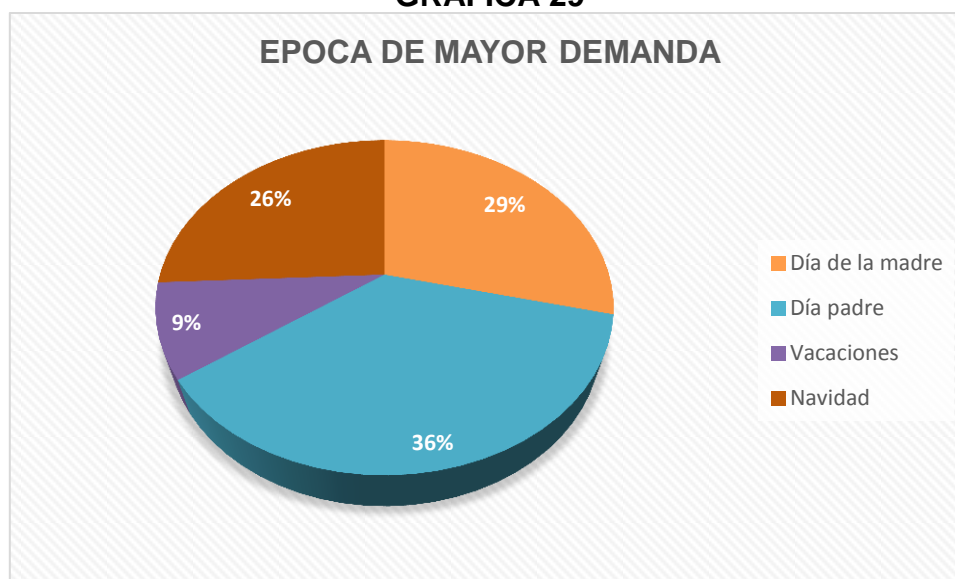
CUADRO 28
ÉPOCA DE MAYOR DEMANDA

DETALLE	FRECUENCIA	%
Día de la madre	38	27
Día padre	48	34
Vacaciones	12	8
Navidad	45	24
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 29



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 34% manifiesta que se vende más en el día del padre, el 27% día de la madre, el 24% en navidad y el 8% en vacaciones.

Pregunta 11. ¿Cuál el precio de venta de pollo ahumado por kilo?

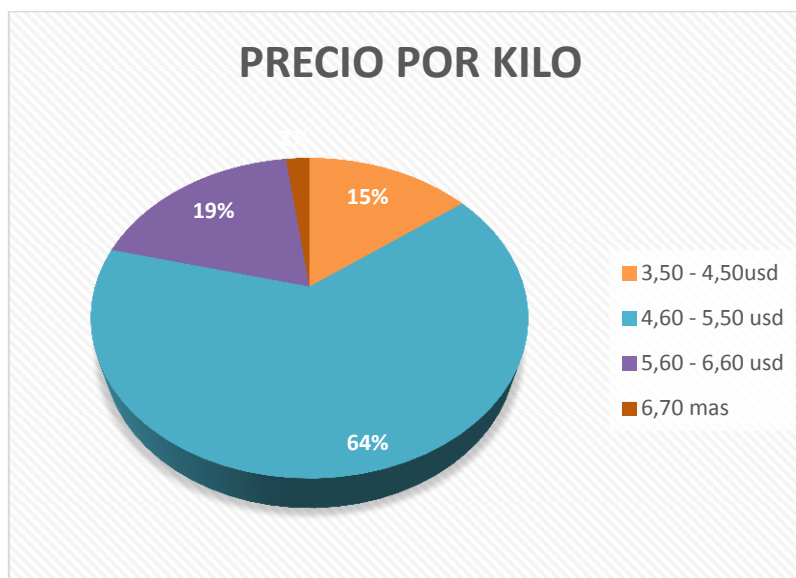
**CUADRO 29
PRECIO POR KILO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
3,50 - 4,50usd	21	15
4,60 - 5,50 usd	92	64
5,60 - 6,60 usd	27	19
6,70 mas	3	2
TOTAL	143	100

Fuente: Encuesta a los locales de venta de pollo faenado

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA 30



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con Los resultados de las encuestas el 64% venden el kilo de pollo ahumado entre 4,60 a 5,50 dólares, el 19% de 5,60 a 6,60 esto es el pollo en presentaciones de bandeja, el 15% de 3,50 a 4,50 dólares y el 2% en 7 dólares a más.

g. DISCUSIÓN

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

Para establecer la demanda potencial es necesario remitirse a la pregunta 3 de la encuesta a los demandantes en la cual se verifica que el 92% de los encuestados consumen pollo, de lo cual se determina la demanda potencial., como se muestra en el cuadro siguiente.

CUADRO 30
DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	DEMANDA POTENCIAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	338,721	92%	311,623	1.51%
1	343,836	92%	316,329	1.51%
2	349,028	92%	321,105	1.51%
3	354,298	92%	325,954	1.51%
4	359,648	92%	330,876	1.51%
5	365,079	92%	335,872	1.51%

Fuente: Cuadro 3 de INEC

Elaboración: La autora

DEMANDA REAL

Para determinar la demanda real se debe verificar solamente el porcentaje de encuestados que consumen pollo ahumado, que según el cuadro 5 son el 85%, y mediante el cálculo respectivo se establece la demanda potencia, como se muestra a continuación.

**CUADRO 31
DEMANDA REAL**

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
0	311,623	85%	265,343
1	316,329	85%	269,349
2	321,105	85%	273,416
3	325,954	85%	277,545
4	330,876	85%	281,736
5	335,872	85%	285,990

Fuente: Cuadro 5 y 30

Elaboración: La autora

CONSUMO PER CÁPITA

Para calcular la cantidad de kilos de pollo ahumado que consumen los encuestados se procede a establecer el punto medio de la variable y luego se multiplica este punto medio por la frecuencia. Finalmente se multiplica el valor $xm.f$ por el tiempo que en este caso es meses del año, es decir 12, de lo cual en total resultan 6963 kilo de pollo ahumado, que divididos para 311 personas de la demanda real resulta que el consumo per cápita es de 22 kilos de pollo ahumado al año por familia.

**CUADRO 32
PROMEDIO DE CONSUMO DE POLLO AHUMADO**

VARIABLE	FRECUENCIA	xm	xm.f	TIEMPO	TOTAL ANUAL
De 0,5 kilos - 1,5 kilo	157	0.75	117.75	12	1413
De 1,6 kilos - 2,5 kilos	60	1.75	105	12	1260
De 2,6 kilos - 3,5 kilos	20	2.75	55	12	660
De 3,6 kilos a 4,5 kilos	21	3.75	78.75	12	945
TOTAL	258				4278

Fuente: Cuadro 9

Elaboración: La autora

$$\text{Promedio} = \frac{xm.f}{F}$$

$$\text{Promedio} = \frac{4278}{258}$$

$$\text{Promedio} = 17 \quad \text{kilos de pollo ahumado promedio}$$

DEMANDA EFECTIVA

Cuando ya se ha establecido el consumo per cápita de pollo ahumado se debe determinar la demanda efectiva del producto, como se muestra a continuación. Multiplicando el número de personas de la demanda efectiva por el promedio consumo de kilos de pollo ahumado. La demanda efectiva se establece tomando en cuenta el porcentaje de personas que están dispuestas a adquirir el producto de la nueva empresa que según la pregunta 12 es el 94%.

CUADRO 33
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL	PORCENTAJE	DEMANDA EFECTIVA	PROMEDIO DE CONSUMO	DEMANDA EFECTIVA EN KILOS DE POLLO AHUMADO
0	265,343	94%	249,916	17	4,143,952
1	269,349	94%	252,019	17	4,178,819
2	273,416	94%	255,824	17	4,241,919
3	277,545	94%	259,687	17	4,305,972
4	281,736	94%	263,608	17	4,370,992
5	285,990	94%	267,589	17	4,436,994

Fuente: Cuadro 13 y 31

Elaboración: La autora

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

OFERTA REAL

Para determinar la oferta real, que hace referencia al porcentaje de los ofertantes que efectivamente venden el producto en este caso pollo ahumado empacado al vacío que es el 42% de los encuestados según el cuadro 19, pregunta 1 de la encuesta a los oferentes, y con una tasa de crecimiento del 7% que esa la tasa de crecimiento de los negocios en la ciudad de Quito, daba por el Ilustre Municipio de Quito, como se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO 35
OFERTA EFECTIVA

AÑOS	OFERTA REAL	PORCENTAJE	OFERTA EFECTIVA
0	1897	42%	797
1	1947	42%	818
2	1999	42%	840
3	2053	42%	862
4	2107	42%	885
5	2164	42%	909

Fuente: Cuadro 35 y 19

Elaboración: La autora

OFERTA TOTAL

Es necesario determinar cuántos kilos de pollo ahumado venden estos establecimientos anualmente y para ello se debe tomar en cuenta la pregunta 6 de la oferta, cuadro 24, de tal manera se realiza el procedimiento matemático que consiste en calcular el punto medio de la variable la variable y luego multiplicar por la frecuencia para finalmente este resultado multiplicar por el tiempo para determinar la oferta anual en **109408** kilos de pollo ahumado.

CUADRO 35
OFERTA TOTAL EN KILOS DE POLLO AHUMADO

VARIABLE	FRECUENCIA	xm	xm.f	TIEMPO	TOTAL ANUAL
1 kilo - 5 kilos	12	3	36	52	1872
6 kilos - 10 kilos	37	8	296	52	15392
11 kilos - 15 kilos	43	13	559	52	29068
16 kilos - 20 kilos	11	18	198	52	10296
21 kilos - 25 kilos	21	23	483	52	25116
26 kilos a 30 kilos	19	28	532	52	27664
TOTAL	143				109408

Fuente: Cuadro 24

Elaboración: La autora

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Una vez determinada la oferta total se hace necesario realizar la proyección de la oferta, y para ello se toma en consideración la tasa de crecimiento de los negocios que según datos del Ilustre Municipio de Quito es 7%, haciendo el cálculo para los 5 años de vida útil del proyecto.

**CUADRO 36
OFERTA PROYECTADA**

AÑOS	OFERTA ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO
0	109408	7.00%
1	117067	7.00%
2	125261	7.00%
3	134030	7.00%
4	143412	7.00%
5	153450	7.00%

Fuente: Cuadro 35

Elaboración: La autora

DEMANDA INSATISFECHA

Una vez establecida la demanda y oferta efectiva se debe calcular la demanda insatisfecha de pollo ahumado, como se muestra a continuación, la cual se determina de la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta. Como se pretende comercializar el producto en pollos enteros de 1,5 kilos y no en kilos se procede a establecer cuantos pollos de 1,5 kilos corresponde la demanda insatisfecha mediante una regla de tres.

**CUADRO 37
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	Oferta Total	Demanda Insatisfecha en Kilos	Demanda Insatisfecha en Pollos de 1,5 kg
0	4,143,952	109408	4034544	2689696
1	4,178,819	117067	4061752	2707835
2	4,241,919	125261	4116658	2744438
3	4,305,972	134030	4171942	2781295
4	4,370,992	143412	4227580	2818387
5	4,436,994	153450	4283544	2855696

Fuente: Cuadro 33 y 36

Elaboración: La autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Luego de haber establecido la demanda insatisfecha del producto se debe determinar las 4 P de la mercadotecnia, como a continuación se verifica.

Precio

Para determinar el precio del producto en este caso pollo ahumado empacado al vacío se debe tener en consideración 2 factores, uno es el precio que establece la competencia en el mercado, que es un referente para la nueva empresa es importante no establecer un precio muy alto ya que no permitirá introducir el producto en el mercado, el segundo factor es los costos de producción que generará el producto y más el margen de utilidad y luego se establecerá el precio de venta del producto.

Producto

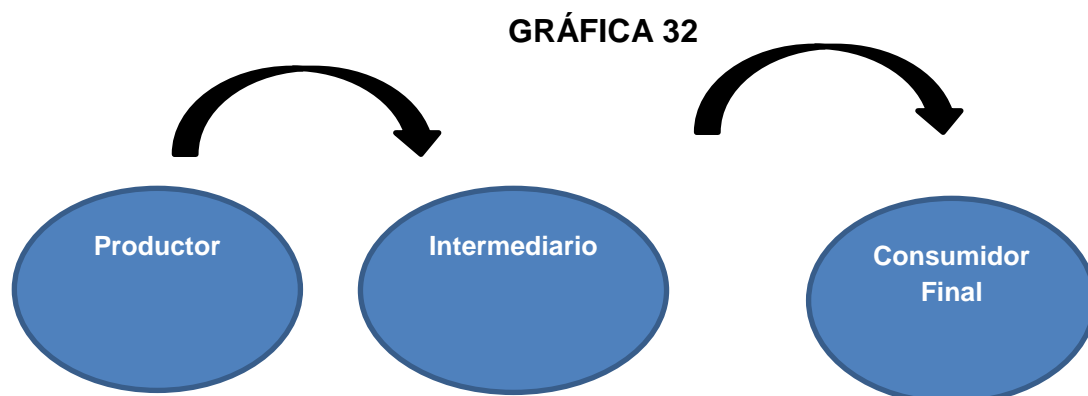
El producto que ofertará la nueva empresa es pollo ahumado empacado al vacío, se empacarán al vacío para preservar la frescura y evitar el deterioro.

GRÁFICA 31



Plaza

El canal de distribución que deberá utilizar la empresa es el canal Productor, intermediarios, consumidor final, por ser el más adecuado para poder llegar con el producto a un mayor número de clientes.



Promoción

Se realizarán promociones de acuerdo a la preferencia de los encuestados, estas son sorteos mensuales y obsequios de producto.

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño de la Planta.

Con el estudio de mercado ya realizado, se ha podido establecer el tamaño de la planta, aquí se damos a conocer cuál será la que la cantidad demandada proyectada a futuro considerada como el factor principal y está cantidad es demandada es la que estará en función del crecimiento de cada una de las personas que hagan uso del consumo de pollo ahumado empacado al vacío.

Capacidad Instalada.

La capacidad instalada son las condiciones que tiene la planta para producir una cantidad determinada de productos. En el presente proyecto, se ha podido determinar que la capacidad instalada de la empresa productora de pollo ahumado empacado al vacío.

Una vez que se construye el horno con las características determinadas para realizar el ahumado del pollo se determina que cantidad de pollos se puede ahumar, ya que se pretende procesar solamente pollos de 1,5 kg. En el horno caben 50 pollos, los mismo que para estar listos para el proceso, deben ser receptados, pesados limpiados lo cual demora un tiempo de 15 minutos por cada persona que realiza el proceso, ocupando 2 obreros, es decir 30 minutos; condimentados, en un tiempo de 15 minutos este proceso en total dura 45 minutos, una vez que se realiza esto se deja reposar para

que los condimentos cumplan su fusión, por un tiempo de 15 minutos, luego el ahumado dura un tiempo de 2 horas, en el horno ahumador, y finalmente el enfriado empacado etiquetado y refrigeración dura un tiempo de 1 hora, por lo cual se puede calcular que se podrán ahumar 50 pollos de 1,5 kg. En 4 horas, es decir 100 pollos en 8 horas laborables, esto se multiplica por 252 días laborables que tiene en promedio el año, lo cual da como resultado 25.200 pollos de 1,5 kg al año. En el cuadro siguiente se indica la capacidad instalada de la empresa, estableciendo que se cubrirá el 71,89% de la demanda insatisfecha.

CUADRO 38
CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA EN KILOS DE POLLO AHUMADO	CAPACIDAD EN KILOS DE POLLO
0	2689696	0.94%	25200	37800

Fuente: Cuadro 37

Elaboración: La autora

Capacidad Utilizada

La Empresa Productora de pollo ahumado empacado al vacío producirá para el primer año 25200 pollos ahumados de 1,5 kilos utilizando el 80% de la capacidad instalada ya que se considera la introducción al mercado y retrasos que se puede sufrir por materia prima y personal. Se debe indicar además que la capacidad para los siguientes cuatro años se incrementará el 5% en cada año.

CUADRO 39
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA POR KILOS DE POLLO AHUMADO
1	25200	80%	20160
2	25200	85%	21420
3	25200	90%	22680
4	25200	95%	23940
5	25200	95%	23940

Fuente: Cuadro 38

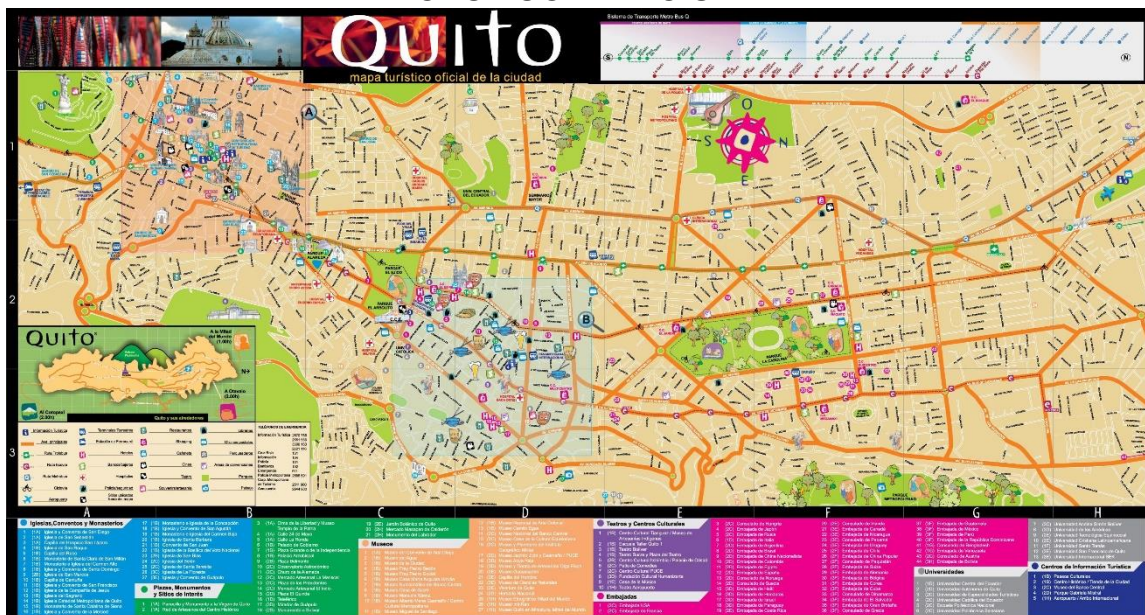
Elaboración: La autora

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Uno de los factores para la localización de la empresa analizando ciertos factores como el entorno empresarial y del mercado en nuestro caso la Empresa estará ubicada en la Ciudad de Quito Provincia de Pichincha, capital del Ecuador capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha, está ubicada entre dos ramales de la cordillera de Los Andes, en las laderas orientales del volcán Pichincha, a sólo 13,5 kilómetros de la línea equinoccial (coordenadas de latitud 0°. 0 min. 0 seg. El clima es muy variado, consecuencia de sus rasgos de altitud, con temperaturas que van desde los 4 °C hasta los 30°C. Sin embargo, por encontrarse asentada en una altitud promedio de 2.850 m.s.n.m., la ciudad cuenta con una temperatura anual media es de 16°C (clima templado semihúmedo), considerando que es un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte para que los usuarios tengan la facilidad de acceder a ella.

Para determinar la localización del proyecto, es necesario determinar la macro y micro localización.

**GRÁFICA 33
MACRO LOCALIZACIÓN**



MICRO LOCALIZACIÓN

Aquí especificamos cuales son las calles con nombres exactos donde será ubicada la empresa, determinando la localización exacta de la empresa en nuestro caso estará ubicada en el Norte de La Ciudad de Quito. En las calles Pedro Guerrero y Anonas Para poder determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración factores como:

- **Disponibilidad 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.

- **Mano de Obra.-** La mano de obra es aspecto importante para el proceso de producción esta proceso no es complicado por lo que explicar el procedimiento al personal no será un problema, lo que permitirá un producto de calidad.
- **Servicios generales.-** La empresa será ubicada en un sector donde existe disponibilidad de los de todos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua, teléfono y alcantarillado.
- **Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos.-** Se utilizará mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, brindando beneficios no solo para la empresa si no para la localidad.

PONDERACIÓN DE FACTORES

TABLA DE PONDERACIÓN DE FACTORES

La tabla ponderación se ha utilizado por el tamaño de la empresa y tipo de actividad que realizará la empresa con el objetivo de encontrar herramientas que permitan evaluar tanto la factibilidad de iniciar como de continuar con la actividad de la empresa, de compararlo con otras posibilidades, y de analizar las acciones tendientes a mejorar las actividades ya en marcha.

FUNCIONES DE LA TABLA DE PONDERACIONES

- 1.- Analizar la factibilidad del nuevo negocio.
- 2.- Monitorear los cambios de la empresa productora de pollo ahumado.
- 3.- Hacer un seguimiento de la evolución de esta actividad a los efectos de monitorear sus posibilidades futuras y su comparación con otras actividades.

En cuanto a los factores a tomar en consideración debe ser la más amplia posible a los efectos de tomar al momento de la evaluación todos aquellos que sean determinantes de la rentabilidad y riesgos.

Factores a considerar:

Rentabilidad.- Podemos considerar la rentabilidad sobre la inversión o bien la rentabilidad sobre los activos totales. En el caso de analizar una actividad deberá calcularse tal rentabilidad en función de las inversiones necesarias para la realización de tales actividades.

Ubicación.- La localización o ubicación de la empresa en muchos casos es fundamental, sobre todo tratándose de elaboración de alimentos.

Conocimientos.- Para el profesional dentro del área de servicios, debe estar preparado y tener conocimientos sobre la atención al cliente. Además este factor tendrá un alto nivel de ponderación.

Experiencia.- Cualquier trabajo es fundamental la experiencia para saber de los secretos de cada tipo de actividad.

Nivel de competencia externa.- ante la globalización de la economía es importante seguir muy de cerca la evolución de los competidores

externos en la actividad de la empresa. Cuanto mayor sea el riesgo de un incremento de competencia foránea menor será el puntaje. Generar ventajas competitivas en materia de precios, calidad, servicios y diferenciación es una forma de contrarrestar dichas interferencias.

Forma de Calificar la tabla Ponderaciones

Para el caso de una empresa unipersonal la calificación deberá razonarla el propietario con su asesor personal o bien con el encargado de la empresa. Es fundamental que la calificación no sea individual sino conjunta, de manera tal de ver cada factor desde diferentes y variadas perspectivas.

Siempre se debe estar alerta ante factores que alteren o puedan alterar las calificaciones otorgadas a cada factor. La calificación es para poder deducir la manera en que la empresa se ve favorecida o desfavorecida ante los cambios y de qué forma podemos mejorar la posición y ventaja competitiva de la empresa.

CUADRO 41

PONDERACIÓN DE FACTORES DE LA CIUDAD DE QUITO				
NUMERO	FACTORES	A	B	C
		CENTRO	NORTE	SUR
1	Ubicación Geográfica Estratégica	10	20	10
2	Servicios básicos	10	30	20
3	Infraestructura de acceso vías	10	20	10
4	Transporte público	20	20	10
5	El esparcimiento	5	10	5
6	Existencia de competencia	5	1	1
TOTAL		60	91	56

De acuerdo al resultado obtenido considerando los sectores Norte, Centro y Sur se ha podido considerar que en el Sector Norte de la Ciudad de Quito obtuvo un total de 91 puntos sobre el 100%, siendo el de mayor oportunidad para realizar este proyecto.

En lo que hace al puntaje concreto a aplicar va de:

- Uno: Para una situación muy mala.
- Cinco: Para una situación mala.
- Diez: Para una posición regular.
- Veinte: Valido para una buena situación.
- Treinta: Correspondiente a una situación o posición muy buena.

GRÁFICA 34 MICRO LOCALIZACIÓN



INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta parte de estudio tiene la función de seleccionar los procesos más adecuados, la tecnología necesaria y más adecuada para la distribución de la planta ya que estos se utilizarán para poder brindar el servicio adecuado en la empresa productora de pollo ahumado empacado al vacío, basándonos en el diseño de la planta o instalaciones su distribución con sus respectivo mobiliario, equipo, mano de obra, personal administrativo, equipos y materiales de oficina, etc. Con diferentes políticas diseñadas.

A su vez también nos ayuda a determinar las inversiones requeridas y proporciona las bases para el estudio económico y financiero de la empresa.

Con el diseño de la Empresa se logrará definir cada área de la empresa, la misma que contará con atención cliente, departamento ventas, gerente, secretaría entre otros.

Recursos Humanos

Se debe elegir el personal necesario y adecuado para cada uno de los departamentos de la empresa con la finalidad aportar, propiciar y conjugar los elementos necesarios para crear un buen clima laboral y cuente con todos los recursos humanos que brinden calidad humana y eficiencia en los diferentes servicios para los clientes internos como externos, para que la empresa productora de pollo ahumado empacado al vacío cuente con el personal indicado en cada una de sus áreas.

Personal Administrativo

- Gerente
- Secretaria – Contadora

Mano Obra Directa

- Jefe Producción 1
- Obreros 2

Personal Ventas

- Chofer - Vendedor

Equipo de Oficina

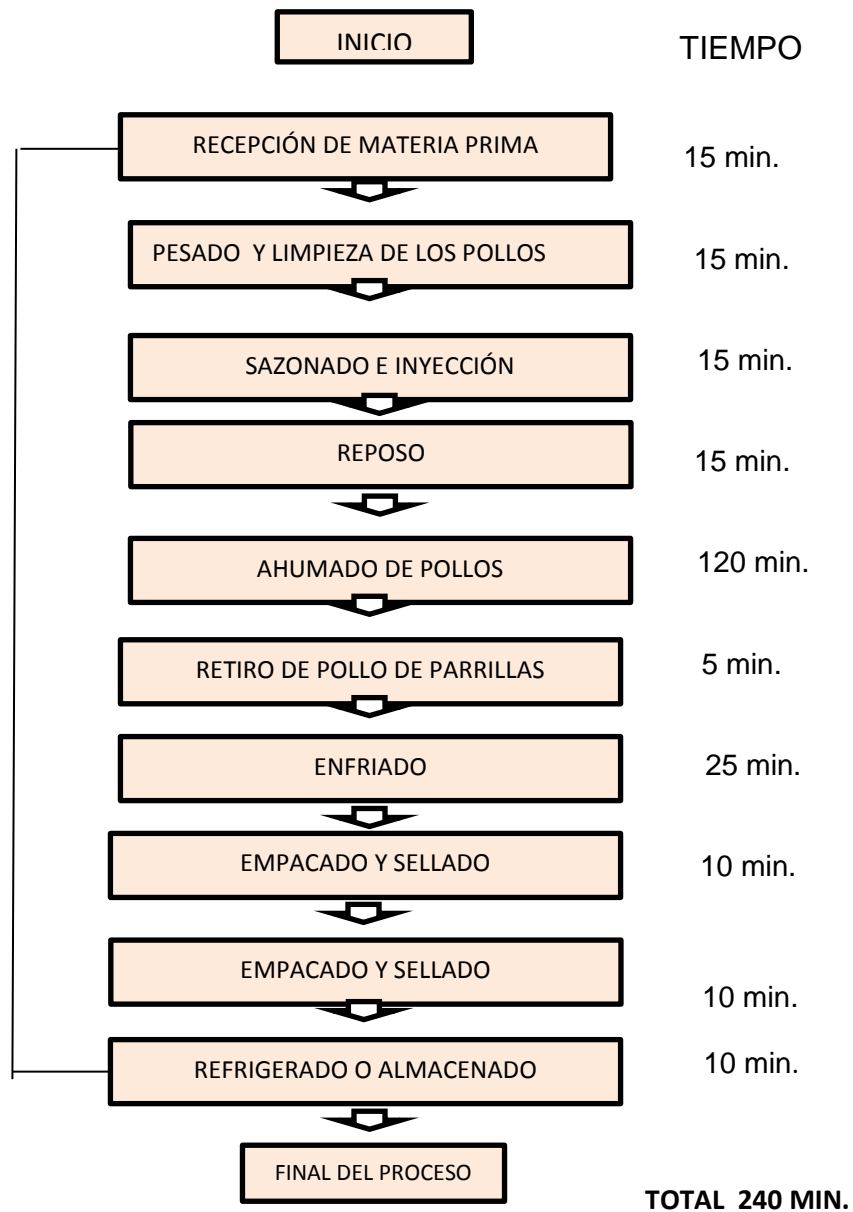
- Computadora
- Impresora
- Archivador
- Mueble de escritorio
- Calculadora

Suministros de Oficina

- Lápices
- Esferos
- Calculadora
- Borradores
- Hojas

PROCESO PARA 50 POLLOS AHUMADOS

FLUJO GRAMA DE PROCESO



PROCESO DE LA EMPRESA DE POLLO AHUMADO

1.- **Recepción de Materia Prima.**- Se recibe pollos entregados por la distribuidora de faneamiento en tiempo de 15 minutos.

2.- Pesado y Limpieza de Pollos.- Se procede a pesar cada pollo el peso debe ser de 1,5 kilo luego se limpia el pollo eliminando algún plumaje y se lavan con un tiempo de 15 minutos.

3.- Inyección y condimentado de los pollos.- La condimentación debe ser muy bien aplicada en los pollos con la ayuda de jeringas, se debe agregar bastante sal. 15 minutos

4.- Reposo.- Se debe dejar en reposo para que se concentren los aliños o ingredientes y estos se pasen en los pollos dando un buen sabor. 15 minutos

5.- Colocación del Pollo en el Ahumadero.- Se procede a ubicar los pollos sobre las parrillas o rejillas del ahumador ya precaliente a 110-120 °C, se coloca el pollo con su parte posterior hacia abajo y se va agregando la lecha y hierbas (opcionales, cuidado con especias fuertes que pueden opacar el sabor del humo) se deja que se ahumé por 1 hora. Pasado este tiempo de vuelta los pollos hacia abajo y ahumé por otra 1 hora. Pasadas 2 horas se utiliza un termómetro de carne y pinchar en la parte más gruesa del pollo. Este debe alcanzar 75°C para asegurarse que está bien cocido.

6. Retiro de Pollo de las Parrillas.- Ya terminado el cocido de los pollos se retira con cuidado los pollos y se colocan sobre una mesa grande. 5 minutos

7. Enfriado.- Seguidamente se procede a enfriar los pollos con ayuda de un ventilador en un tiempo de 25 minutos.

8. Empacado y sellado al vacío.- Luego se procede a empacar y sellar al vacío cada pollo con ayuda de la maquina empacadora al vacío con un tiempo de 10 minutos

9. Etiquetado.- Luego se procese a la colocación de las etiquetas adhesivas en los respectivos empaques de pollo ahumado ya empacados al vacío, con un tiempo de 10 minutos

10. Refrigerado o almacenado.- Por último se procede a refrigerar los pollos, listos para su comercialización, con un tiempo de 10 minutos

GRÁFICA 35

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



EQUIPO**GRÁFICA 36****MESAS ACERO INOXIDABLE (4 UNIDADES)****GRÁFICA 37****FUENTES ACERO INOXIDABLE GRANDES CON PARRILLAS (20 UNIDADES)****GRÁFICA 38****GAVETAS PLÁSTICAS (12 UNIDADES)**

GRÁFICA 39**FRIGORÍFICO CONGELADOR GRANDE (2 UNIDADES)****GRÁFICA 40****GUANTES (1 CAJA)****GRÁFICA 41****CUCHILLOS (2 DOCENAS)**

GRÁFICA 42**CERNIDORES (12 UNIDADES)****GRÁFICA 43****GORROS DE COCINA (12 UNIDADES)****GRÁFICA 44****GRÁFICA 45****BALANZA (3 UNIDADES)**

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Aquí se presentan características específicas, en la cual se determina la estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución. Todas las actividades que se requieren para la implementación y operación del proyecto se programan, coordinan y controlan por alguna instancia que el estudio del proyecto debe proveer.

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

ORGANIZACIÓN LEGAL

La denominación y constitución de la empresa, se basó en políticas como son: responsabilidad por parte de los socios, tipo de participación o acciones, disolución de la compañía, y muchas otras, decidiendo que la Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que más se ajusta a las necesidades de la empresa y es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

Es Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

Objetivo Social

Como objeto social de la empresa será la elaboración de pollo ahumado empacado al vacío y su comercialización en la Ciudad de Quito.

Constitución y trámite:

- 1.- Los socios presentaran a la Superintendencia la minuta de escritura pública, conteniendo el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración del capital pagado de la sociedad.
- 2.- se realizará el depósito en una cuenta de integración del capital pagado (mínimo \$ 800.00 del total de aportación)
- 3.- Se efectuara la afiliación en la Cámara de Comercio correspondiente, en el caso de esta compañía se realizara en la Cámara de Comercio de la Ciudad de Quito.
- 4.- Se tendrá el otorgamiento de la escritura pública en constitución.
- 5.- Se receptara la aprobación de la resolución expedida por la Superintendencia.
- 6.- Se obtendrá la protocolización de la resolución aprobatoria.
- 7.- se realizara la publicación en un diario local el extracto de la escritura pública de la sociedad.
- 8.- Se inscribirá en el registro mercantil y en el registro de la Sociedades de la Superintendencia y en registro único de Contribuyentes.
- 9.- Se realizará la designación de los Administradores de la Compañía mediante una junta general precedidos por los socios.
- 10.- Se realizara la inscripción en el registro mercantil el nombramiento de

los administradores con la razón de aceptación del cargo.

11.- Se dispondrá la autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados por los socios.

La Escritura de Constitución contendrá lo siguiente:

El Lugar y fecha de celebración del contrato.

Los nombres, apellidos nacionalidades y domicilio de los promotores.

La denominación, objeto capital social.

Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores.

El número de acciones de que el capital estuviere dividido, la clase de valor nominal de cada acción, su categoría y series.

La Forma de Administración y facultades de los administradores.

La forma y época de convocar a los socios a juntas generales.

La manera de convocar repartir las utilidades, o políticas de reinversión de las utilidades para incrementar el capital.

El plazo y condición de suscripción de las acciones.

El Nombre de la Institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse del concepto de la suscripción.

El plazo dentro de la cual se otorga la escritura de fundación; y,

El domicilio de la Compañía. Tipo de Servicio.

El tipo de empresa al que le corresponde la empresa de elaboración de pollos ahumados empacados al vacío es de productos, ya que es una empresa que ofrece un producto tangible al consumidor.

ACTA CONSTITUTIVA DEL LA EMPRESA DE POLLO AHUMADO MARK

En la Ciudad de Quito Provincia de Pichincha, a los quince días del mes de Julio del año 2014, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Ab. Carlos Matute, se reúnen dos personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto social elaboración de pollo ahumado empacado al vacío en la Ciudad de Quito.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE POLLO AHUMADO MARK

Señor Notario:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, el acta de constitución de compañía, contenida con las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- Comparecientes.- Aida Ortega Mafla, ecuatoriana portadora de la cédula de identidad 1704539434 y la Señora Gilma Castillo ecuatoriana portadora de la cédula de identidad. 1245879566, en ejercicio pleno de sus derechos, las comparecientes convienen en constituir la Compañía se Responsabilidad limitada **“POLLO AHUMADO MARK”** que se regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

SEGUNDA.- Estatuto De La Compañía De Responsabilidad Limitada. “Empresa De Pollo Ahumado Mark Cia. Ltda.”

CAPITULO PRIMERO.- Nombre, Domicilio, Objeto Social, Y Plazo De Duración.

Artículo 1.- La Compañía llevara el nombre o razón Social de: “Empresa de

Pollo Ahumado Mark Cía. Ltda.”

Artículo 2.- El domicilio de la Compañía es en la Ciudad de Quito, Provincia de Pichincha.

Artículo 3.- La Compañía tiene como objeto social la creación de una Empresa de elaboración de pollo ahumado empacado al vacío.

Artículo 4.- La empresa inicia sus operaciones en la fecha de su inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, de la forma prevista en la ley y en este estatuto.

CAPITULO SEGUNDO.- Del Capital Social De Las Participaciones Y La Reserva Legal.

Artículo 5.- El capital social de la Compañía es del 50%, del total de la inversión que será pagado en partes iguales por los socios los que estarán representados por el certificado de aprobación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos.

Artículo 6.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta general de los Socios con el consentimiento de las terceras partes del capital social presente en la sección.

Artículo 7.- El aumento del capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: En numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas, por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

Artículo 8.- La reducción del capital se regirá por lo previsto por la ley de

compañías y en ningún caso se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución de los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas con las excepciones de ley.

Artículo 9.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aprobación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio o propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de consecución, notaría en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rubrica del presidente y gerente general de la compañía.

Artículo 10.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al gerente general de emisión de un duplicado del mismo.

Artículo 11.- Las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

Artículo 12.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, conforme a la ley.

CAPÍTULO TERCERO.- De Los Socios, De Sus Deberes, Atribuciones, Y Responsabilidad.

Artículo 13.- Son obligaciones de los socios:

Las que señalan la ley de compañías.

Cumplir las funciones y actividades deberes que les asignase la junta General de socios, al gerente general y presidente de la Compañía.

Cumplir con las aportaciones implementaría en proporción a las participaciones que tuvieran en la compañía, cuando y en la forma que decida la junta general de socios.

La demás que señale este estatuto.

Artículo 14.- Los socios de la compañía tienen los derechos y atribuciones:

Intervenir con vos y voto en las sesiones de Junta general de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate del poder notarial o de carta poder.

A elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización.

A percibir las utilidades o beneficios a prorrata de las participaciones pagadas, lo mismo respecto al acervo social, de producirse las liquidaciones.

Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

Artículo 15.-La responsabilidad de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a compañías, salvo las acepciones de ley.

CAPITULO CUARTO.- Del Gobierno Y De La Administración.

Art. 16: (Gobierno Y Administración).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, este órgano con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 17.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

Art. 18.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación escrita, cuando menos con diez días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.

Art. 19.- (REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 20.- (QUÓRUM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General se instalará con el número de accionistas presentes o que concurren, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresará en la convocatoria para los casos

contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 21.- (DE LA PRESIDENCIA).- Presidirá la Junta General de Accionistas el Gerente de la Empresa, el mismo que actuará como secretario, a falta de este actuará quien lo subrogue.

Art. 22.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prórroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar los sueldos que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de

conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.

Art. 23.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

Art. 24.- (DEL DIRECTORIO).- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por dos vocales principales, los vocales deben ser elegidos por la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.

Art. 25.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).- Presidirá las sesiones del Directorio el Gerente General, a falta de este lo reemplazará su subrogante y se nominará un secretario Ad-hoc.

Art. 26.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de

los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.

Art. 27.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.

Art. 28.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se

sumarán a la mayoría.

Art. 29.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.

Art. 30.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.

Art. 31.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar

empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.

Art. 32.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

Art. 33.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.

Art. 34.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

CAPITULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de 5.000,00 dólares, con lo que se conseguirá un total de 10.000,00 dólares.

CAPITULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Gerente General a la Sra. Aida Ortega Mafla. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Ab. Carlos Matute con matrícula CAC - 232. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.

Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

Ab. Carlos Matute

Abogado Matrícula CAC - 232

Sra. Aida Ortega Mafla

Sra. Gilma Castillo

C.I: 1704539434

C.I: 1245879566

Estructura Administrativa Interna

Se debe establecer el modelo de estructura administrativa que permita a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente, la estructura administrativa será de tipo lineal ya que este modelo es aplicable a empresas que se encuentran en su etapa de iniciación, permite una delimitación y definición de responsabilidades clara para lograr unidad de acción, de dirección y ejecución en la actividad de la propia administración, encaminada a la consecución de los fines del Estado.

Niveles Administrativos.- Los niveles administrativos de la empresa de Pollo Ahumado Mark Cía. Lda., está constituida por 5 niveles jerárquicos que son:

Nivel Directivo.- Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando, puede delegar autoridad más no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, estará integrado por un gerente.

Nivel Asesor.- Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica. Lo constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, integrado por un Asesor Jurídico.

Nivel Auxiliar o Nivel de Apoyo.- Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, y se encuentra conformado por la Secretaria-Contadora.

Nivel Operativo.- El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa. Dentro de este nivel estará el Departamento de Adquisiciones y Departamento de Ventas.

ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de la empresa con sus servicios, puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Organigrama estructural:

Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa empacadora de pollo al vacío, permitiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforma la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos.

Organigrama funcional:

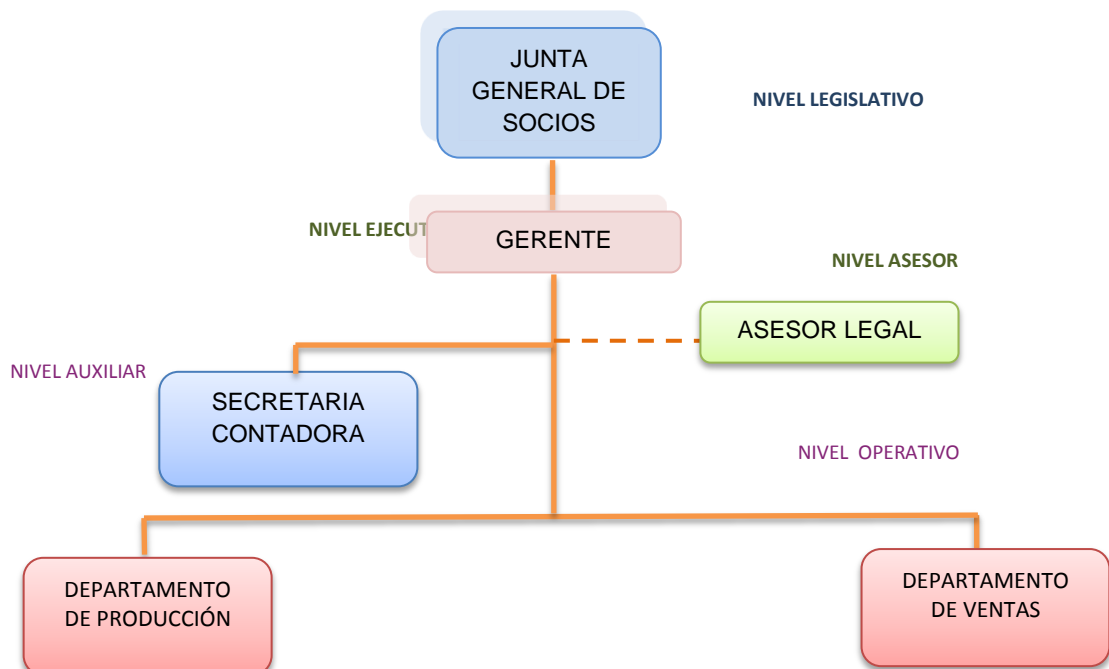
En este organigrama se presenta las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa de la Empresa.

Organigrama posicional:

Su principal objetivo es mostrar el número de empleados/ trabajadores que laboraran en cada uno de los departamentos, además se indica para mayor orientación los nombres, los puestos, remuneración y en la mayoría de empresas se indica también su número de teléfono ya sea de oficina u otros, para que de esta manera sea más fácil comunicarse con dichas personas.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA DE POLLO AHUMADO MARCK CIA. LTDA.

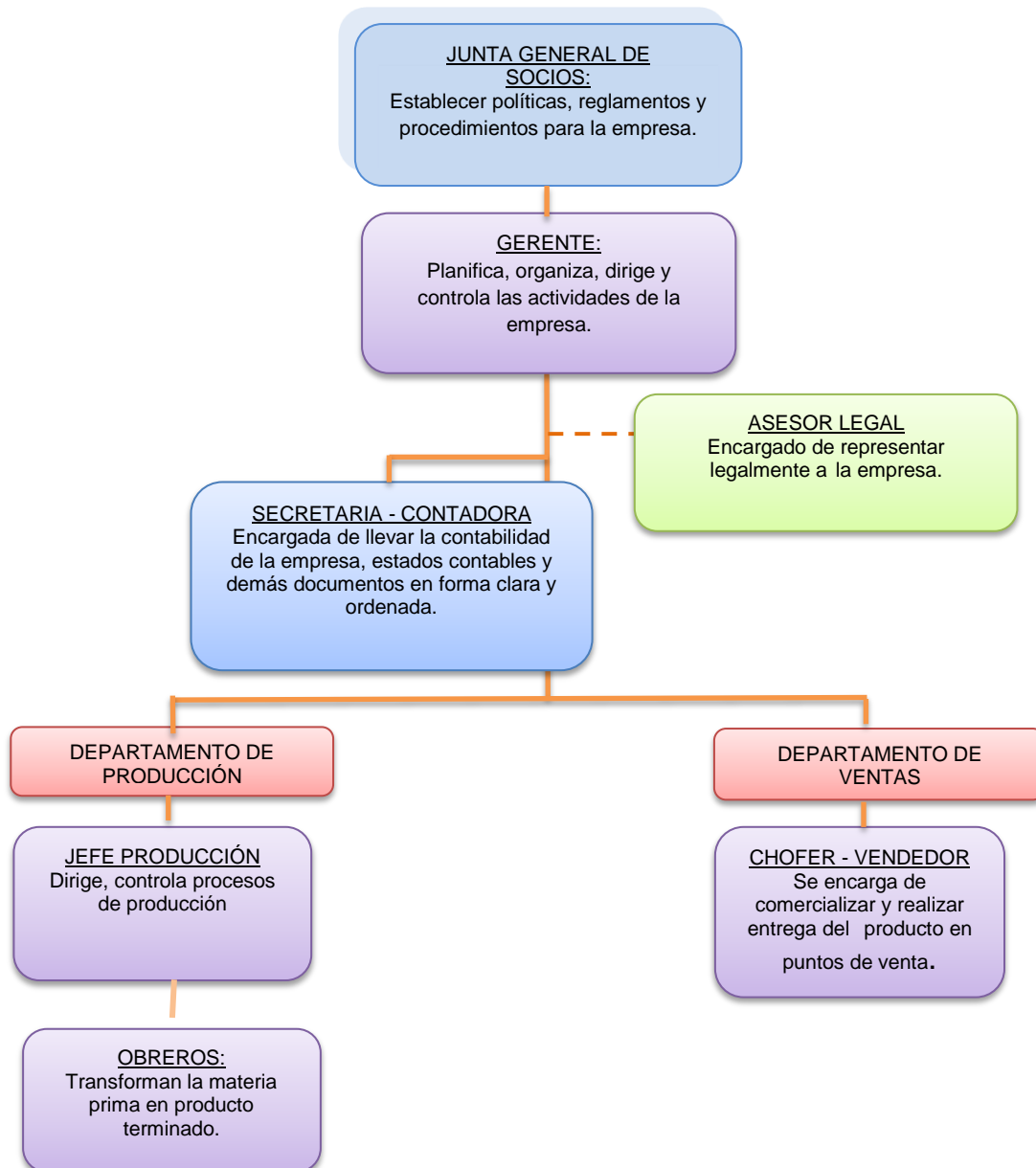
GRÁFICA 46



Elaborado: Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA DE POLLO AHUMADO MARCK CIA. LTDA.

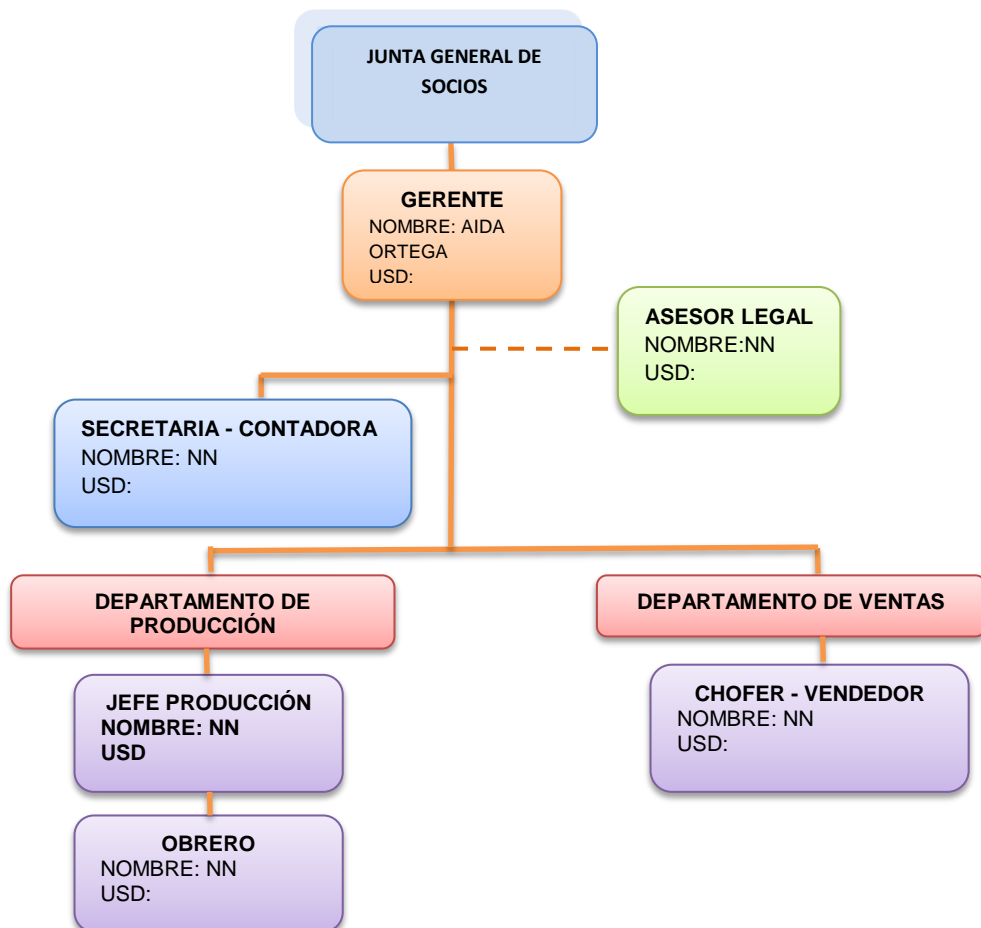
GRÁFICA 47



ELABORACIÓN: La Autora

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA DE POLLO AHUMADO MARCK CIA. LTDA.


GRÁFICA 48




Elaborado: Autora

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA DE POLLO AHUMADO MARCK CIA. LTDA.


El manual de funciones contiene información necesaria respecto de las tareas y actividades que se deben cumplir dentro de cada puesto de trabajo, para facilitar el buen desarrollo del personal de los distintos cargos de la empresa.

MANUAL DE FUNCIONES		
	NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE	NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO
	CÓDIGO: 001	DEPARTAMENTO: ADMINISTRACIÓN GENERAL
	SUBORDINADOS: TODO EL PERSONAL	JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS
NATURALEZA DEL PUESTO: Capacidad para dirigir, llevando a la organización a la obtención de los objetivos planteados, por medio de un equipo de personas y con los medios materiales de que se dispone, lo cual significa “gestionar” los recursos para alcanzar los fines.		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Planificación, Organización, Dirección y Control de las actividades de la Empresa. • Cumplir con las disposiciones dadas por la Junta de Socios. • Representar legalmente a la empresa ante terceros. • Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal. • Designar actividades a los empleados. • Supervisar todos los departamentos. • Realizar los registros correspondientes de la empresa • Realizar las transacciones necesarias. 		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad 		
RESPONSABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el personal a su cargo • Dinero • Equipos y Materiales • Resultados 		
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • EDUCACIÓN: Título Profesional de Ingeniero en Administración de Empresas. Conocimientos de comunicación Capacidad para trabajar en equipo • EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares. 		
Elaborado: Autora		

MANUAL DE FUNCIONES		
	NOMBRE DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO	NIVEL JERÁRQUICO: ASESOR
	CÓDIGO: 002	DEPARTAMENTO: ADMINISTRACIÓN GENERAL
	SUBORDINADOS: Ninguno	JEFE INMEDIATO: GERENTE JUNTA GENERAL DE SOCIOS
NATURALEZA DEL PUESTO: Asesorar en aspectos legales a la empresa para su buen funcionamiento.		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar trámites de carácter legal que la empresa requiera para su funcionamiento. • Asesorar a la empresa sobre asuntos de carácter legal. • Representar conjuntamente con el gerente judicialmente a la empresa. • Interpretar y emitir opinión respecto a las normas legales para su adecuada aplicación. • Participar cuando sea necesario en reuniones de la junta de accionistas. • Redactar Contratos de trabajo • Supervisar asuntos legales de la empresa • Asesorar al Gerente sobre asuntos legales 		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de Palabra 		
RESPONSABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Documentos de Carácter Legal y Confidencial 		
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • EDUCACIÓN: Título Universitario, Abogado, Doctor en Jurisprudencia. • EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares. 		
Elaborado: Autora		

MANUAL DE FUNCIONES		
	NOMBRE DEL PUESTO: SECRETARIA CONTADORA	NIVEL JERÁRQUICO: AUXILIAR
	CÓDIGO: 003	DEPARTAMENTO: ADMINISTRACIÓN GENERAL
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
<p>NATURALEZA DEL PUESTO:</p> <p>Proporcionar información contable y financiera en forma oportuna y confiable, así como cumplir con las obligaciones tributarias además de llevar los documentos encargados en forma clara y ordenada.</p>		
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar la contabilidad de la empresa. • Elaborar y revisar las declaraciones tributarias. • Elaborar los estados financieros. • Elaborar roles de pago. • Presentar y firmar los estados financieros al Gerente mensualmente. • Elaborar documentos pertinentes y necesarios requeridos para la empresa. • Presentar y firmar los documentos correspondientes. • Llevar en orden todos los documentos de la empresa. • Mantener informado de las transacciones al gerente. • Realizar las actividades encomendadas por el gerente. 		
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para digitar • Destreza en cálculos matemáticos <p>RESPONSABILIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentos Contables. 		
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • EDUCACIÓN: Título Profesional de Contador. • EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares. 		
<p>Elaborado: Autora</p>		

MANUAL DE FUNCIONES		
	NOMBRE DEL PUESTO: JEFE PRODUCCIÓN	NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO
	CÓDIGO: 004	DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO:		
Dirigir y organizar correcto uso de las Materias Primas y mantenimiento de equipo de la empresa.		
FUNCIONES:		
<ul style="list-style-type: none"> • Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación. • Realizar el control de calidad durante el proceso de producción. • Elaborar notas de pedido de materia prima. • Realizar informes para la gerencia • Efectuar control de inventarios • Monitorear el personal operativo • Efectuar control de calidad de los productos terminados 		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE		
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para cálculos • Destreza manual con máquinas 		
RESPONSABILIDAD:		
<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria y equipos. • Implementos entregados 		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Instrucción Formal: Superior • Título: Ingeniero en Industrias • Experiencia: Dos años en funciones similares 		
Elaborado: Autora		

MANUAL DE FUNCIONES		
	NOMBRE DEL PUESTO: OBRERO	NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO
	CÓDIGO: 005	DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO: Responsable del correcto uso de las Materias Primas		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Almacenar la materia prima • Limpiar la materia prima • Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo • Mantener la limpieza de equipos y herramientas • Evitar el desperdicio de materia prima. • Controlar que los materiales y las maquinarias se encuentren en buen estado. • Almacenar los productos terminados. • Informar al jefe de producción sobre inventario de materia prima y producto terminado 		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Destreza manual con máquinas y herramientas 		
RESPONSABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria • Implementos entregados 		
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • EDUCACIÓN: Título de bachiller • EXPERIENCIA MÍNIMA: 6 meses en funciones similares 		
Elaborado: Autora		

MANUAL DE FUNCIONES		
	NOMBRE DEL PUESTO: CHOFER - VENDEDOR	NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO
	CÓDIGO: 006	DEPARTAMENTO: VENTAS
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
<p>NATURALEZA DEL PUESTO:</p> <p>Su labor principal es la de comercializar el producto a los clientes que lo requieran y llevar el producto hacia los diferentes puntos de venta, ofreciéndoles una buena atención.</p>		
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercializar el producto, a los diferentes puntos de venta. • Llevar los registros de entrega de los pedidos entregados y solicitados. • Brindar una buena atención al cliente. • Realizar la entrega del producto, adquiridos por los Clientes. • Mantener aseo del vehículo a su cargo. • Y demás funciones que se le asignen. 		
<p>RESPONSABILIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable del equipo entregado, del dinero de caja. 		
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • EDUCACIÓN: Bachiller. • EXPERIENCIA MÍNIMA: 6 meses en funciones similares. 		
<p>Elaborado: Autora</p>		

ESTUDIO FINANCIERO

El desarrollo de este estudio financiero permite determinar en base a información de los estudios anteriores, analizar y cuantificar las inversiones de todos los recursos necesarios para la ejecución del proceso productivo.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO:

Al hablar de inversión se refiere a todos los activos y capital de trabajo requeridos para la implementación del proyecto en cuestión.

Activos fijos:

Los activos fijos son bienes de propiedad de la empresa estos pueden ser activos depreciables: que son aquellos que por el uso constante van perdiendo su valor (sufren depreciación) y activos no depreciables; son aquellos que de acuerdo al lugar donde se encuentren ganan plusvalía como terrenos, y patentes (si son propiedad de la empresa pero si no son propiedad de la empresa si se la compra es un activo diferido).

Construcciones:

Este rubro se refiere a las construcciones necesarias ya sea para las instalaciones de la planta de la empresa como cualquier otro tipo de ellas, en este caso se refiere a la construcción de un horno para la realización del proceso productivo.

Se muestran en el siguiente cuadro

CUADRO 40
Construcción Horno

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Ladrillos	100	\$ 0.08	\$ 8.00
Cemento	5	\$ 16.00	\$ 80.00
Grava (metros cúbicos)	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Rejilla	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Caja de Metal	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Mano de obra	1	\$ 150.00	\$ 150.00
TOTAL			\$ 693.00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Maquinaria y equipo:

La maquinaria con el respectivo equipo que la empresa requiere para iniciar por primera vez con el proceso productivo de Empaques de carne de pollo ahumado al vacío.

CUADRO 41
Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Empacadora y selladora al vacío	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Balanza	3	\$ 70.00	\$ 210.00
Frigorífico-Congelador	2	\$ 750.00	\$ 1,500.00
TOTAL			\$ 2,410.00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Herramientas de producción:

Para que la empresa empacadora de pollo ahumado al vacío lleve adecuadamente el proceso productivo necesita de herramientas apropiadas las mismas que se detallan a continuación.

Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Tinas – Gavetas	12	\$ 12.00	\$ 144.00
Tinas para escurrir	6	\$ 225.00	\$ 1,350.00
Fuentes de Acero Inoxidable con Parrilla	20	\$ 3.00	\$ 60.00
TOTAL			\$ 1,554.00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Utensilios:

Son los utensilios necesarios para el proceso productivo, esto es cuchillos cucharas, etc.

CUADRO 43 Utensilios

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cuchillos pequeños	6	\$ 18.00	\$ 108.00
Cuchillos grandes	6	\$ 6.00	\$ 36.00
Cucharas	3	\$ 2.00	\$ 6.00
Cernidor	12	\$ 1.00	\$ 12.00
TOTAL			\$ 162.00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Equipos de computación:

Son considerados como elementos de trabajo necesarios en una empresa, razón por la cual el costo de los equipos de cómputo ira junto con la reinversión considerando que este se deprecia a los tres años.

CUADRO 44
Equipo de Computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora de escritorio	4	\$ 580,00	\$ 2.320,00
Impresora	2	\$ 90,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 2.500,00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Equipos de oficina:

Comprende los equipos necesarios que adquiere la empresa, para la buena marcha del negocio. Entre el costo de los equipos de oficina que requerirá la empresa cuyo rubro se detalla a continuación:

CUADRO 45
Equipo de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Sumadora	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Teléfono	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Perforadora	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Grapadora	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Sello	1	\$ 8,00	\$ 8,00
TOTAL			\$ 173,00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Muebles y enseres: Representan cada uno de los mobiliarios administrativos y de producción que servirán para que el personal administrativo, de ventas y producción para que realice sus actividades, cuyo rubro se detalla a continuación:

CUADRO 46
Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mesa larga de acero inoxidable	4	\$ 125.00	\$ 500.00
Escritorio	2	\$ 85.00	\$ 170.00
Mesa de computadora	4	\$ 35.00	\$ 140.00
Archivadores	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Sillon Tipo Gerente	1	\$ 135.00	\$ 135.00
Silla giratoria	3	\$ 35.00	\$ 105.00
Sillas	4	\$ 25.00	\$ 100.00
Pechas	3	\$ 70.00	\$ 210.00
TOTAL			\$ 1,440.00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Equipo de Seguridad Industrial: Representan cada uno de equipos y materiales necesarios para la seguridad de los obreros e instalaciones de la planta, se detallan a continuación:

CUADRO 47
Equipo de Seguridad Industrial

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintidor	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Botiquín	1	\$ 40,00	\$ 40,00
TOTAL			\$ 85,00

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: El autor

Vehículo:

Equipo motorizado al servicio de la empresa. En el presente proyecto se necesitara una camioneta Furgoneta Chery Van que tiene un costo de \$13,999.00 cuyo valor se detalla en el presente cuadro:

CUADRO 48
Vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Furgoneta Chery Van	1	\$ 13.999,00	\$ 13.999,00
TOTAL			\$ 13.999,00

Fuente: Investigación Directa CINASCAR

ELABORACIÓN: La autora

RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

CUADRO 49
Inversiones en activos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Construcción Horno	\$ 693.00
Maquinaria y Equipo	\$ 2,410.00
Herramientas	\$ 1,554.00
Utensilios	\$ 162.00
Equipo de Computación	\$ 2,500.00
Equipo de Oficina	\$ 173.00
Muebles y Enseres	\$ 1,440.00
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 85.00
Vehículo	\$ 13,999.00
Imprevistos 5%	\$ 1,150.80
TOTAL	\$ 24,166.80

FUENTE: Cuadro 40 a 48

ELABORACIÓN: La autora

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al constituir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta 5 años, razón por la cual al ser considerados como un elemento importante dentro del estudio financiero de un proyecto se hace necesario realizar el presupuesto de estos activos que incluyen:

Estudios preliminares.- Que son los estudios de mercado técnico organizacional y financiero necesarios para el desarrollo del proyecto.

Gastos de Constitución.- Son los gastos necesarios para los asuntos legales de constitución de la compañía.

Permisos de funcionamiento.- Son los gastos necesarios para el permiso de municipio y bomberos.

CUADRO 50
Activos Diferidos

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Estudios Preliminares	\$ 500.00
Gastos de constitución	\$ 500.00
Permisos de funcionamiento Municipio	\$ 100.00
Permiso de Bomberos	\$ 50.00
Imprevistos 5%	\$ 57.50
TOTAL	\$ 1,207.50

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

Es el dinero que se requiere para comenzar a producir, para lo cual en el presente proyecto se hace necesario analizar los siguientes elementos utilizando la tasa de inflación del 4,16% del año 2013, datos obtenidos por INEC, instituto Nacional de estadísticas y censo.

MATERIA PRIMA DIRECTA:

Incluye todos aquellos materiales utilizados en la elaboración de los empaques de carne de pollo al vacío que se pueden identificar fácilmente con el mismo. Es por ello que en el presente proyecto la materia prima directa se considera al pollo

CUADRO 51
Materia Prima Directa

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Pollo	Unidad	20160	\$ 4,20	\$ 84.672,00
TOTAL				\$ 84.672,00

Fuente: Canal de Calderón y Llano Grande

ELABORACIÓN: La autora

MATERIA PRIMA INDIRECTA:

Son todos los materiales que se van a utilizar en la producción del pollo ahumado al vacío, que no se puedan identificar plenamente con los productos terminados, al considerarlo un elemento importante dentro del proceso de producción en el presente proyecto.

CUADRO 52
Materia Prima Indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	Requerimiento para 10 pollos	CAPACIDAD UTILIZADA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Aliño	Libras	1	20160	2016	\$ 1,50	\$ 3.024,00
Sal	Funda	1	20160	2016	\$ 0,70	\$ 1.411,20
Fundas Plásticas	Unidad	10	20160	20160	\$ 0,08	\$ 1.612,80
TOTAL						\$ 6.048,00

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Para determinar la cantidad necesaria de cada componente se procede a realizar una regla de 3 como se muestra a continuación

1 libra de aliño ----- 10 Pollos

X libras----- 20160 pollos

$$X = \frac{1 \text{ libra de aliño} \times 20160 \text{ pollos}}{10 \text{ Pollos}}$$

$$X = 2016 \text{ libra de aliño}$$

Se necesitan para 2016 libras de aliño para la producción de 20160 pollos ahumados

MATERIALES INDIRECTOS

Se consideran a los materiales que no son componentes del producto pero que sin embargo se necesitan para elaborarlo, en este caso carbón y leña

CUADRO 53
Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	Requerimiento para 50 pollos	CAPACIDAD UTILIZADA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Carbón	Sacos	1	20160	403	\$ 12,00	\$ 4.838,40
Leña (eucalipto)	Pila	1	20160	403	\$ 9,80	\$ 3.951,36
TOTAL						\$ 8.789,76

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

MANO DE OBRA DIRECTA:

Es la que interviene directamente para transformar la materia prima en producto terminado. En el presente proyecto se contará con dos obreros para el proceso productivo

CUADRO 54
Mano de Obra Directa Primer Año

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Obrero	340	41,31		28,33	28,33	\$ 437,98	2	\$ 10.511,44

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

Igualmente se calcula los valores para el segundo año, considerando los fondos de reserva

CUADRO 55
Mano de Obra Directa Segundo Año

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Obrero	340	41,31	28,33	28,33	28,33	\$ 466,31	2	\$ 11.191,44

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

MANO DE OBRA INDIRECTA:

Es la que interviene indirectamente para transformar la materia prima en producto terminado. En el presente proyecto se contará con el feje de producción.

CUADRO 56
Mano de Obra Indirecta Primer Año

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Jefe de Producción	400	48,60		33,33	28,33	\$ 510,27	1	\$ 6.123,20

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

Igualmente se calcula los valores para el segundo año, considerando los fondos de reserva

CUADRO 57
Mano de Obra Indirecta Segundo Año

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Jefe de Producción	400	48,60	33,33	33,33	28,33	\$ 543,60	1,00	\$ 6.523,20

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS:

Representa la retribución que el empleador le paga por el esfuerzo físico y mental de los empleados de la empresa, incluye el pago de todos los beneficios de ley que les corresponde, como se evidencia a continuación:

CUADRO 58
Sueldos Administrativos Primer Año

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Gerente	450	54,68		37,50	28,33	570,51	1	6846,10
Secretaria Contadora	360	43,74		30,00	28,33	462,07	1	5544,88
Chofer - Vendedor	340	41,31		28,33	28,33	437,98	1	5255,72
TOTAL						\$ 1.470,56		\$ 17.646,70

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

Igualmente se calcula los valores para el segundo año, considerando los fondos de reserva

CUADRO 59
Sueldos Administrativos Segundo Año

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Gerente	450	54,68	37,50	37,50	28,33	608,01	1	7296,10
Secretaria Contadora	360	43,74	30,00	30,00	28,33	492,07	1	5904,88
Chofer - Vendedor	340	41,31	28,33	28,33	28,33	466,31	1	5595,72
TOTAL						\$ 1.566,39		\$ 18.796,70

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

SUMINISTROS DE OFICINA:

Esta cuenta registra la existencia de materiales y útiles de oficina que se emplean para el desarrollo de todas las operaciones de la empresa, cuyo rubro se detalla a continuación:

CUADRO 60
Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	Unidad de medida	Cantidad	Costos	VALOR ANUAL
Cuaderno	Unidad	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Grapas	Caja	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Papel bond	Resma	3	\$ 3,80	\$ 11,40
Facturas	Libretín	12	\$ 18,00	\$ 216,00
Esferos	Unidad	4	\$ 0,30	\$ 1,20
Tinta de Impresora	Cartucho	3	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL				\$ 284,10

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

SERVICIOS BÁSICOS:

Dentro de los servicios básicos necesarios constan: agua potable, energía eléctrica, teléfono, cuyos rublos constaran en la siguiente tabla lo que se detalla considerando que son servicios comerciales:

CUADRO 61
Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	250	\$ 0,13	\$ 32,75	\$ 393,00
Teléfono	Minutos	300	\$ 0,04	\$ 12,40	\$ 148,80
Agua	m3	1200	\$ 0,02	\$ 24,00	\$ 288,00
TOTAL				\$ 69,15	\$ 829,80

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

ÚTILES DE ASEO:

En lo que respecta a este rubro el costo de los útiles de aseo se detalla en la presente tabla.

CUADRO 62
Útiles de Aseo

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
Guantes de latex	Caja	10	\$ 6,00	\$ 60,00
Mandil	Unidad	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Gorro	Caja	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Escoba	Unidad	2	\$ 2,70	\$ 5,40
Trapeador	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Recogedor	Unidad	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Fundas de basura	Rollo	24	\$ 1,20	\$ 28,80
Vileda	Unidad	24	\$ 0,70	\$ 16,80
Cloro	Galón	12	\$ 4,10	\$ 49,20
Desinfectante	Galón	12	\$ 3,00	\$ 36,00
Detergente	Funda	4	\$ 13,00	\$ 52,00
Papel Higiénico	Rollo	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Toallas de cocina	Rollo	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Lava vajillas	Tarrina	24	\$ 4,50	\$ 108,00
TOTAL				\$ 451,30

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

ARRIENDO:

Representa el pago que realizará la empresa por el contrato de un local adecuado, cuya finalidad es poner en funcionamiento el proyecto en estudio.

A continuación se detalla el valor del mismo:

CUADRO 63
Arriendo

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	Unidad	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
TOTAL				\$ 1.200,00	\$ 14.400,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

PUBLICIDAD:

Es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre el producto a través de los medios de comunicación con el objeto de motivar al público hacia una acción de consumo:

CUADRO 64
Publicidad

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas Radiales	Unidad	30	\$ 2,00	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL				\$ 60,00	\$ 720,00

FUENTE: Radio Hot 106

ELABORACIÓN: La autora

RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE

CUADRO 65
Resumen de Activo Circulante

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Materia Prima Directa	\$ 7.056,00
Materia Prima Indirecta	\$ 504,00
Materiales Indirectos	\$ 732,48
Mano de Obra Directa Primer Año	\$ 875,95
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 510,27
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 1.470,56
Suministros de Oficina	\$ 23,68
Servicios Básicos	\$ 69,15
Útiles de Aseo	\$ 37,61
Arriendo	\$ 1.200,00
Publicidad	\$ 60,00
Imprevistos 5%	\$ 626,98
Total de Activos Diferidos	\$ 13.166,68

FUENTE: Cuadro 51 al 64

ELABORACIÓN: La autora

RESUMEN DE LA INVERSIÓN:

A continuación se detalla el cuadro de resumen de la inversión en el cual consta, el resumen de activos fijos, los activos diferidos y capital de trabajo o denominado también activo circulante. Obteniendo como resultado de monto de inversión para el presente proyecto que es la cantidad de 38.187,33 dólares.

CUADRO 66
Inversión Total

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS		\$ 24,166.80	62.70%
Construcción Horno	\$ 693.00		
Maquinaria y Equipo	\$ 2,410.00		
Herramientas	\$ 1,554.00		
Utensilios	\$ 162.00		
Equipo de Computación	\$ 2,500.00		
Equipo de Oficina	\$ 173.00		
Muebles y Enseres	\$ 1,440.00		
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 85.00		
Vehículo	\$ 13,999.00		
Imprevistos 5%	\$ 1,150.80		
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 1,207.50	3.13%
Estudios Preliminares	\$ 500.00		
Gastos de constitución	\$ 500.00		
Permisos de funcionamiento Municipio	\$ 100.00		
Permiso de Bomberos	\$ 50.00		
Imprevistos 5%	\$ 57.50		
ACTIVO CIRCULANTE		\$ 13,166.68	34.16%
Materia Prima Directa	\$ 7,056.00		
Materia Prima Indirecta	\$ 504.00		
Materiales Indirectos	\$ 732.48		
Mano de Obra Directa Primer Año	\$ 875.95		
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 510.27		
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 1,470.56		
Suministros de Oficina	\$ 23.68		
Servicios Básicos	\$ 69.15		
Útiles de Aseo	\$ 37.61		
Arriendo	\$ 1,200.00		
Publicidad	\$ 60.00		
Imprevistos 5%	\$ 626.98		
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 38,540.98	100%

FUENTE: Cuadro 49, 50 y 53

ELABORACIÓN: La autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El financiamiento del proyecto explica la conveniencia o la mejor forma de cómo va a originarse los recursos requeridos, para cada uno de los rubros de las inversiones.

Para la puesta en marcha de la empresa se financiará a través de fuentes internas y fuentes externas, las mismas que son explicadas y detalladas a continuación:

- **FUENTE INTERNA:**

Para el presente proyecto, la inversión interna será cubierta por los socios cuyo monto es de; \$18,540.98 que representa el 48% de la inversión.

- **FUENTE EXTERNA:**

En vista de que la inversión total prevista tiene un valor elevado por los implementos requeridos, se necesita financiar con un crédito, esto para poner en marcha el presente proyecto; por lo que se recurre a una entidad bancaria como es el Banco Nacional de Fomento - B.N.F para a través del cual acceder a este capital, permitiendo cubrir el 15,20% de la inversión, el préstamo será por un valor de \$20.000,00 dólares con plazo de 4 años, con pagos mensuales.

CUADRO 67

Financiamiento		
FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	48	\$ 18,540.98
Crédito	52	\$ 20,000.00
TOTAL	100	\$ 38,540.98

FUENTE: Cuadro 66

ELABORACIÓN: La autora

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

Para la amortización del crédito que es de \$20.000,00 dólares, se realizó las operaciones correspondientes con la finalidad de determinar cuál es el interés que se prevé pagar por dicho crédito, la amortización, como se detalla a continuación

CUADRO 68**Tabla de Amortización de Crédito**

AÑO	CAPITAL	INTERÉS ANUAL 15,20%	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				\$ 20.000,00
1	\$ 416,67	\$ 253,33	\$ 670,00	\$ 19.583,33
2	\$ 416,67	\$ 248,06	\$ 664,72	\$ 19.166,67
3	\$ 416,67	\$ 242,78	\$ 659,44	\$ 18.750,00
4	\$ 416,67	\$ 237,50	\$ 654,17	\$ 18.333,33
5	\$ 416,67	\$ 232,22	\$ 648,89	\$ 17.916,67
6	\$ 416,67	\$ 226,94	\$ 643,61	\$ 17.500,00
7	\$ 416,67	\$ 221,67	\$ 638,33	\$ 17.083,33
8	\$ 416,67	\$ 216,39	\$ 633,06	\$ 16.666,67
9	\$ 416,67	\$ 211,11	\$ 627,78	\$ 16.250,00
10	\$ 416,67	\$ 205,83	\$ 622,50	\$ 15.833,33
11	\$ 416,67	\$ 200,56	\$ 617,22	\$ 15.416,67
12	\$ 416,67	\$ 195,28	\$ 611,94	\$ 15.000,00
13	\$ 416,67	\$ 190,00	\$ 606,67	\$ 14.583,33
14	\$ 416,67	\$ 184,72	\$ 601,39	\$ 14.166,67
15	\$ 416,67	\$ 179,44	\$ 596,11	\$ 13.750,00

16	\$ 416,67	\$ 174,17	\$ 590,83	\$ 13.333,33
17	\$ 416,67	\$ 168,89	\$ 585,56	\$ 12.916,67
18	\$ 416,67	\$ 163,61	\$ 580,28	\$ 12.500,00
19	\$ 416,67	\$ 158,33	\$ 575,00	\$ 12.083,33
20	\$ 416,67	\$ 153,06	\$ 569,72	\$ 11.666,67
21	\$ 416,67	\$ 147,78	\$ 564,44	\$ 11.250,00
22	\$ 416,67	\$ 142,50	\$ 559,17	\$ 10.833,33
23	\$ 416,67	\$ 137,22	\$ 553,89	\$ 10.416,67
24	\$ 416,67	\$ 131,94	\$ 548,61	\$ 10.000,00
25	\$ 416,67	\$ 126,67	\$ 543,33	\$ 9.583,33
26	\$ 416,67	\$ 121,39	\$ 538,06	\$ 9.166,67
27	\$ 416,67	\$ 116,11	\$ 532,78	\$ 8.750,00
28	\$ 416,67	\$ 110,83	\$ 527,50	\$ 8.333,33
29	\$ 416,67	\$ 105,56	\$ 522,22	\$ 7.916,67
30	\$ 416,67	\$ 100,28	\$ 516,94	\$ 7.500,00
31	\$ 416,67	\$ 95,00	\$ 511,67	\$ 7.083,33
32	\$ 416,67	\$ 89,72	\$ 506,39	\$ 6.666,67
33	\$ 416,67	\$ 84,44	\$ 501,11	\$ 6.250,00
34	\$ 416,67	\$ 79,17	\$ 495,83	\$ 5.833,33
35	\$ 416,67	\$ 73,89	\$ 490,56	\$ 5.416,67
36	\$ 416,67	\$ 68,61	\$ 485,28	\$ 5.000,00
37	\$ 416,67	\$ 63,33	\$ 480,00	\$ 4.583,33
38	\$ 416,67	\$ 58,06	\$ 474,72	\$ 4.166,67
39	\$ 416,67	\$ 52,78	\$ 469,44	\$ 3.750,00
40	\$ 416,67	\$ 47,50	\$ 464,17	\$ 3.333,33
41	\$ 416,67	\$ 42,22	\$ 458,89	\$ 2.916,67
42	\$ 416,67	\$ 36,94	\$ 453,61	\$ 2.500,00
43	\$ 416,67	\$ 31,67	\$ 448,33	\$ 2.083,33
44	\$ 416,67	\$ 26,39	\$ 443,06	\$ 1.666,67
45	\$ 416,67	\$ 21,11	\$ 437,78	\$ 1.250,00
46	\$ 416,67	\$ 15,83	\$ 432,50	\$ 833,33
47	\$ 416,67	\$ 10,56	\$ 427,22	\$ 416,67
48	\$ 416,67	\$ 5,28	\$ 421,94	\$ 0,00
TOTAL	\$ 20.000,00		\$ 14.623,33	

Fuente: Cuadro 67 BNF

Elaboración: La autora

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS.- A continuación se presentan las depreciaciones correspondientes de los activos fijos.

CUADRO 69
Depreciaciones

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	Reinversión
Horno	\$ 458,00	\$ 45,80	\$ 412,20	20	\$ 20,61	
Maquinaria y Equipo	\$ 2.410,00	\$ 241,00	\$ 2.169,00	10	\$ 216,90	
Herramientas y utensilios	\$ 1.716,00	\$ 171,60	\$ 1.544,40	10	\$ 154,44	
Equipo de Computación	\$ 2.500,00	\$ 250,00	\$ 2.250,00	3	\$ 750,00	\$ 2.812,00
Equipo de Oficina	\$ 173,00	\$ 17,30	\$ 155,70	3	\$ 51,90	\$ 194,59
Muebles y Enseres	\$ 1.360,00	\$ 136,00	\$ 1.224,00	5	\$ 244,80	
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 85,00	\$ 8,50	\$ 76,50	5	\$ 15,30	
Vehículo	\$ 13.999,00	\$ 1.399,90	\$12.599,10	5	\$ 2.519,82	

Fuente: Cuadro 66- proyección de los valores de activos con la tasa de inflación acumulada por 3 años, Ref año 2013 (4,16%)

Elaboración: La autora

Depreciaciones de Reinversión de activos Fijos.- A continuación se presentan las depreciaciones correspondientes de los equipos de cómputo y equipo de oficina que es el activo que se debe reinvertir ya que se deprecia totalmente hasta el año 3

CUADRO 70
Depreciaciones de Reinversiones

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Computación	\$ 2.812,00	\$ 281,20	\$ 2.530,80	3	\$ 843,60
Equipo de Oficina	\$ 194,59	\$ 19,46	\$ 175,13	3	\$ 58,38

Fuente: Cuadro 69

Elaboración: La autora

Amortizaciones.- A continuación se presenta la amortización de los activos diferidos y crédito.

CUADRO 71
Amortizaciones

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.207,50	5	\$ 241,50
CRÉDITO	\$ 20.000,00	4	\$ 5.000,00

Fuente: Cuadro 66 y 68

Elaboración: La autora

PRESUPUESTOS DE COSTOS

Los presupuestos de operación incluyen el detalle de todas las actividades necesarias para los periodos de vida útil del proyecto, que son 5 Años, en lo que se refiere a los costos que deberán incurrirse respecto al proceso de producción como: Costo primo y los costos generales de fabricación o producción, gastos de operación en los cuales se incluye los gastos de administración y ventas, los gastos financieros y otros gastos en los cuales se ubicó la amortización del activo diferido.

CUADRO 72
Presupuesto de Costos y Gastos

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO	\$ 110,021.20	\$ 114,840.81	\$ 119,618.18	\$ 124,594.30	\$ 129,777.42
Materia Prima Directa	\$ 84,672.00	\$ 88,194.36	\$ 91,863.24	\$ 95,684.75	\$ 99,665.24
Materia Prima Indirecta	\$ 6,048.00	\$ 6,299.60	\$ 6,561.66	\$ 6,834.63	\$ 7,118.95
Materiales Indirectos	\$ 8,789.76	\$ 9,155.41	\$ 9,536.28	\$ 9,932.99	\$ 10,346.20
Mano de Obra Directa Primer Año	\$ 10,511.44	\$ 11,191.44	\$ 11,657.00	\$ 12,141.94	\$ 12,647.04
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 39,735.10	\$ 41,949.25	\$ 43,694.34	\$ 45,512.03	\$ 47,405.33
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 6,123.20	\$ 6,523.20	\$ 6,794.57	\$ 7,077.22	\$ 7,371.63
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 17,646.70	\$ 18,796.70	\$ 19,578.64	\$ 20,393.11	\$ 21,241.47
Suministros de Oficina	\$ 284.10	\$ 295.92	\$ 308.23	\$ 321.05	\$ 334.41
Servicios Básicos	\$ 829.80	\$ 864.32	\$ 900.28	\$ 937.73	\$ 976.74
Útiles de Aseo	\$ 451.30	\$ 470.07	\$ 489.63	\$ 510.00	\$ 531.21
Arriendo	\$ 14,400.00	\$ 14,999.04	\$ 15,623.00	\$ 16,272.92	\$ 16,949.87
GASTOS DE VENTAS	\$ 720.00	\$ 749.95	\$ 781.15	\$ 813.65	\$ 847.49
Publicidad	\$ 720.00	\$ 749.95	\$ 781.15	\$ 813.65	\$ 847.49
DEPRECIACIONES	\$ 3,984.17	\$ 3,984.17	\$ 3,984.17	\$ 4,084.24	\$ 4,084.24
Construcción Horno	\$ 31.19	\$ 31.19	\$ 31.19	\$ 31.19	\$ 31.19
Maquinaria y Equipo	\$ 216.90	\$ 216.90	\$ 216.90	\$ 216.90	\$ 216.90
Herramientas	\$ 139.86	\$ 139.86	\$ 139.86	\$ 139.86	\$ 139.86
Equipo de Computación	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 843.60	\$ 843.60
Equipo de Oficina	\$ 51.90	\$ 51.90	\$ 51.90	\$ 58.38	\$ 58.38
Muebles y Enseres	\$ 259.20	\$ 259.20	\$ 259.20	\$ 259.20	\$ 259.20
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 15.30	\$ 15.30	\$ 15.30	\$ 15.30	\$ 15.30
Vehículo	\$ 2,519.82	\$ 2,519.82	\$ 2,519.82	\$ 2,519.82	\$ 2,519.82
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2,933.17	\$ 2,173.17	\$ 1,413.17	\$ 653.17	\$ 241.50
Amortización de Activo Diferido	\$ 241.50	\$ 241.50	\$ 241.50	\$ 241.50	\$ 241.50
Interese de Préstamo	\$ 2,691.67	\$ 1,931.67	\$ 1,171.67	\$ 411.67	
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 157,393.63	\$ 163,697.34	\$ 169,491.01	\$ 175,657.38	\$ 182,355.98

Fuente: Cuadro 66 al 71 tasa de inflación año 2013 4,16%

Elaboración: La autora

INGRESOS TOTALES

Los ingresos constituyen el beneficio de la venta de los productos o servicios que genera el proyecto.

En los ingresos que se han establecido en la vida útil de la empresa, tal como se indica en el cuadro siguiente, con un margen de utilidad del 20%, con lo cual se pudo establecer que cada pollo ahumado tendrá un costo de 9,67 dólares.

CUADRO 73
Ingresos Totales

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD 20%	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
1	\$ 157,393.63	20160	\$ 7.81	\$ 1.56	\$ 9.37	\$ 188,872.36
2	\$ 163,697.34	21420	\$ 7.64	\$ 1.53	\$ 9.17	\$ 196,436.81
3	\$ 169,491.01	22680	\$ 7.47	\$ 1.49	\$ 8.97	\$ 203,389.21
4	\$ 175,657.38	23940	\$ 7.34	\$ 1.47	\$ 8.80	\$ 210,788.86
5	\$ 182,355.98	23940	\$ 7.62	\$ 1.52	\$ 9.14	\$ 218,827.18

Fuente: Cuadro 40 y 72

Elaboración: La autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que presenta en forma resumida el comportamiento de los ingresos y egresos obtenidos en un periodo contable, generalmente anual y durante la vida útil del proyecto, es decir que refleja la rentabilidad o resultados obtenidos de la empresa.

Los respectivos cálculos se detallan a continuación en el siguiente cuadro, en donde del total de los ingresos, se deducen los costos correspondientes

de producción y operación, luego el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, luego el 25% de impuesto a la renta y finalmente el 10% de reserva legal, de este resultado se obtiene la utilidad neta de cada año.

INGRESOS

Los ingresos están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos, en el presente caso para las ventas tendrán un 20% de utilidad por cada pollo ahumado empacado al vacío.

EGRESOS

Los egresos se forman por la sumatoria de: Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación, Gastos Financieros y Otros gastos.

CUADRO 74
Estado de Pérdidas y Ganancias

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Por Ventas	\$ 188,872.36	\$ 196,436.81	\$ 203,389.21	\$ 210,788.86	\$ 218,827.18
(-) Costo Total	\$ 157,393.63	\$ 163,697.34	\$ 169,491.01	\$ 175,657.38	\$ 182,355.98
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 31,478.73	\$ 32,739.47	\$ 33,898.20	\$ 35,131.48	\$ 36,471.20
(-) 15% Utilidad a Trabajadores	\$ 4,721.81	\$ 4,910.92	\$ 5,084.73	\$ 5,269.72	\$ 5,470.68
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 26,756.92	\$ 27,828.55	\$ 28,813.47	\$ 29,861.75	\$ 31,000.52
(-) 25% de impuestos a la renta	\$ 6,689.23	\$ 6,957.14	\$ 7,203.37	\$ 7,465.44	\$ 7,750.13
(=) Utilidad neta del ejercicio	\$ 20,067.69	\$ 20,871.41	\$ 21,610.10	\$ 22,396.32	\$ 23,250.39
(-) 10% Reserva Legal	\$ 2,006.77	\$ 2,087.14	\$ 2,161.01	\$ 2,239.63	\$ 2,325.04
(=) Utilidad Líquida para Socios	\$ 18,060.92	\$ 18,784.27	\$ 19,449.09	\$ 20,156.68	\$ 20,925.35

Fuente: Cuadro 72 y 73

Elaboración: La autora

CLASIFICACIÓN DE COSTO

La determinación de costos surge como consecuencia lógica y fundamental del propio estudio técnico, ya que este permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto.

COSTOS FIJOS:

Los costos fijos se consideran teniendo como base la referencia de todos aquellos costos que no se relacionan con la producción, es decir que exista o no producción deben ser cancelados como: Sueldos y salarios, arriendo, interés del crédito, útiles de oficina, servicios básicos de administración y ventas, utensilios de aseo, otros.

COSTOS VARIABLES:

Al referirse a los costos variables, se considera a todos aquellos que tienen relación con la producción como: Materia prima directa, Mano de obra directa, Materia prima indirecta, otros.

De acuerdo a esto se realiza a continuación la siguiente clasificación:

CUADRO 75
Costos Fijos y Variables

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	\$ 0.00	\$ 110,021.20	\$ 0.00	\$ 129,777.42
Materia Prima Directa		\$ 84,672.00		\$ 99,665.24
Materia Prima Indirecta		\$ 6,048.00		\$ 7,118.95
Materiales Indirectos		\$ 8,789.76		\$ 10,346.20
Mano de Obra Directa Primer Año		\$ 10,511.44		\$ 12,647.04
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 39,735.10	\$ 0.00	\$ 47,405.33	\$ 0.00
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 6,123.20		\$ 7,371.63	
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 17,646.70		\$ 21,241.47	
Suministros de Oficina	\$ 284.10		\$ 334.41	
Servicios Básicos	\$ 829.80		\$ 976.74	
Útiles de Aseo	\$ 451.30		\$ 531.21	
Arriendo	\$ 14,400.00		\$ 16,949.87	
GASTOS DE VENTAS	\$ 720.00	\$ 0.00	\$ 847.49	\$ 0.00
Publicidad	\$ 720.00		\$ 847.49	
DEPRECIACIONES	\$ 3,984.17	\$ 0.00	\$ 4,084.24	\$ 0.00
Construcción Horno	\$ 31.19		\$ 31.19	
Maquinaria y Equipo	\$ 216.90		\$ 216.90	
Herramientas	\$ 139.86		\$ 139.86	
Equipo de Computación	\$ 750.00		\$ 843.60	
Equipo de Oficina	\$ 51.90		\$ 58.38	
Muebles y Enseres	\$ 259.20		\$ 259.20	
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 15.30		\$ 15.30	
Vehículo	\$ 2,519.82		\$ 2,519.82	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2,933.17	\$ 0.00	\$ 241.50	\$ 0.00
Amortización de Activo Diferido	\$ 241.50		\$ 241.50	
Interese de Préstamo	\$ 2,691.67		\$ 0.00	
TOTAL DE COSTO	\$ 47,372.43	\$ 110,021.20	\$ 52,578.56	\$ 129,777.42

Fuente: Cuadro 72

Elaboración: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

Al punto de equilibrio se lo define como el punto de balance entre ingresos y egresos, mismo que determina el volumen de ventas que se debe alcanzar con un producto hasta que la empresa llegue al punto de equilibrio, es decir que no tenga ni pérdidas ni ganancias, en otras palabras es una técnica útil que sirve para estudiar las relaciones entre los costos fijos, variables y los beneficios.

Una de las ventajas de realizar el análisis del punto de equilibrio es que permita conocer la capacidad mínima con la que se debe operar la maquinaria por lo que si se trabaja con un porcentaje menor al resultado, la empresa registraría pérdidas más no utilidades.

Según el presente proyecto se calcula para el primer y quinto año de vida útil del mismo.

AÑO 1 MATEMÁTICAMENTE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 47,372.43}{\$ 188,872.36 - \$ 110,021.20} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 47,372.43}{\$ 78,851.16} \times 100$$

$$PE = \boxed{60.08 \%}$$

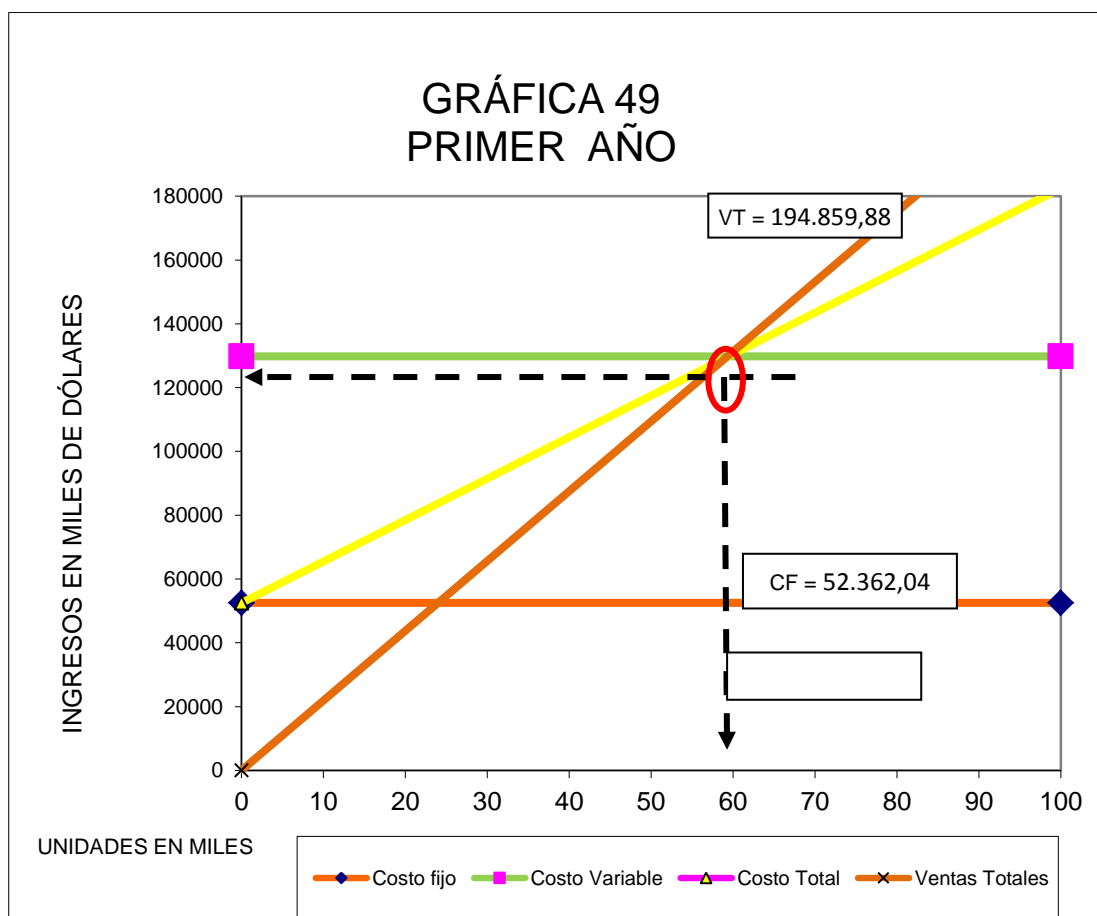
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 47,372.43}{1 - \frac{\$ 110,021.20}{\$ 188,872.36}}$$

$$PE = \frac{\$ 47,372.43}{1 - 0.5825162}$$

$$PE = \boxed{\$ 113,471.29}$$



AÑO 5
MATEMÁTICAMENTE
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 52,578.56}{\$ 218,827.18 - \$ 129,777.42} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 52,578.56}{\$ 89,049.76} \times 100$$

$$PE = \boxed{59.04 \%}$$

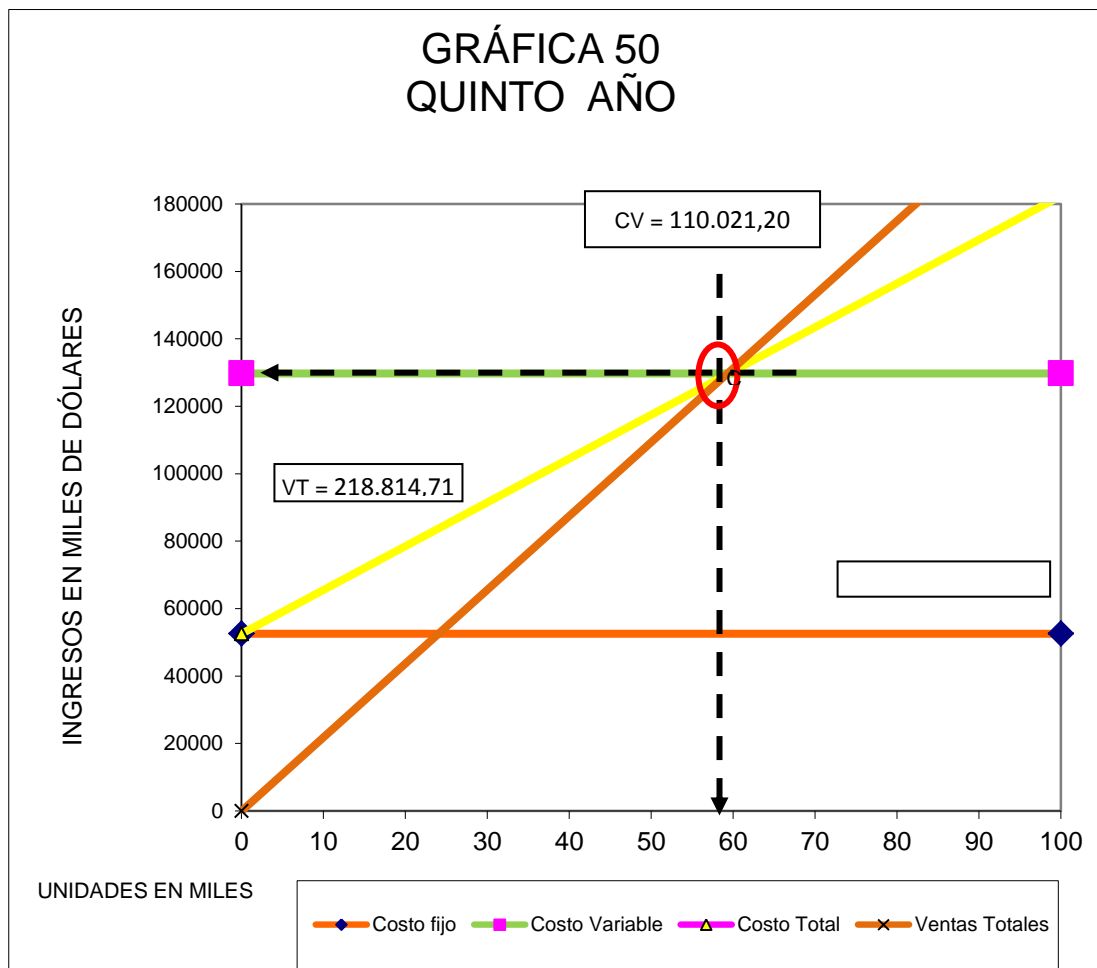
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 52,578.56}{1 - \frac{\$ 129,777.42}{\$ 218,827.18}}$$

$$PE = \frac{\$ 52,578.56}{1 - 0.593059}$$

$$PE = \boxed{\$ 129,204.38}$$



FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un indicador importante de proyección, referente a los ingresos totales y egresos totales; los primeros corresponden a las ventas y a los valores residuales, mientras que los segundos son los costos totales menos los presupuestos de producción, las depreciaciones y la amortización del activo diferido y el reparto de utilidades e impuestos. El Flujo de Caja

permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

CUADRO 76
Flujo de Caja

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS		\$ 188,872.36	\$ 196,436.81	\$ 203,389.21	\$ 210,788.86	\$ 218,827.18
Capital	\$ 38,540.98					
(+) Valor Residual				\$ 267.30		\$ 1,552.40
TOTAL DE INGRESOS	\$ 38,540.98	\$ 188,872.36	\$ 196,436.81	\$ 203,656.51	\$ 210,788.86	\$ 220,379.58
EGRESOS						
Activos Fijos	\$ 24,166.80					
Activos Diferidos	\$ 1,207.50					
Activos Circulantes	\$ 13,166.68					
Reinversión					\$ 3,006.59	
(-) COSTO TOTAL		\$ 157,393.63	\$ 163,697.34	\$ 169,491.01	\$ 175,657.38	\$ 182,355.98
TOTAL DE EGRESOS	\$ 38,540.98	\$ 157,393.63	\$ 163,697.34	\$ 169,491.01	\$ 178,663.97	\$ 182,355.98
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 0	\$ 31,478.73	\$ 32,739.47	\$ 33,898.20	\$ 35,131.48	\$ 36,471.20
(-) 15% Utilidad a los Trabajadores		\$ 4,721.81	\$ 4,910.92	\$ 5,084.73	\$ 5,269.72	\$ 5,470.68
(=) Utilidad Antes de Impuestos		\$ 26,756.92	\$ 27,828.55	\$ 28,813.47	\$ 29,861.75	\$ 31,000.52
(-) 25% De Impuesto a la Renta		\$ 6,689.23	\$ 6,957.14	\$ 7,203.37	\$ 7,465.44	\$ 7,750.13
(=) Utilidad Líquida del Ejercicio		\$ 20,067.69	\$ 20,871.41	\$ 21,610.10	\$ 22,396.32	\$ 23,250.39
(+) Depreciaciones		\$ 725.24	\$ 725.24	\$ 725.24	\$ 773.28	\$ 773.28
(+) Amortizaciones		\$ 2,668.00	\$ 2,668.00	\$ 168.00	\$ 168.00	\$ 168.00
FLUJO NETO	\$ 0	\$ 23,460.93	\$ 24,264.66	\$ 22,503.35	\$ 23,337.60	\$ 24,191.67

Fuente: Cuadro 66, 68, y 69 al 71

Elaboración: La autora

El valor de la reinversión es calculado de la suma de las reinversiones de equipo de cómputo y de oficina que es de \$ 2,812.00 y \$ 194.59, respectivamente

VALOR ACTUAL NETO - VAN:

El Valor Actual Neto es uno de los métodos que consiste en determinar el valor de los flujos netos de caja a través de la vida útil del proyecto.

El VAN no es más que la sumatoria de todos los beneficios netos multiplicados por el factor de actualización. Para representar en valores actuales el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de su vida útil, es decir el retorno liquido actualizado generado por el proyecto

Por esta razón si el VAN de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse y si es negativo debe rechazarse. Las inversiones con VAN positivos incrementan el valor de la empresa, puesto que tienen un mayor rendimiento.

**CUADRO 77
VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15.20%	VALOR ACTUALIZADO
0	38,540.98		
1	23,460.93	0.868055556	20,365.39
2	24,264.66	0.753520448	18,283.91
3	22,503.35	0.654097611	14,719.39
4	23,337.60	0.567793065	13,250.92
5	24,191.67	0.492875924	11,923.49
Sumatoria valor actualizado			78,543.11
Inversión			38,540.98
Reinversión 4to año			3,006.59
VAN AL 15%			36,995.54

Fuente: Cuadro 76

Elaboración: La autora

ANÁLISIS

Ya que el VAN presenta un valor positivo de \$ 36,995.54, es aceptable la inversión

TASA INTERNA DE RETORNO - TIR:

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto, se puede interpretar a la TIR – Tasa Interna de Rentabilidad, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión.

CRITERIOS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO - TIR:

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

TASA INTERNA DE RETORNO – TIR

CUADRO 78
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		48.00%		49.00%	
0	38,540.98				
1	23,460.93	0.675675676	15,851.98	0.67114094	15,745.59
2	24,264.66	0.456537619	11,077.73	0.450430161	10,929.53
3	22,503.35	0.308471364	6,941.64	0.302302121	6,802.81
4	23,337.60	0.208426597	4,864.18	0.20288733	4,734.90
5	24,191.67	0.140828782	3,406.88	0.136165993	3,294.08
		Valor actualizado	42,142.41	Valor actualizado	41,506.92
		Inversión	38,540.98	Inversión	38,540.98
		Reinversión	3,006.59	Reinversión 4to año	3,006.59
		VAN MENOR	594.84	VAN MAYOR	-40.65

Fuente: Cuadro 65

Elaboración: El autor

$$\text{TIR} = T_m + Dt (\quad \text{VAN menor} \quad)$$

VAN menor - VAN mayor

$$\text{TIR} = 0.48 + 1 \left(\frac{594.84}{635.49} \right)$$

$$\text{TIR} = 48.94\%$$

ANÁLISIS:

Luego de realizados y analizados los cálculos respectivos con relación a la Tasa Interna de Retorno – TIR, se obtienen los siguientes resultados, que esta es de 48.94% lo que se considera aceptable para el desarrollo del proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO:

Este indicador se interpreta como la cantidad de unidades monetarias obtenidas por cada dólar invertido.

Para el desarrollo de la relación beneficio costo se considera como factor de actualización el mismo que se aplicó en el VAN (Valor Actual Neto) considerando la formula correspondiente, además de tomar en cuenta los ingresos y egresos.

CUADRO 79
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN 15.20%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACIÓN 15%	INGRESO ACTUALIZADO
1	157,393.63	0.868055556	136,626.42	188,872.36	0.868055556	163,951.70
2	163,697.34	0.753520448	123,349.29	196,436.81	0.753520448	148,019.15
3	169,491.01	0.654097611	110,863.66	203,389.21	0.654097611	133,036.39
4	175,657.38	0.567793065	99,737.04	210,788.86	0.567793065	119,684.45
5	182,355.98	0.492875924	89,878.87	218,827.18	0.492875924	107,854.65
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			560,455.29	INGRESO ACTUALIZADO		672,546.35

Fuente: Cuadro 73

Elaboración: El autor

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

$$R B/C = \frac{672,546.35}{560,455.29} = 1.20$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días, para calcularlo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

CUADRO 80 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	Flujo acumulado
0	\$ 38,540.98		
1		23,460.93	23,460.93
2		24,264.66	47,725.59
3		22,503.35	70,228.93
4	3,006.59	23,337.60	93,566.53
5		24,191.67	117,758.20

Fuente: Cuadro 77

Elaboración: La Autora

$$PRI = 1 + \frac{41,547.57 - 23,460.93}{24,264.66}$$

$$PRI = 1.7454$$

$$PRI = 1 \text{ AÑOS}$$

$$PRI = 0.7454 \times 12 = 8.9447 = 8 \text{ MESES}$$

$$\text{PRI} = 0.9447 \times 30 = 28.340 = \mathbf{28 \text{ DÍAS}}$$

ANÁLISIS:

Una vez analizado el periodo de recuperación de capital se obtiene los siguientes resultados: que el monto de la inversión que es de \$ 38.187,33 se recupera en un periodo de tiempo de 1 año, 8 meses y 28 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es importante y conveniente en el proyecto efectuar el análisis de sensibilidad, porque a través de este se trata de medir si le afectan o no al proyecto dos situaciones que se dan en una economía que son el incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conoce las condiciones que se espera del futuro. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los costos y los ingresos, por ello el análisis de sensibilidad se lo efectúa tomando como parámetros un incremento en los y una disminución en los ingresos.

Para la toma de decisiones se debe considerar que:

- ✓ Cuando el proyecto es mayor a uno el proyecto es sensible.
- ✓ Cuando el proyecto es menor a uno el proyecto no es sensible.

En este caso el proyecto soporta el incremento del 9,33% de los costos y una disminución de 7,68% de los ingresos, como se muestra en los cuadros siguientes.

CUADRO 81
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 9,33% DE LOS COSTOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 9.33%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	32.00%	VAN MAYOR	33.00%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-38,540.98		-38,540.98
Reinversión						-3,006.59		-3,006.59
1	157,393.63	172,078.46	188,872.36	16,793.90	0.757575758	12722.65	0.751879699	12626.9929
2	163,697.34	178,970.30	196,436.81	17,466.51	0.573921028	10024.40	0.565323082	9874.21923
3	169,491.01	185,304.52	203,389.21	18,084.69	0.434788658	7863.02	0.425054949	7686.98715
4	175,657.38	192,046.21	210,788.86	18,742.64	0.329385347	6173.55	0.319590187	5989.96462
5	182,355.98	199,369.80	218,827.18	19,457.38	0.249534354	4855.29	0.240293374	4675.48034
						91.34		-693.92

Fuente: Cuadros 73, 77 y 78

Elaboración: El autor

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 64 + 1 \left(\frac{-34.13}{-787.50} \right) = \mathbf{33.04\%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = Tir \text{ Proyecto} - Nueva TIR = 48.94\% - 33.043\% = 15.89\%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = Diferencia TIR / TIR \text{ del proyecto} = 0.16 / 48.94\% = 32.48\%$$

$$\text{Sensibilidad} = Porcentaje de variación / Nueva TIR = 32.48\% / 33.043\% = \mathbf{0.99999}$$

CUADRO 82
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 7,46% DE LOS INGRESOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 7.46%	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	33%	VAN MAYOR	34%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-38,540.98		-38,540.98
Reinversión						-3,006.59		-3,006.59
1	157,393.63	188,872.36	174,782.48	17,388.85	0.751879699	13074.32	0.746268657	12976.753
2	163,697.34	196,436.81	181,782.62	18,085.28	0.565323082	10224.03	0.556916908	10072.000
3	169,491.01	203,389.21	188,216.37	18,725.37	0.425054949	7959.31	0.415609633	7782.443
4	175,657.38	210,788.86	195,064.01	19,406.63	0.319590187	6202.17	0.310156442	6019.091
5	182,355.98	218,827.18	202,502.67	20,146.69	0.240293374	4841.12	0.231460032	4663.153
						753.38		-34.13

Fuente: Cuadros 73, 77 y 78

Elaboración: El autor

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 64 + 1 \left(\frac{-34.13}{-787.50} \right) = \mathbf{33.04\%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = \text{Tir Proyecto} - \text{Nueva TIR} = 48.94\% - 33.043\% = 15.89\%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = \text{Diferencia TIR} / \text{TIR del proyecto} = 0.16 / 48.94\% = 32.48\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \text{Porcentaje de variación} / \text{Nueva TIR} = 32.48\% / 33.043\% = \mathbf{0.99999}$$

h. CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación, se determinó varias conclusiones relacionadas con el desarrollo del presente trabajo, entre las cuales constan:

- ❖ Al analizar el estudio de mercado se puede evidencia que existe una demanda potencial de 311,623 familias
- ❖ La demanda real está conformada por el 85% de la demanda potencial es decir 265,343 familias, mientas que para la demanda efectiva fue de 4,143,952 kilos de pollo ahumando.
- ❖ La oferta total del proyecto se calculó en 109408 kilos de pollo ahumado y la demanda insatisfecha fue de 2689696 pollos ahumados de 1,5 kilos
- ❖ La capacidad instalada del proyecto se pudo establecer en 25200 pollos ahumados, y se trabajará para el primer año de vida útil con el 80% de ella es decir 20160 pollos ahumados de 1,5 kilos
- ❖ El producto que se pretende ofrecer se ha diseñado de acuerdo a las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores, lo cual manifestaron a través de la encuesta, esto con la finalidad de que se pueda satisfacer la necesidad de una alimentación sana.
- ❖ Para la ubicación de la empresa se consideró un lugar que reúne todas las condiciones necesarias para llevar a cabo con el proceso de producción y comercialización, sin que exista ningún contratiempo para ello, el cual cuenta con todos los servicio básico necesarios.
- ❖ De esta manera al igual se concluye que a través de este proceso productivo se contribuye al cuidado del medio ambiente puesto que al

momento de ofrecer el producto se considera de gran importancia evitar malos olores, que se mezclen con el ambiente y que por ende que se contamine.

- ❖ Para el desarrollo del presente proyecto luego de analizar cada uno de los rubros necesarios como los activos fijos, diferidos y circulantes se determina que para este proyecto de inversión se requiere un monto de \$ 38.540,98.
- ❖ El costo unitario del producto será de \$ 7,81 con un margen de utilidad de 20% llegará la mercado con precio de venta de \$ 9,37, obteniendo ingresos totales para el primer año por un valor de \$ 188.872,36.
- ❖ Luego de realizada y analizada la etapa de evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al indicador VAN (Valor Actual Neto) del presente proyecto da un valor positivo que es de \$ 36,995.54, lo que indica que el proyecto es conveniente para su ejecución, la TIR es de 48,94% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto de inversión de la empresa empacadora de carne de pollo ahumado al vacío.
- ❖ Se concluye después de realizar las operaciones correspondientes al periodo de recuperación de capital que el tiempo requerido para recuperar la inversión del proyecto será de 1 año, 8 meses 28 días, con una relación beneficio costo de 0,20 centavos por cada dólar invertido.
- ❖ El análisis de sensibilidad demuestra que el proyecto soporta un 9,33% de incremento de los costos y un 7,46% de disminución de los ingresos

i. RECOMENDACIONES

Al haber concluido con el presente trabajo investigativo, se consideró realizar las siguientes recomendaciones:

- ❖ Se recomienda poner en práctica el presente proyecto ya que será un aporte importante para la sociedad y economía de la ciudad de Quito
- ❖ Para que el producto tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena publicidad, a fin de lograr difundir las características de este producto y los beneficios que ofrece el mismo a la comunidad de la ciudad de Quito.
- ❖ La contratación de mano de obra local es importante ya que de esta manera se logra aportar con fuentes de trabajo para la sociedad de la Ciudad de Quito y de la provincia de Pichincha.
- ❖ Para asegurar el mercado se debe cumplir con todos los requisitos como: permisos legales pertinentes, registro sanitario, y todos los trámites correspondientes para luego comerciar el producto.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ANZOLA ROJAS, Sérvulo; (2007); *Administración de Pequeñas Empresas*, Sexta Edición; Editorial Mc Graw Hill, México D. F.
- ARBOLEDA VÉLEZ, Germán; (2007); *Proyectos: Formulación, Evaluación y Control*; Cuarta Edición; Editorial Prentice Hall Interamericana; México.
- BACA URBINA, Gabriel; (2008); *Evaluación de Proyectos*; Quinta Edición; Editorial McGraw Hill; Colombia.
- BYARS LLOYD, L., y LESLIES W. Rue; (2008); *Gestión de Recursos Humanos*; Quinta Edición; Editorial Irwin; Madrid España.
- COHEN, E. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Editorial Siglo XXI. México D. F. Pág. 89.
- COLOMA, F. (2006). *Evaluación social de Proyectos de Inversión*. Asociación Internacional de Fomento.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José; (2009); *Gestión de Proyectos*; Sexta Edición; M & M Editores; Bogotá – Colombia.
- ROSEMBERG, Jerry M. “Diccionario Interactivo de Administración y Finanzas”; Grupo Editorial Océano.
- SAPAG CHAIN, Nassir; (2009); *Preparación y Evaluación de Proyectos*; Séptima Edición; Editorial McGraw Hill; México D. F.

ENLACES ELECTRÓNICOS (LINKS)

- <http://estilo.actitudfem.com/25-formas-de-usar-una-bufanda-en-5-minutos>
- www.gestiopolis.com/proyectos_inversion/estudio-mercado.htm

- www.wikipedia.org/mercado/investigación_mercado
- Home Book of Smoke-cooking Meat, Fish & Game", Jack Sleight, Raymond Hull
- <http://es.foodlexicon.org/r0000460.php>
- http://www.anmat.gov.ar/Cuida_Tus_Alimentos/eta.htm

k. ANEXOS

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO

Tema

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE POLLO AHUMADO EMPACADO AL VACÍO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO

Problemática

Todos estos cambios que se dan en la sociedad ecuatoriana permiten que las personas busquen toda clase de alimentación que tenga altos estándares de calidad y a que además la higiene con la que se preparan o envasan estos alimentos sea la mejor. El consumo de alimentos que no llevan un proceso adecuado o alimentos que no llevan un proceso adecuado de fabricación y conservación y que no tienen la higiene adecuada, desencadenan problemas graves de salud.

El cuerpo humano presenta una respuesta natural al ingerir productos en mal estado o en mal estado de conservación, pudiendo presentar enfermedades que resulta de la ingestión de alimentos que contienen microorganismos (virus, bacterias, parásitos) perjudiciales vivos. Por ejemplo: Salmonella, el virus de la Hepatitis A, Triquinella spirallis.

En la ciudad de Quito, se evidencia un crecimiento importante, en materia empresarial, y el la ciudadanía requiere y exige cada vez mas productos que contengan la calidad adecuada y que no sean nocivos para la salud, de ahí la importancia de preocuparse por un sector económico como es la población económicamente activa, que al pasar por lo general 8 horas diarias en actividades de trabajo, no tiene la posibilidad de consumir alimentos sanos e higiénicamente

preparados, ya que a pesar de contar con los recursos económicos para hacerlo, muchas veces se ven obligados a adquirir los productos que se encuentra de primera mano y que no están elaborados de manera adecuada, este es el caso de los pollos ahumados que son un producto que en el mercado local existe, sin embargo no presenta la higiene adecuado y muchas de las veces no tiene un buen estado de conservación

Por otra parte está los altos precios a los cuales se expende en el mercado local este producto lo cual lo hace inaccesible para algunas familias de la ciudad de Quito

Con todo lo manifestado anteriormente se puede delimitar el siguiente problema

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

“La falta de una empresa que produzca pollos ahumados empacados al vacío con gran calidad higiene adecuada y precios módicos, no permiten satisfacer las necesidades alimenticias de los habitantes de la ciudad de Quito.”

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de pollo ahumado empacado al vacío y su comercialización en la ciudad de Quito

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y oferta del producto.

- Elaborar el estudio técnico para la creación de una de una empresa productora de pollo ahumado empacado al vacío y su comercialización en la ciudad de Quito, el mismo que permitirá determinar el tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada y además su macro y microlocalización
- Elaborar el estudio organizacional de la empresa, el mismo que permitirá determinar el tipo de organización con su razón social y su estructura orgánica funcional.
- Estructurar el análisis financiero, a fin de conocer la inversión necesaria, los activos, el presupuesto, flujo de efectivo
- Realizar una evaluación financiera utilizando los indicadores financieros, VAN, TIR Periodo de recuperación de capital, RBC y análisis de sensibilidad para comprobar si existe rentabilidad en el proyecto.

La investigación no es exclusiva de ninguna disciplina formal. Sin embargo, cuando hay la intención de lograr mayor objetividad y rigurosidad es necesario llevar a cabo una investigación con un proceso metodológico.

Metodología

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para la realización del presente proyecto es necesario hacer uso de métodos y aplicación de técnicas que permitan cumplir con los objetivos planteados.

MÉTODOS

Los métodos que se utilizarán son descritos a continuación:

MÉTODO DEDUCTIVO.

Parte de lo general para llegar a situaciones particulares, mediante la abstracción de normas y criterios teóricos. Se hará uso de la deducción para la formulación y enriquecimiento de los conocimientos teóricos, será el vínculo entre el conocimiento teórico y práctico. También se utilizará este método para formular las conclusiones y recomendaciones de cada uno de los estudios abordados en la presente investigación.

MÉTODO INDUCTIVO.

La inducción es una forma de raciocinio, que va de un grado mayor de conocimiento a otro menor; de una generalización total a una más concreta y limitada. La utilización de este método servirá para realizar el análisis de todos los aspectos relacionados al estudio de mercado, principalmente para determinar la demanda y oferta del producto es decir del pollo ahumado empacado al vacío.

MÉTODO ESTADÍSTICO.

Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de investigación. Este método ayudará a la organización, tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas.

MÉTODO ANALÍTICO.

El análisis es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos.. Este método será utilizado para realizar un contraste entre la teoría y la práctica como es el caso del estudio económico-financiero y determinar la rentabilidad que tendrá el proyecto.

TÉCNICAS

Se trabajará con las siguientes técnicas:

OBSERVACIÓN DIRECTA.

Es un instrumento que consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos. Por medio de esta técnica se recolectará información necesaria sobre la competencia existente del producto a ofertarse.

ENCUESTA.

La encuesta es una de las técnicas más utilizadas en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través de la misma se estudiará a la demanda y oferta del producto, la encuesta para determinar la demanda será aplicada a las familias de la ciudad de Quito, mientras que la encuesta de la oferta será aplicada a los productores de pollo ahumado de la ciudad de Quito.

POBLACIÓN.

Para el estudio de la demanda se considerarán las familias de la ciudad de Quito tomando como base el número de habitantes que según datos obtenidos del INEC del censo 2010 y de la Secretaría General de Planificación, la ciudad de Quito tiene 2,239.191 habitantes.

Para el estudio de la oferta se considera a los productores de pollo ahumado de la ciudad de Quito, los mismos que según el servicio de rentas internas son 67

FÓRMULA PARA LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la proyección de la población se tomó la tasa de crecimiento de la ciudad de Quito del 2,59%.

Dónde:

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

$$pf = 2.239.191 (1+0,0259)^3 = 2.417.721 \text{ habitantes}$$

Se estima que la población de la ciudad de Quito para el año 2013 es de 2.417.721 habitantes, este dato se lo divide para 5 miembros que conforma una familia, se obtiene 483.544 familias en la ciudad, población que será considerada para el estudio de mercado del presente proyecto

MUESTRA.

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

$$\text{Dónde: } n = \frac{483.544}{1 + (0,05)^2 483.544}$$

$$n = \frac{483.544}{1 + 1208.86}$$

$$n = \frac{483.544}{1209.86}$$

$$n = 399.6$$

$$n = 400$$

Se tomará como muestra 400 familias de la ciudad de Quito para determinar la demanda, mientras que se aplicará 67 encuestas para establecer la oferta

ANEXOS 2**ENCUESTA A LOS DEMANDANTES**

1. **¿Cuántas personas conforman su familia?**
2. **¿Cuál es el ingreso promedio en dólares?**
3. **¿Consume pollo?**
4. **¿Cuál es el pollo de su preferencia?**
5. **¿Consume en su hogar pollo ahumado?**
6. **¿Con qué frecuencia adquiere pollo ahumado en su hogar?**
7. **¿Qué consideraciones toma en cuenta antes de comprar el producto?**
8. **¿A qué precio compra el kilo de pollo ahumado?**
9. **¿Qué cantidad de pollo ahumado consume mensualmente en su familia?**
10. **¿Dónde adquiere Ud. El pollo ahumado?**
11. **¿Qué opina de la calidad de pollo ahumado que consume?**
12. **¿Si se creará la empresa dedicada a la elaboración de pollo ahumado empacado al vacío de buena calidad, que tenga buen precio. ¿Usted estaría dispuesto a adquirir el producto?**
13. **¿Qué tipo de envase le gustaría para el pollo ahumado?**
14. **¿Conoce Ud. Los beneficios del producto sellado al vacío?**
15. **¿Qué medio publicitario prefiere?**
16. **¿En qué horario usualmente usted tiene acceso a estos medios?**
17. **¿Qué tipos de ofertas le gustaría que se realicen por la compra de pollo ahumado?**

ANEXOS 3**ENCUESTA A LOS OFERENTES**

1. **¿Vende pollo en su negocio?**
2. **¿Qué tipo de pollo vende en su negocio?**
3. **¿ De qué lugar proviene el pollo que comercializa?**
4. **¿Desde hace que tiempo usted comercializa pollo?**
5. **¿Cómo está la venta de pollo ahumado últimamente?**
6. **¿Sus clientes tienen preferencia por alguna marca?**
7. **¿Cuántos kilos de pollo ahumado vende mensualmente?**
8. **¿En qué presentaciones de pollo ahumado vende más?**
9. **¿Sus clientes que más exigen al momento de comprar el producto?**
10. **¿Usted cree que satisface las expectativas que tienen sus clientes?**
11. **¿En qué época del año tiene mayor demanda?**
12. **¿Cuál es el precio de venta de pollo ahumado por kilo?**

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	34
f. RESULTADOS.....	40
g. DISCUSIÓN	69
h. CONCLUSIONES.....	157
i. RECOMENDACIONES	159
j. BIBLIOGRAFÍA	160
k. ANEXOS.....	162
FICHA RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO	162
ÍNDICE.....	171