



1859



Universidad  
Nacional  
de Loja

## Universidad Nacional de Loja

### Facultad Social, Jurídica y Administrativa

#### Carrera de Administración de Empresas

### Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de longaniza en la ciudad de Loja.

Trabajo de Integración Curricular previo a  
la Obtención del Título de Licenciada en  
Administración de Empresas.

#### **AUTOR:**

Paola Silvana Valverde Vasquez

#### **DIRECTOR:**

Lic. Zoila Mónica Ortega Mg.Sc.

**Loja – Ecuador**

**2023-2024**

## Certificación



unl

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF**

### **CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Yo, **Ortega Pesantez Zoila Monica**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LONGANIZA EN LA CIUDAD DE LOJA”**, perteneciente al estudiante **Paola Silvana Valverde Vasquez**, con cédula de identidad N° **1150761771**.

#### **Certifico:**

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 19 de Febrero de 2024



FACULTAD DE EDUCACIÓN DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
ZOILA MONICA ORTEGA  
PESANTEZ

F) .....

**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR**



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000057

1/1  
*Educamos para* **Transformar**

### **Autoría**

Yo, **Paola Silvana Valverde Vasquez**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional- Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula:** 1150761771

**Fecha:** Loja, 13 de junio de 2024

**Correo electrónico:** [paola.s.valverde@unl.edu.ec](mailto:paola.s.valverde@unl.edu.ec)

**Teléfono o celular:** 0994206611

### **Carta de Autorización del estudiante**

Yo, **Paola Silvana Valverde Vasquez**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: “**Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de longaniza en la ciudad de Loja**”, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Administración de Empresas**, autorizo el sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, 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 del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 13 días del mes de junio de 2024.

#### **Firma:**

**Autora:** Paola Silvana Valverde Vasquez

**Cédula:** 1150761771

**Dirección:** Cdla.Pio Jaramillo,entre las calles Shyris y Salazacas.

**Correo electrónico:** [paola.s.valverde@unl.edu.ec](mailto:paola.s.valverde@unl.edu.ec)

**Teléfono o celular:** 0994206611

#### **DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora del Trabajo de Integración Curricular:** Lcda. Zoila Mónica Ortega Pesantez,

Mg. Sc.

## **Dedicatoria**

A mi querida familia y a las personas especiales que forman parte de mi vida. Dedico el Trabajo de Integración Curricular a quienes han sido el pilar fundamental y el motor de mi éxito. Cada palabra escrita en este documento lleva una parte de ustedes, una lección aprendida, un momento compartido y un amor recibido.

A mis amados padres, cuyo amor y sacrificio han sido la base sobre la que he construido mis sueños. Su fe en mí ha sido la fuerza que me ha impulsado alcanzar las metas propuestas en mi vida. Gracias a su amor he podido enfrentar los desafíos con valentía y determinación.

A mi querida tía, que ha sido como una segunda madre para mí, su apoyo incondicional han sido un regalo invaluable en mi vida.

A mis queridos hermanos y cuñados, que han estado a mi lado en cada risa y cada lágrima, en cada triunfo y fracaso. Su apoyo incondicional y constante me han impulsado a seguir adelante en mi meta.

A mis amigos que han iluminado mi camino con su sabiduría y amistad. Su presencia en mi vida ha sido muy importante.

Con todo mi amor y gratitud,

*Paola Silvana Valverde Vasquez*

## **Agradecimiento**

Expreso mi más profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Facultad Jurídica Social Y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas. Mi gratitud se extiende a sus directivos y a todo el cuerpo docente, quienes han sido fundamentales en mi formación profesional.

Quiero agradecer de manera especial a la Lcda. Zoila Mónica Ortega Pesantez, Mg. Sc, directora del Trabajo de Integración Curricular por su apoyo, orientación y paciencia durante el proceso de la elaboración del Trabajo. Su experiencia y conocimientos han sido fundamentales para el desarrollo.

Además, deseo expresar mi sincero agradecimiento a la Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana. PhD, por su asesoramiento y guía constante. Su contribución ha sido esencial para la realización de este proyecto.

Finalmente, agradezco a todos los que, de una u otra manera, han contribuido a mi formación académica y personal.

*Paola Silvana Valverde Vasquez*

## Índice de contenido

Portada .....	i
Certificación.....	ii
Autoría .....	iii
Carta de Autorización del estudiante .....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de Tablas .....	xviii
Índice de Figuras .....	xxiv
Índice de Anexos.....	xxv
1.    Titulo.....	1
2.    Resumen.....	2
2.1    Abstract .....	3
3.    Introducción .....	4
4.    Marco Teórico.....	6
4.1    Fundamentos Referenciales.....	6
4.2    Fundamentos Teóricos .....	7
4.2.1    Clasificación de la actividad.....	7
4.2.2    Consumo de Embutidos en Ecuador.....	7
4.2.3    Embutidos.....	9
4.2.4    Embutido crudo-curados. ....	9
4.2.5    Proceso de Elaboración de Embutidos .....	10
4.2.6    Origen de la longaniza.....	11
4.2.7    Concepto de longaniza. ....	11
4.2.8    Composición nutricional de la longaniza. ....	11
4.2.9    Clasificación de los Tipos Longaniza.....	12

4.2.10	Materias Primas Cárnicas.....	12
4.2.11	Materias Primas no Cárnicas .....	14
4.2.12	Naranja Agria.....	15
4.2.13	Influencia del PH sobre los embutidos.....	15
4.2.14	Etapas en el proceso de elaboración .....	16
4.3	Aspectos Generales .....	17
4.3.1	Proyecto.....	17
4.3.2	Inversión.....	17
4.3.3	Proyectos de inversión.....	17
4.3.4	Contenido del proyecto.....	19
4.3.5	Estudio de mercado. ....	19
4.3.6	Objetivo.....	19
4.3.7	Aspectos para considerarse.....	19
4.3.8	Análisis del producto.....	20
4.3.9	Categorización de los productos.....	20
4.3.10	Análisis del consumidor. ....	21
4.3.11	Análisis de la demanda .....	22
4.3.12	Clasificación de la demanda.....	22
4.3.13	Análisis de la Oferta. ....	22
4.3.14	Objetivos del análisis de la oferta.....	22
4.3.15	Tipos de oferta.....	23
4.3.16	Estudio Técnico .....	24
4.3.17	Ingeniería de proyectos.....	25
4.3.18	Ingeniería del Producto.....	25
4.3.19	Tamaño del Proyecto.....	25
4.3.20	Localización de la planta.....	25
4.3.21	Etapas del proceso productivo.....	26



4.3.22	Diagrama de flujo. ....	27
4.3.23	Estudio Legal. ....	27
4.3.24	Concepto de Estudio Legal.....	27
4.3.25	Disposición Generales de la ley de Compañías.....	28
4.3.26	Estudio Administrativo.....	28
4.3.27	Concepto de estudio administrativo .....	28
4.3.28	Filosofía Empresarial.....	28
4.3.29	Estudio Organizacional.....	29
4.3.30	Concepto de estudio Organizacional. ....	29
4.3.31	Niveles Jerárquicos de autoridad.....	29
4.3.32	Organigramas.....	29
4.3.33	Manual de Funciones.....	30
4.3.34	Estudio Económico- Financiero .....	30
4.3.35	Inversiones.....	30
4.3.36	Depreciaciones.....	31
4.3.37	Amortizaciones.....	31
4.3.38	Financiamiento. ....	31
4.3.39	Análisis de costos. ....	31
4.3.40	Costos de producción.....	32
4.3.41	Gastos de operación.....	32
4.3.42	Presupuesto Projectado.....	32
4.3.43	Clasificación de costos fijos y variables.....	32
4.3.44	Punto de Equilibrio.....	33
4.3.45	Estado de Pérdidas y Ganancias. ....	33
4.3.46	Evaluación Financiera .....	33
4.3.47	Flujo de caja.....	33
4.3.48	Valor actual Neto (VAN).....	33

4.3.49	Tasa interna de retorno (TIR).	34
4.3.50	Periodo de Recuperación de Capital (PRC).	35
4.3.51	Relación Costo Beneficio (RCB).	35
4.3.52	Análisis de sensibilidad (AS).	35
4.4	Marco conceptual	36
4.4.1	Mercado:	36
4.4.2	Clasificación del mercado	36
4.4.3	Estructura del mercado	36
4.4.4	Comercializador	37
4.4.5	Consumidores	37
4.4.6	Declaración de propiedades nutricionales	37
4.4.7	Etiqueta:	37
4.4.8	Etiquetado Nutricional.	37
4.4.9	Fabricante	37
4.4.10	Grasas	37
4.4.11	Norma Técnica Ecuatoriana, NTE INEN:	37
4.4.12	Registro Sanitario:	37
4.4.13	Sistema Gráfico:	38
4.5	Fundamentos Legales	38
4.5.1	Objeto.	38
4.5.2	Campo de Aplicación.	38
4.5.3	Requisitos.	38
5.	Metodología	40
5.1.	Área de estudio.	40
5.2.	Enfoque de Investigación	40
5.3.	Método de investigación	41
5.3.1.	Método sintético	41

5.3.2.	Método deductivo .....	41
5.3.3.	Método Inductivo .....	41
5.3.4.	Método Analítico .....	41
5.3.5.	Método matemático .....	41
5.4.	Tipo de Investigación .....	42
5.4.1.	Investigación Exploratoria.....	42
5.4.2.	Investigación Descriptiva .....	42
5.4.3.	Diseño de la investigación .....	42
5.4.4.	Unidad de estudio .....	42
5.4.5.	Población .....	43
5.4.6.	Proyección de los hogares de la Ciudad de Loja. ....	43
5.4.7.	Muestra .....	44
5.5.	Técnicas.....	45
5.5.1.	Encuesta.....	45
5.5.2.	Entrevista.....	45
5.5.3.	Observación Directa .....	45
5.5.4.	Revisión Bibliográfica.....	45
5.5.5.	Procedimiento.....	46
6.	Resultados .....	47
6.1	Encuesta aplicada a los hogares de la ciudad de Loja.....	47
6.2	Entrevista realizada a oferentes de longaniza de la ciudad de Loja. ....	56
6.2.1	Entrevista a Frigoríficos .....	56
6.2.2	Entrevista a Supermercados .....	56
6.2.3	Entrevista a Mercados Locales.....	57
7.	Discusión.....	58
7.1	Estudio de Mercado.....	58
7.1.1	Producto Principal .....	58

7.1.2	Producto Sustitutos.....	58
7.1.3	Producto Complementario.....	58
7.1.4	Mercado Demandante.....	59
7.1.5	Análisis de la demanda.....	60
7.1.6	Demanda Potencial.....	60
7.1.7	Demanda Real. ....	60
7.1.8	Demanda Efectiva. ....	61
7.1.9	Demanda Efectiva en Producto. ....	61
7.1.10	Análisis de Oferta .....	62
7.1.11	Estimación de la Oferta. ....	63
7.1.12	Demanda Insatisfecha.....	64
7.2	Estrategias de Comercialización .....	64
7.2.1	Estrategias de Producto .....	64
7.2.2	Especificaciones .....	65
7.2.3	Empaque del Producto.....	66
7.2.4	Presentación del producto.....	66
7.2.5	Nombre Comercial. ....	66
7.2.6	Logotipo. ....	66
7.2.7	Eslogan. ....	67
7.2.8	Etiqueta.....	67
7.2.9	Estrategia de Precio .....	68
7.2.10	Estrategia de Plaza.....	68
7.2.11	Estrategias de Promoción .....	69
7.2.12	Estrategias de Publicidad.....	70
7.3	Estudio Técnico.....	71
7.3.1	Tamaño.....	71
7.3.2	Capacidad Instalada.....	71

7.3.3	Capacidad Utilizada.....	72
7.3.4	Capacidad de Reserva.....	72
7.3.5	Participación de mercado. ....	73
7.3.6	Localización .....	73
7.3.7	Macro localización. ....	73
7.3.8	Micro Localización.....	74
7.3.9	Factores de Localización. ....	74
7.3.10	Ingeniería del proyecto .....	75
7.3.11	Ingeniería de la planta.....	75
7.3.12	Distribución de la planta.....	75
7.3.13	Área de administración.....	75
7.3.14	Área de Producción.....	76
7.3.15	Áreas Complementarias.....	76
7.3.16	Componente Tecnológico.....	78
7.3.17	Maquinaria y equipo de producción. ....	78
7.3.18	Proceso Productivo .....	80
7.3.19	Descripción del Proceso Productivo.....	80
7.3.20	Flujograma de procesos .....	81
7.3.21	Estudio Legal .....	83
7.3.22	Forma Jurídica de constitución.....	83
7.3.23	Tipo legal de la empresa.....	83
7.3.24	Requerimientos para la constitución.....	83
7.3.25	Requisitos para su funcionamiento.....	83
7.3.26	Registro RUC. ....	83
7.3.27	Requisitos para abrir por primera vez el RUC como persona natural .....	84
7.3.28	Patente Municipal.....	84
7.3.29	Permiso de Funcionamiento de Bomberos. ....	84

7.3.30	Estudio Administrativo.....	84
7.3.31	Filosofía Empresarial.....	84
7.3.32	Misión.....	85
7.3.33	Visión.....	85
7.3.34	Valores Corporativos.....	85
7.3.35	Objetivos Estratégicos.....	85
7.3.36	Políticas.....	86
7.3.37	Estructura Organizacional.....	86
7.3.38	Niveles Jerárquicos.....	86
7.3.39	Organigramas.....	87
7.3.40	Organigrama Estructural.....	88
7.3.41	Organigrama Funcional.....	89
7.3.42	Organigrama Posicional.....	90
7.3.43	Manual de Funciones.....	91
7.4	Estudio Financiero.....	98
7.4.1	Inversiones.....	99
7.4.2	Activos Fijos.....	99
7.4.3	Maquinaria Y Equipo.....	99
7.4.4	Vehículo.....	99
7.4.5	Equipo de Combustión.....	100
7.4.6	Muebles y Enseres de Administración.....	100
7.4.7	Equipo de cómputo.....	100
7.4.8	Reinversión del equipo de Cómputo.....	101
7.4.9	Equipo de Oficina.....	101
7.4.10	Equipo de Seguridad.....	101
7.4.11	Resumen de activos fijos.....	102
7.4.12	Depreciaciones de Activos Fijos.....	102

7.4.13	Activos Diferidos.....	103
7.4.14	Activos Circulantes o Capital de Trabajo.....	104
7.4.15	Costos de Producción.....	104
7.4.16	Materias Prima Directa.....	104
7.4.17	Materias Primas Indirectas.....	104
7.4.18	Mano de Obra Directa.....	105
7.4.19	Resumen de costos de Producción.....	106
7.4.20	Costos Indirectos de Fabricación.....	106
7.4.21	Material de Embalaje.....	106
7.4.22	Agua Potable.....	106
7.4.23	Energía Eléctrica.....	107
7.4.24	Indumentaria de Trabajo.....	107
7.4.25	Implementos de Producción.....	107
7.4.26	Mantenimiento de Maquinaria.....	108
7.4.27	Implementos de Seguridad.....	108
7.4.28	Útiles de aseo de producción.....	109
7.4.29	Combustible.....	109
7.4.30	Arriendo para el área de Producción.....	109
7.4.31	Resumen de Costos Indirectos de Fabricación.....	110
7.4.32	Costo de Operación.....	110
7.4.33	Gastos de Administración.....	110
7.4.34	Sueldos Administrativos.....	110
7.4.35	Agua Potable.....	111
7.4.36	Energía Eléctrica.....	111
7.4.37	Internet.....	111
7.4.38	Teléfono.....	112
7.4.39	Útiles de oficina.....	112

7.4.40	Útiles de Aseo.....	112
7.4.41	Permisos de Funcionamiento.....	113
7.4.42	Arriendo de área de administración.....	113
7.4.43	Resumen de Gastos de Administración.....	113
7.4.44	Combustibles y Lubricantes.....	114
7.4.45	Matricula.....	114
7.4.46	Útiles de oficina:.....	114
7.4.47	Promoción.....	115
7.4.48	Publicidad.....	115
7.4.49	Arriendo - Área de Ventas.....	116
7.4.50	Resumen de Gastos de Ventas.....	116
7.4.51	Monto Total de la Inversión.....	116
7.4.52	Financiamiento.....	118
7.4.53	Presupuesto de costos proyectados.....	119
7.4.54	Costo unitario de Producción.....	120
7.4.55	Precio de Venta.....	121
7.4.56	Ingresos por ventas.....	121
7.4.57	Clasificación de costos y gastos.....	122
7.4.58	Costo Fijo:.....	122
7.4.59	Costo Variable:.....	122
7.4.60	Punto de Equilibrio.....	123
7.4.61	Estado de Resultados.....	127
7.5	Evaluación Financiera.....	128
7.5.1	Flujo de Caja.....	128
7.5.2	Valor Actual Neto.....	129
7.5.3	Tasa Interna de Retorno.....	130
7.5.4	Relación Beneficio costo (RBC).....	131



7.5.5	Periodo de Recuperación de Capital.....	132
7.5.6	Análisis Sensibilidad .....	133
8.	Conclusiones .....	139
9.	Recomendación.....	140
10.	Referencias Bibliográficas .....	141
11.	Anexos .....	146

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Sector Industrial Cárnico</i> .....	7
<b>Tabla 2.</b> <i>Participación de empresas de productos cárnicos por provincia CIU 1010.22</i> .....	8
<b>Tabla 3.</b> <i>Empresas Ecuatorianas dedicadas a la producción y comercialización</i> .....	8
<b>Tabla 4.</b> <i>Clasificación de embutidos crudo- curados</i> .....	9
<b>Tabla 5.</b> <i>Clasificación de embutidos fermentados en función del tiempo de maduración.</i> .....	10
<b>Tabla 6.</b> <i>Tipos de Longaniza</i> .....	12
<b>Tabla 7.</b> <i>Composición básica de 100 g de carne de cerdo</i> .....	13
<b>Tabla 8.</b> <i>Tipos de Envoltura</i> .....	14
<b>Tabla 9.</b> <i>Valor nutricional de la naranja agria en 100 g de jugo natural</i> .....	15
<b>Tabla 10.</b> <i>pH en diferentes embutidos</i> .....	15
<b>Tabla 11.</b> <i>Niveles de Profundidad del proyecto</i> .....	18
<b>Tabla 12.</b> <i>Categorización de Productos</i> .....	20
<b>Tabla 13.</b> <i>Criterios de segmentación</i> .....	21
<b>Tabla 14.</b> <i>Tipos de Oferta</i> .....	23
<b>Tabla 15.</b> <i>Aspectos para la fijación del precio de venta</i> .....	23
<b>Tabla 16.</b> <i>Tipos de Capacidades</i> .....	25
<b>Tabla 17.</b> <i>Simbología del diagrama de flujo</i> .....	27
<b>Tabla 18.</b> <i>Tipos de Organigramas</i> .....	30
<b>Tabla 19.</b> <i>Inversiones en Activos</i> .....	30
<b>Tabla 20.</b> <i>Elementos del costo de producción</i> .....	32
<b>Tabla 21.</b> <i>Interpretación del VAN</i> .....	34
<b>Tabla 22.</b> <i>Contenido de componentes y concentraciones</i> .....	38
<b>Tabla 23.</b> <i>Segmentación para la población de estudio</i> .....	43
<b>Tabla 24.</b> <i>Proyección de los hogares de la ciudad de Loja al año 2023</i> .....	44

<b>Tabla 25.</b> Consumo de embutidos en los hogares urbanos de la ciudad de Loja.....	47
<b>Tabla 26.</b> Consumo de longaniza de cerdo en los hogares urbanos de la ciudad de Loja .....	47
<b>Tabla 27.</b> Unidades de consumo mensual.....	48
<b>Tabla 28.</b> Consumo promedio anual por hogares .....	48
<b>Tabla 29.</b> Precio de adquisición de 225 gramos y 450 gramos.....	49
<b>Tabla 30.</b> Lugares de adquisición de longaniza de cerdo .....	49
<b>Tabla 31.</b> Factores que influyen al realizar la compra de longaniza de cerdo .....	50
<b>Tabla 32.</b> Marcas de longaniza .....	51
<b>Tabla 33.</b> Promociones recibidas al adquirir longaniza de cerdo .....	52
<b>Tabla 34.</b> Medios Digitales de comunicación utilizados para conocer la venta de Longaniza .....	52
<b>Tabla 35.</b> Medios Tradicionales de comunicación utilizados para conocer la venta de Longaniza.....	53
<b>Tabla 36.</b> Disposición para adquirir el producto.....	53
<b>Tabla 37.</b> Presentación para la compra de longaniza de cerdo .....	54
<b>Tabla 38.</b> Promociones que preferiría el consumidor al adquirir la longaniza .....	54
<b>Tabla 39.</b> Medios Digitales de comunicación para conocer la venta de Longaniza .....	55
<b>Tabla 40.</b> Medios Tradicionales de comunicación para conocer la venta de Longaniza.....	55
<b>Tabla 41.</b> Población Proyectada.....	59
<b>Tabla 42.</b> Demanda Potencial .....	60
<b>Tabla 43.</b> Demanda Real.....	60
<b>Tabla 44.</b> Demanda Efectiva.....	61
<b>Tabla 45.</b> Demanda Efectiva en Producto.....	61
<b>Tabla 46.</b> Oferta del embutido .....	62
<b>Tabla 47.</b> Estimación de la oferta.....	63

<b>Tabla 48.</b> Demanda Insatisfecha .....	64
<b>Tabla 49.</b> Especificaciones de la longaniza de cerdo.....	65
<b>Tabla 50.</b> Capacidad Instalada .....	72
<b>Tabla 51.</b> Capacidad Utilizada .....	72
<b>Tabla 52.</b> Capacidad de Reserva .....	72
<b>Tabla 53.</b> Participación de mercado.....	73
<b>Tabla 54.</b> Distribución en m2 del Área de Administración .....	75
<b>Tabla 55.</b> Distribución en m <sup>2</sup> del Área de Producción.....	76
<b>Tabla 56.</b> Distribución en m2 del Áreas Complementarias .....	76
<b>Tabla 57.</b> Maquinaria Y equipo de producción.....	78
<b>Tabla 58.</b> Diagrama de flujo del proceso de la longaniza de cerdo .....	82
<b>Tabla 59.</b> Manual de Funciones Gerente .....	91
<b>Tabla 60.</b> Manual de Funciones de Secretaria .....	92
<b>Tabla 61.</b> Manual de Funciones del Asesor Jurídico .....	93
<b>Tabla 62.</b> Manual de Funciones del Asesor de Contabilidad.....	94
<b>Tabla 63.</b> Manual de Funciones del jefe de Producción .....	95
<b>Tabla 64.</b> Manual de Funciones del Obrero 1 .....	96
<b>Tabla 65.</b> Manual de Funciones del Obrero 2 .....	97
<b>Tabla 66.</b> Manual de Funciones del jefe de Ventas.....	98
<b>Tabla 67.</b> Maquinaria y Equipo de Producción.....	99
<b>Tabla 68.</b> Vehículo.....	100
<b>Tabla 69.</b> Equipo de Combustión.....	100
<b>Tabla 70.</b> Muebles y Enseres de Administración.....	100
<b>Tabla 71.</b> Equipo de computo .....	100
<b>Tabla 72.</b> Reinversión de Equipo de computo .....	101

<b>Tabla 73.</b> Equipo de Oficina .....	101
<b>Tabla 74.</b> Equipo de Vigilancia.....	101
<b>Tabla 75.</b> Resumen de activos fijos .....	102
<b>Tabla 76.</b> Depreciaciones de Activos Fijos.....	102
<b>Tabla 77.</b> Activos Diferidos .....	103
<b>Tabla 78.</b> Materias Primas .....	104
<b>Tabla 79.</b> Materias Primas .....	105
<b>Tabla 80.</b> Mano de Obra Directa.....	105
<b>Tabla 81.</b> Resumen de Costos de Producción .....	106
<b>Tabla 82.</b> Material de Embalaje .....	106
<b>Tabla 83.</b> Agua Potable de planta .....	107
<b>Tabla 84.</b> Energía Eléctrica de Planta .....	107
<b>Tabla 85.</b> Indumentaria de Trabajo .....	107
<b>Tabla 86.</b> Implementos de Producción.....	108
<b>Tabla 87.</b> Mantenimiento de Maquinaria.....	108
<b>Tabla 88.</b> Indumentaria de Seguridad .....	108
<b>Tabla 89.</b> Útiles de aseo de producción .....	109
<b>Tabla 90.</b> Combustible .....	109
<b>Tabla 91.</b> Arriendo área de Producción .....	110
<b>Tabla 92.</b> Resumen de Costos Indirectos de Fabricación .....	110
<b>Tabla 93.</b> Sueldos Administrativos .....	110
<b>Tabla 94.</b> Agua Potable.....	111
<b>Tabla 95.</b> Energía Eléctrica.....	111
<b>Tabla 96.</b> Plan de Internet .....	111
<b>Tabla 97.</b> Teléfono .....	112

<b>Tabla 98.</b> Útiles de Oficina .....	112
<b>Tabla 99.</b> Útiles de aseo .....	113
<b>Tabla 100.</b> Permisos de Funcionamiento .....	113
<b>Tabla 101.</b> Arriendo área de administración.....	113
<b>Tabla 102.</b> Resumen de Gastos de Administración .....	114
<b>Tabla 103.</b> Combustibles y Lubricantes.....	114
<b>Tabla 104.</b> Matrícula .....	114
<b>Tabla 105.</b> Útiles de Oficina .....	115
<b>Tabla 106.</b> Promoción .....	115
<b>Tabla 107.</b> Publicidad .....	115
<b>Tabla 108.</b> Arriendo - Área de Ventas .....	116
<b>Tabla 109.</b> Resumen de Gastos de Ventas .....	116
<b>Tabla 110.</b> Inversión del Proyecto .....	116
<b>Tabla 111.</b> Fuentes de Financiamiento .....	118
<b>Tabla 112.</b> Amortización del crédito.....	118
<b>Tabla 113.</b> Amortización de activos Diferidos .....	119
<b>Tabla 114.</b> Presupuestos de costos .....	119
<b>Tabla 115.</b> Costo unitario de Producción.....	121
<b>Tabla 116.</b> Precio de venta en base a la competencia .....	121
<b>Tabla 117.</b> Ingresos por venta .....	121
<b>Tabla 118.</b> Estructura de costos fijos y variables.....	122
<b>Tabla 119.</b> Datos Punto de Equilibrio año 1 .....	124
<b>Tabla 120.</b> Datos Punto de Equilibrio año 5 .....	125
<b>Tabla 121.</b> Impuesto a la fracción básica en base a los Ingresos .....	127
<b>Tabla 122.</b> Estado de Pérdidas y Ganancias .....	127

<b>Tabla 123.</b> Flujo de Caja .....	128
<b>Tabla 124.</b> Valor Actual Neto .....	129
<b>Tabla 125.</b> Tasa Interna de Retorno .....	130
<b>Tabla 126.</b> Relación Beneficio-costo .....	131
<b>Tabla 127.</b> Periodo de Recuperación .....	132
<b>Tabla 128.</b> Análisis de sensibilidad en el incremento de costos en 5,30% .....	134
<b>Tabla 129.</b> Análisis de Sensibilidad con Disminución en Ingresos en 4,73% .....	136

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Estructura general de la evaluación de proyectos. ....	18
<b>Figura 2.</b> Porcentajes de la etiqueta en relación con el tamaño total. ....	39
<b>Figura 3.</b> Llapingacho con Longaniza .....	58
<b>Figura 4.</b> Detalles personalizados .....	59
<b>Figura 5.</b> Especificaciones de la Funda Texturizada de empaçado al vacío.....	66
<b>Figura 6.</b> Logo del producto .....	67
<b>Figura 7.</b> Etiqueta del Producto .....	68
<b>Figura 8.</b> Canales de Distribución de Toque Secreto.....	69
<b>Figura 9.</b> Descuento del 10% .....	69
<b>Figura 10.</b> Página de Toque Secreto .....	70
<b>Figura 11.</b> Macro localización .....	73
<b>Figura 12.</b> Micro localización de la empresa .....	74
<b>Figura 13.</b> Plano de distribución de la planta de Toque Secreto.....	77
<b>Figura 14.</b> Simbología de proceso productivo .....	81
<b>Figura 15.</b> Organigrama Estructural de la empresa “Toque Secreto Cia.Ltda” .....	88
<b>Figura 16.</b> Organigrama Funcional de la empresa “Toque Secreto Cia.Ltda” .....	89
<b>Figura 17.</b> Organigrama Posicional de la empresa “Toque Secreto Cía. Ltda.” .....	90
<b>Figura 18.</b> Representación del Punto de Equilibrio del Primer Año .....	125
<b>Figura 19.</b> Representación del Punto de Equilibrio del Quinto Año .....	126



## **Índice de Anexos**

<b>Anexo 1.</b> Encuesta Demandantes .....	146
<b>Anexo 2.</b> Entrevista dirigida a los oferentes .....	149
<b>Anexo 3.</b> Certificado de Traducción.....	151

## **1. Título**

Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de longaniza en la ciudad de Loja.

## 2. Resumen

El trabajo de investigación curricular, evaluó la posibilidad de implementar una empresa dedicada a producir y comercializar longaniza en la ciudad de Loja, preservando así las tradiciones culinarias locales, se orientó en función de los objetivos: estudio de mercado para identificar demanda y oferta, estudio técnico para definir la capacidad e ingeniería de la planta, propuesta de la estructura legal y administrativa, se realizó el estudio financiero para determinar inversiones, financiamiento, costos, estados financieros y la evaluación financiera que permitió determinar la factibilidad del proyecto. En la metodología, se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo no experimental, el tipo de investigación, es de carácter exploratoria / descriptiva, para lo cual se emplearon los siguientes métodos: Sintético, deductivo, Inductivo, Analítico y Matemático, se aplicaron técnicas como: encuesta, entrevista, observación directa y revisión bibliográfica. En los resultados, el estudio de mercado reveló una demanda real de 43.761 hogares, con un consumo promedio anual de 26 libras por hogar. La oferta estimada es de 662.475 libras al año, teniendo una demanda insatisfecha de 453.355 libras. En el estudio técnico muestra una capacidad utilizada de 134.676 libras al año. En estudio administrativo, Toque Secreto Cia.Ltda se establecerá como compañía de Responsabilidad Limitada. En la evaluación financiera arroja los siguientes resultados: el Valor Actual Neto de \$138.998,86. La Tasa Interna de Retorno de 67,58%. La Relación beneficio-Costo por cada dólar invertido, se obtendrá 0,14 centavos de dólar americano. En el Periodo de Recuperación de Capital la inversión se recupera en un 1 año 11 meses y 19 días. Finalmente, el análisis de sensibilidad respecto al incremento en costos se determinó que soporta un aumento del 5,30%, y una disminución en los ingresos del 4,73%. Tras concluir cada estudio, se determinó la viabilidad del proyecto.

**Palabras Claves:** Estudio, Longaniza de Cerdo, Producción, Tradición, viabilidad.

## 2.1 Abstract

The curriculum research work, evaluating the possibility of implementing a company dedicated to producing and marketing sausage in the city of Loja, as well as preserving local culinary traditions, it was oriented based on the objectives: market study to identify demand and supply, technical study to define the capacity and engineering of the plant, proposal of the legal and administrative structure, the financial study was carried out to determine investments, financing, costs, financial statements and the financial evaluation that allowed determining the viability of the project. In the methodology, the non-experimental qualitative and quantitative approach was used, the type of research is exploratory/descriptive investigation, for which the following methods were used: Synthetic, deductive, Inductive, Analytical and Mathematical, some techniques were applied such as: survey, interview, direct observation and bibliographic review. In the results, the market study revealed a real demand of 43,761 homes, with an average annual consumption of 26 pounds per home. The estimated supply is 662,475 pounds per year, with an unsatisfied demand of 453,355 pounds. The technical study shows a used capacity of 134,676 pounds per year. In administrative study, Toque Secreto Co. Ltd., will be established as a Limited Liability company. The financial evaluation shows the following results: the Net Present Value of \$138,998.86. The Internal Rate of Return of 67.58%. The Benefit-Cost Ratio for every dollar invested will be 0.14 US cents. In the Capital Recovery Period, the investment is recovered in 1 year, 11 months and 19 days.

Finally, the sensitivity analysis regarding the increase in costs determined that it supports an increase of 5.30%, and a decrease in income of 4.73%. After completing each study, the viability of the project was determined.

**Keywords:** Study, Pork Sausage, Tradition Production, Viability.

### 3. Introducción

En la actualidad, el mundo cada vez es más consciente de la calidad y procedencia de los alimentos que consume, y hay un incremento en la demanda de productos artesanales. Este proyecto se centra en un producto tradicional que cumpla con las expectativas de ser libre de conservantes y elaborado con el toque artesanal para recordar las delicias de nuestros antepasados. Hoy en día, las características organolépticas e higiénicas son de suma importancia. Estas deben ser garantizadas desde el momento de compra hasta el consumo del producto.

En el presente estudio fue necesario cumplir con los siguientes objetivos: elaborar un estudio de mercado para identificar demanda y oferta de la longaniza en la ciudad de Loja. Realizar un estudio técnico para definir la capacidad, tamaño e ingeniería de la planta. Establecer la estructura legal y administrativa mediante un estudio organizacional. Realizar un estudio económico y financiero que permita evaluar la viabilidad y rentabilidad mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo-Beneficio (B/C), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad en la disminución de ingresos y aumentos en costos.

El Trabajo de Integración Curricular contiene los siguientes elementos: **título** que representa el nombre del trabajo de titulación; en el **resumen** se presentan los aspectos más relevantes de forma muy breve tal como introducción, objetivos, metodología, resultados y conclusiones; la **introducción** tiene como propósito dar un preámbulo de lo que abarca la investigación; el **marco teórico** permite realizar un revisión literaria que sustente el trabajo tomando en consideración los antecedentes más importantes del producto y la información referente a proyectos de inversión, por tal motivo se realiza el marco referencial, teórico, conceptual. Seguidamente se presenta la **metodología** es el conjunto de procedimientos, técnicas y métodos que se aplican de manera ordenada y sistemática en la investigación, además cabe recalcar que dentro de la misma se especifica aspectos como: el área de estudio, enfoque de investigación, métodos y técnicas utilizadas. Por otro lado, también se detalla de forma clara la unidad de estudio, muestra y tamaño de la muestra, tipo de muestreo empleados en la investigación. Los **resultados** detallan los resultados de la encuesta aplicada a los hogares del área urbana de la ciudad de Loja, así como entrevistas realizadas a los frigoríficos, supermercados y mercados que venden longaniza de cerdo. **Discusión** se desarrolla en primer lugar, un estudio de mercado que determinación de la demanda, oferta y demanda insatisfecha existente en el mercado. Además, se elaboraron estrategias de comercialización en base a las 4P's. En el estudio técnico se determina el tamaño, localización e ingeniería del proyecto y

flujograma del proceso productivo. En el estudio administrativo se especifica la base legal, filosofía empresarial, organigramas y manuales de funciones para el adecuado funcionamiento de la empresa. En el estudio financiero se realiza la determinación de las inversiones en los activos fijos, diferidos y circulantes, presupuestos de costos, determinación de los costos, ingresos y precio de venta. Además, se realiza el punto de equilibrio, Estados de Resultados y la evaluación financiera en la que se analiza en base al Flujo de caja Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad en base al incremento en los costos y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos, determinando si el proyecto es factible o no. Por otro lado, se llevan a cabo las **conclusiones** y **recomendaciones** relevantes que se derivan al finalizar la investigación. Finalmente, se exponen las referencias bibliográficas que respaldaron la investigación.

## 4. Marco Teórico

### 4.1 Fundamentos Referenciales

Para el desarrollo de la investigación se tomó en consideración los presentes trabajos investigativos de diferentes autores, los mismo que sirvan de guía en el trabajo de investigación

Briones Mera (2014) en su trabajo de investigación, **“Plan de Negocio para la Instalación de una Planta Procesadora y Comercializadora de Longanizas en la Parroquia San Camilo, Cantón Quevedo”**, en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo sostiene que la investigación tiene como propósito la implementación de una planta procesadora de longaniza. Este emprendimiento se sustenta en la creciente demanda de actividades gastronómicas impulsada por el aumento poblacional, reconociendo además el papel complementario de los embutidos en la dieta alimenticia de los hogares. Los indicadores financieros que determinan la viabilidad y rentabilidad del proyecto muestran una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 97% sobre la inversión, acompañada de un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$88,056.92 y una Relación Costo-Beneficio de \$1,10. Esto indica que, por cada dólar invertido, se obtendrá un beneficio de 10 centavos.

Menciona Coral (2013) en su estudio, **“Modelo de Negocio para Producción y Comercialización de Productos Embutidos y Ahumados, en la ciudad de Esmeraldas desarrollado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador”**, el emprendimiento busca resaltar la importancia de ofrecer en el mercado productos frescos y locales. Se enfoca en la idea de promover la cultura gastronómica regional y preservar las tradiciones culinarias locales, mediante la elaboración de longanizas costillas y pollos ahumados con sabores auténticos y arraigados en la cultura esmeraldeña. La inversión requerida es de \$106,147.27 con una Tasa Interna de Retorno (TIR) DEL 30,89%, con un Valor Actual Neto (VAN) de 341,545.46 y presenta un periodo de recuperación de 1 año y 6 meses, junto con una relación costo Beneficio de \$6,87, es decir que obtendrá un beneficio de 0,87 centavos por cada dólar invertido.

En la investigación de mercado realizada por Rivadeneira et al. (2017) enfocada en el tema de la industria cárnica en la ciudad de Manabí, manifiestan que el 96% de los consumidores tienen preferencias por comprar productos cárnicos especializados frescos, empacados al vacío y con marca. Además, se visualiza una creciente tendencia en mercado demandante por conocer el origen y composición de los alimentos (Rodríguez et al., 2019).

En el Plan de Negocios para la constitución, organización y administración de la empresa de longaniza La Artesanal ,en la ciudad de Ibagué ubicada en el centro-occidente de Colombia en el estudio técnico en el primer año tiene una capacidad real de 31.028 libras con un precio unitario de 9,500 pesos convertido en dólares es un valor total de \$2,48 ,en lo que respecta al estudio administrativo contara con el siguiente personal: Gerente, Contador , Jefe de Producción, Jefe de Marketing , Jefe de Ventas y Operarios. En el estudio financiero para evaluar la rentabilidad y viabilidad del proyecto utilizo los siguientes indicadores el Valor Actual Neto (VAN) con un valor total de \$20.314.331,63, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28,20 %, la Relación Costo- Beneficio de 0,07 centavos por cada dólar invertido (Sánchez, 2019).

## 4.2 Fundamentos Teóricos

### 4.2.1 Clasificación de la actividad

En la ficha sectorial de fabricación de embutidos, según Corporación Financiera Nacional (2019), presenta la siguiente clasificación de las actividades. (Corporacion Financiera Nacional, 2019)

**Tabla 1**

*Sector Industrial Cárnico*

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
C	Industrias Manufactureras.
C10	Elaboración De Productos Alimenticios.
C101	Elaboración Y Conservación De Carne.
C1010	Elaboración Y Conservación De Carne.
C1010.2	Conservación De Carnes Y Elaboración De Productos Cárnicos Y Otros Productos De La Matanza De Animales.
C1010.22	Fabricación De Productos Cárnicos: Salchichas, Salchichón, Chorizo, Salame, Morcillas, Embutidos, etc.

*Nota.* Datos tomados de la Ficha Sectorial: Fabricación de Productos Carnicos\_Embutidos, elaborada por la Corporación Financiera Nacional.

Por consiguiente, en base a la clasificación presentada en la Tabla 1, se ha seleccionado la actividad C1010.22. Esta actividad está directamente vinculada con la producción de productos cárnicos.

### 4.2.2 Consumo de Embutidos en Ecuador

Según Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (2013) se ha observado un crecimiento constante en la demanda de embutidos. Este aumento puede ser justificado por los siguientes aspectos:



- El consumo de embutidos, está relacionado con el incremento de comida rápida y precocida.
- Las mujeres combinan el trabajo con tareas del hogar, convirtiéndose los embutidos en su mejor alternativa.

En 2017, las ventas de embutidos crecieron un 14% estimando una producción anual de 30 millones de kilos. Como afirma Corporación Financiera Nacional (2018) un ecuatoriano consume 4,1 kilos de embutidos al año. A pesar de que no se han registrado exportaciones desde 2017, España es el principal país de origen de las importaciones al mercado ecuatoriano. El sector presenta un déficit considerable en Ecuador, ya que las importaciones superan a la producción local para cubrir la demanda interna.

En 2018, se registraron 39 empresas que fabrican productos cárnicos, identificadas con el código CIUU 1010.22 Estas empresas están principalmente ubicadas en varias provincias.

**Tabla 2**

*Participación de empresas de productos cárnicos por provincia CIUU 1010.22*

Provincia	%
Pichincha	33
Guayas	16
Azuay	13
Cotopaxi	10
Loja	5
Resto de provincias	23

*Nota.* Los datos presentados se han obtenido de la Guía de Fabricación de Embutidos, publicada por ASOBANCA.

A continuación, se mencionan las empresas ecuatorianas de alimentos cárnicos, clasificadas como aquellas que fabrican con buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

**Tabla 3**

*Empresas Ecuatorianas dedicadas a la producción y comercialización*

Marcas Ecuatorianas	Actividad a la que se dedican
Fritzz	Producción de productos cárnicos: salchichas, chorizos, salame, mortadela, patés, jamones, etc.
Don Diego	
Fábrica Juris	
La española	
Gruvalcorp	
Plumrose	
Pronaca	
Italimentos	

*Nota.* Los datos presentados se han obtenido de la Guía de Fabricación de Productos Cárnicos publicada por Corporación Financiera Nacional.

### 4.2.3 Embutidos

De acuerdo con la Organización Internacional de Normalización (2023), se definen los conceptos siguientes:

**4.2.3.1 Concepto de embutidos.** Los producen utilizando carnes bovinas, porcina, aves y mariscos, aptos para el consumo humano. Estos ingredientes se procesan adicionando especias, caracterizándose por ser embutidos en envolturas naturales o sintéticas.

### 4.2.4 Embutido crudo-curados.

Se definen como productos que han sido sometidos a un proceso de salazón y de curado-maduración, mediante el cual se reduce la actividad de agua (aw) lo que otorga un mayor tiempo de conservación (Vidal, 2009). Además, estos le proporcionan que el producto tenga las características organolépticas propias a temperatura ambiente, se caracterizan por ser embutidos en envolturas naturales.

**4.2.4.1. Clasificación de los embutidos crudo-curados.** Se clasifican en dos categorías: la primera, que se elabora con piezas concretas y conserva su forma anatómica, la segunda es a partir de carne picada o troceada sin una forma específica (Viuda, 2023).

**Tabla 4**

*Clasificación de embutidos crudo- curados*

<b>Con Integridad Anatómica</b>	Jamón y paleta curados	Productos de cerdo salados, condimentados y curados elaborados con la extremidad posterior y anterior del cerdo, con características organolépticas propias.
	Cecina	Es un producto de cerdo salado y madurado, elaborado con carne de calidad procedentes de las partes delantera y trasera del cerdo. Se puede ahumar opcionalmente.
<b>Sin Integridad Anatómica</b>	Chorizos	Embutidos de cerdo salados y pimentados elaborados con carnes y grasa, que son amasados y embutidos, en tripas naturales o artificiales, que pasan por un proceso de curado-madurado, y opcionalmente ahumados. Tienen un aroma, sabor y color roja debido al pimentón. Entre ellos están el chorizo, longaniza, chistorra.

---

Salchichón

Embutidos de carnes y grasa, picados, salados y pimentados, que se embuten y curan. Tiene un aroma y sabor propio. Tal como: salchichón, fuet, salchichón de Málaga y salami.

---

*Nota.* Información recopilada del artículo productos cárnicos-curados (Viuda, 2023).

**4.2.4.2 Clasificación de embutidos fermentados en función del tiempo de maduración.** Se presenta una clasificación según dos tipos: maduración corta y maduración larga. Tomando en consideración el tiempo de fermentación y maduración del embutido.

**Tabla 5**

*Clasificación de embutidos fermentados en función del tiempo de maduración.*

---

<b>Tipo de embutido</b>	<b>Tiempo de producción</b>	<b>Contenido final de agua (%)</b>
Untable	3-5 días	34-42
Maduración Corta	1-4 semanas	30-40
Maduración Larga	12-14 semanas	20-30

---

*Nota.* Información recopilada del artículo productos cárnicos-curados (Viuda, 2023).

#### **4.2.5 Proceso de Elaboración de Embutidos**

El proceso de elaboración de embutidos se detalla considerando dos fuentes de información, tomando la perspectiva de Corporación Financiera Nacional (2019) y Centro Ecuatoriano de Eficiencia de Recursos (2022):

- a. Recepción y selección de materia prima:** consiste en materia prima tal como carne de res, pollo, que provienen de centros de faenamiento autorizados. La materia prima cárnica es almacenada en cámaras de fríos, mientras que la materia prima no cárnica se almacena en bodegas de insumos.
- b. Molida y mezcla de insumos:** Los trozos de carne son molidos, luego se traslada por canastas al mezclador donde se condimenta de acuerdo a las formulaciones del producto.
- c. Embutido:** la mezcla de carne es colocada en la maquina embutidora introducida en una tripa natural o sintética. El tamaño y forma se determinará según las especificaciones de la empresa.
- d. Cocción:** Son cocinados a vapor o con agua caliente eliminar las bacterias o microbiana.

**5. Enfriamiento:** El tiempo y temperatura de cocción dependerá del tamaño, diámetro del producto, tipo y espesor de la envoltura.

- e. **6. Empaquetado, etiquetado** Los productos son colocados dependiendo de la presentación, envasado al vacío, las fundas son etiquetadas con la información del producto.
- f. **7. Almacenamiento en refrigeración:** Son almacenados en cuartos fríos entre 2°C a 4°C.

#### **4.2.6 Origen de la longaniza.**

Es un alimento traído a América por los europeos entre la época colonial del siglo XVIII y XIX (Alcántara et al., 2024). Su nombre derivan del latín *lucanicam*, salchicha de Lucania, una antigua región de Italia meridional.

#### **4.2.7 Concepto de longaniza.**

Es un producto tradicional elaborado a partir de carne de diversas especies de ganado, aves o cerdo. La materia prima se pica, se condimentada y se embute en tripa natural o artificial. Posteriormente, se somete a un proceso de maduración que le otorga sus características organolépticas (Altamirano et al., 2020). Por otro lado, es un tipo de embutido crudo, que no es sometido a un proceso de cocción en agua. Puede consumirse fresco o cocinarse después de un período de maduración corta (Bustacara y Joya, 2007).

#### **4.2.8 Composición nutricional de la longaniza.**

La longaniza de cerdo, distinguida por su delicioso sabor y carne magra, aporta una considerable cantidad de energía de 348,00 Kcal. En cuanto a grasa un total de 27,50 gr (Altamirano et al., 2020). También son una fuente de proteínas de origen animal de alto valor, contribuyen con vitaminas liposolubles, específicamente del complejo B. En cuanto a minerales, aportan como hierro (Fe), Sodio (Na) y Potasio (k). Además, es rica en Magnesio proporcionando 200 mg. No obstante, también contiene calcio 20 mg (Alcántara et al., 2024).

#### 4.2.9 Clasificación de los Tipos Longaniza

**Tabla 6**  
*Tipos de Longaniza*

<b>Tipos de Longaniza</b>	<b>Longaniza de Aragón</b>	Se elabora a partir de carne pura de cerdo, tocino, a la que se adicionan sal, especias y aditivos para prolongar su vida. Se embute en tripa natural de cerdo y se deja secar. Se debe emplear mínimo del 70 % de carne magra de cerdo y máximo del 30% de grasa. Sus características más destacadas incluyen una longitud que varía entre 25 y 65 centímetros, y una forma que se asemeja a la de una herradura.
	<b>Longaniza Catalana.</b>	Se emplea carne de cerdo, grasa, pimienta y sal para su proceso de elaboración. Durante el periodo de secado, se forma en la superficie manchas de tonalidad blanca debido a que se la cubre con harina.
	<b>Longaniza de Centroamérica.</b>	Se adopta un enfoque artesanal que incorpora ingredientes tropicales. Por lo general la carne de cerdo es sazonada con el zumo de frutos cítricos como naranja, a lo que se le añade sal y orégano. Posteriormente, esta mezcla se embute en tripas naturales de cerdo.
	<b>Longaniza de México.</b>	Se ha preparado con carne de cerdo, grasa y pasta de achiote. En algunas recetas, se incorpora el picante del chile habanero para darle un sabor distintivo. Posteriormente, se emplea el método de ahumado, para añadirle su sabor característico.

*Nota.* Información recopilada del trabajado de Investigación de (Lita, 2023).

#### 4.2.10 Materias Primas Cárnicas.

**4.2.10.1 Información relevante de la Carne de cerdo.** En el año 2022 habido una existencia de 28.651 porcinos (INEC, 2022). En donde, “Ecuador registro un consumo

de 206 millones de Kg de carne, que dividido entre sus 18 millones ecuatorianos, resulta un consumo per cápita de 11,44 kg. Este dato revela que es una proteína cuyo consumo está en crecimiento en el país, ubicándose como la segunda más consumida.

El principal actor del sector industrial es Pronaca. Según la firma, el consumo de carne de cerdo ha creció al 193%, pasando de una ingesta promedio de 3,9 kg en 1993 a 11,44 kg en 2022.

La gerente de la marca menciona que el incremento en el consumo de carne se debe a diversos factores. Entre ellos, el crecimiento poblacional y el aumento de la clase media al 24%, lo que significo mayores ingresos para los grupos de familiares. Otro factor es la innovación de la oferta en cortes y presentaciones que facilitan el consumo (EL UNIVERSO, 2023).

**4.2.10.2 Beneficios de la carne de cerdo.** Según la (ASPE , 2022), la carne de cerdo ofrece múltiples beneficios para salud. En primer lugar, es una fuente rica en proteínas esenciales para el crecimiento de los niños y adolescentes, así como para el mantenimiento y reparación de los tejidos en la tercera edad.

Además, es rica en ácidos grasos monoinsaturados, lo que la convierte en una opción saludable, ya que no implica un alto contenido de grasa, ni conduce a niveles elevados de colesterol en la sangre.

Por último, es una excelente fuente de vitaminas del grupo B, destaca especialmente la presencia de Tiamina, que contribuye al buen funcionamiento del corazón, músculos y sistema nervioso. También contiene riboflavina (vitamina B12), que ayuda a la producción de glóbulos rojos.

**4.2.10.3 Composición de química de la carne de cerdo.** Se caracteriza por su textura, suave y su color, que varía desde el rojo hasta el rosa. Contiene ácidos grasos esenciales. A continuación, se presenta una tabla que muestra la composición química de la carne de cerdo.

**Tabla 7**  
*Composición básica de 100 g de carne de cerdo*

<b>Componente</b>	<b>Carne Fresca De Cerdo</b>
Energía (Kcal)	267.00
Proteínas (g)	27.37
Lípidos (g)	16.61
Colesterol (mg)	96.12
Hierro (mg)	1.18
Zinc (mg)	3.32
Sodio (mg)	71.23
Tiamina (mg)	0.79

Riboflavina (mg)	0.38
Niocina (mg)	5.54
Vitamina B12 (mg)	0.95

*Nota.* Información recopilada de la investigación efecto de la adición de zumo de naranja agria sobre las características físico, químicas, organolépticas y capacidad antioxidante de la longaniza.

**4.2.10.4 Grasa de cerdo.** La grasa de la longaniza cumple con la función principal de darle el sabor, cremosidad y jugosidad, deben a portar entre un 30-35% de las calorías diarias en la dieta balanceada de alimentación (Camerati y Garcés, 2017).

**4.2.10.5 Tripas.** Son la envoltura del embutido. Estas pueden tener un origen natural o artificial. Las naturales provienen de los intestinos animales porcinos, mientras que las artificiales pueden ser de celulosa, colágeno o plástico.

**Tabla 8**

*Tipos de Envoltura*

<b>Tipos de Envoltura</b>	<b>Tripas Naturales.</b>	Deben tener una cuidadosa limpieza minuciosa, una vez limpias deben guardarse bien saladas y en un lugar refrigerado para evitar alteraciones microbianas. Al utilizarse deben lavarse bien de sal y dejarlas en remojo.
	<b>Tripas Artificiales.</b>	Se emplea carne de cerdo, grasa, pimienta y sal para su proceso de elaboración. Durante el periodo de secado, se forma en la superficie manchas de tonalidad blanca debido a que se la cubre con harina.

*Nota.* Información de la Tecnología de los embutidos curados (Vidal, 2009).

#### **4.2.11 Materias Primas no Cárnicas**

**4.2.11.1 Condimentos y especias.** Son fundamentales para intensificar los sabores y color del embutido, las formulaciones dependen de cada producto, fabricante y región geográfica (Jiménez y Carballo, 1989).

**4.2.11.2 Sal.** Desempeña un papel importante ya que influye en tres aspectos claves: primero, realza el sabor de productos; segundo, actúa como conservante al retrasar el crecimiento de microorganismos, en gran parte al reducir la disponibilidad contribuye al sabor, actúa como conservador retardando el desarrollo microbiano, actúa como un rebajador de la actividad del agua (aw) (Jiménez y Carballo, 1989).

**4.2.11.3 Refrito.** Es un colorante natural, es una especie de salsa caliente que puede contener cebolla, sal, comino y ajo que se fríen en un material graso (Andrade et al., 2011).

#### 4.2.12 Naranja Agria.

**4.2.12.1 Concepto.** Es un fruto cítrico de nombre científico *Citrus aurantium*, cada uno de las cuales contiene pulpa de color anaranjado y el rojo, jugosa. Se consume como fruta fresca, el componente más característico es la vitamina C (Lita, 2023).

**4.2.12.2 Composición Química.** Es una fruta cítrica que posee mayor popularidad por la industrialización de su jugo. El jugo de naranja agria presenta un pH de 3,50 + 0,06 y ácido cítrico de 4,13%, presentó humedad del 90,6%, pH de 2,94 y vitamina C de 49,1 mg/100g (Lita, 2023).

**4.2.12.3 Valor Nutricional.** En tabla 9 se presenta los componentes de la naranja agria.

**Tabla 9**

*Valor nutricional de la naranja agria en 100 g de jugo natural*

Componente	Valor
Agua (%)	88,70
Energía (Kcal)	43,00
Proteína (g)	0,70
Grasa total (g)	0,20
Carbohidratos (g)	10,00
Ceniza (g)	0,40
Calcio (mg)	44,00
Fósforo (mg)	15,00
Hierro (mg)	0,30
Tiamina (mg)	0,07
Riboflavina (mg)	0,05
Niacina (mg)	0,10

**Nota.** Información recopilada de la investigación efecto de la adición de zumo de naranja agria sobre las características físico, químicas, organolépticas y capacidad antioxidante de la longaniza (Lita, 2023).

#### 4.2.13 Influencia del PH sobre los embutidos.

El pH juega un papel crucial en la determinación de las características de color, sabor, capacidad de retención de agua y conservación. No sólo influye en las propiedades sensoriales de la carne, sino que también afecta su calidad sanitaria y su idoneidad tecnológica para producción productos cárnicos (Lita, 2023).

**Tabla 10**

*pH en diferentes embutidos*

Embutido	pH
Longaniza y salami	4.35 a 6.92
Chorizo	5.01 a 5.10
Salchicha	5.54 a 5.7



**Nota.** Información recopilada de la investigación efecto de la adición de zumo de naranja agria sobre las características físico, químicas, organolépticas y capacidad antioxidante de la longaniza.

#### **4.2.14 Etapas en el proceso de elaboración**

**a. Recepción de materia prima.** La carne de cerdo para el consumo humano debe encontrarse en condiciones óptimas, garantizando su frescura y ausencia de signos de deterioro. Los condimentos y especias también deben estar en su mejor estado. En el caso de la tripa natural de cerdo, es esencial llevar a cabo una adecuada limpieza y desinfección, especialmente si no ha sido sometida a un proceso de deshidratado con sal (Vélez, 2019).

**b. Limpieza.** Requiere de una revisión minuciosa de la carne, con el propósito de eliminar cualquier desecho. Es esencial garantizar que la carne utilizada sea fresca y de la más alta calidad. Asimismo, en lo que respecta a las especias y condimentos, es necesario verificar que estén libres de residuos o sustancias que pudieran poner en riesgo la salud de los consumidores (Vélez, 2019).

**c. Pesado y molienda.** En primer lugar, es fundamental pesar todos los ingredientes de acuerdo con la formulación específica establecida de la receta. A continuación, la carne debe ser cortada en cubos aproximadamente 2-3 centímetros para facilitar la molienda. Es esencial moler la carne y la grasa. Mantener una cadena de frío adecuada es de suma importancia, ya que esto evita el crecimiento de microorganismos en la carne o grasa y previene su deterioro, para elaborar un embutido fresco (Lago, et al., 2016).

**d. Mezclado.** En la etapa del mezclado, la carne y la grasa se combinan utilizando una batidora. Además, se incorporan los condimentos, especias, incluyendo conservantes. En este proceso, es crucial supervisar tanto el tiempo de mezclado como la temperatura de la carne. La temperatura a controlar es de 15 °C y el tiempo se debe realizar es entre 2-4 minutos, si sobrepasa esta temperatura y tiempo de mezclado la fibra muscular de la carne empieza a romperse (Vélez, 2019).

**e. Embutido.** Antes de introducir la mezcla de carne en la tripa, es esencial someterla a un proceso de hidratación mediante agua. Un punto clave en esta etapa es inclusión de hielo para mantener la cadena de frío y evitar el crecimiento de microorganismos. Luego del proceso de hidratación se procede a introducir la masa cárnica en la tripa, con la ayuda de una embutidora (Lago, et al., 2016).

**f. Secado.** Genera una longaniza tierna finalizar el proceso de manera adecuada, se recomienda colocarla en un sitio limpio y bien ventilado, de preferencia con luz solar en un lugar limpio, seco y fresco, de preferencia aireado y con algo de sol. Cubra con la tela a fin de evitar que pueda caerle polvo. Deje la longaniza de 3 a 4 días y el proceso estará concluido (Lago, et al., 2016).

### **4.3 Aspectos Generales**

#### **4.3.1 Proyecto**

Los proyectos en la actualidad han tenido mayor relevancia en el mundo, menciona Moreno et al. (2016), un proyecto es un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí para crear un producto o servicio, se caracterizan por tener un inicio y un fin, cumpliendo las actividades en un tiempo específico.

#### **4.3.2 Inversión**

Se trata de la adquisición de un conjunto de activos que se adquieren para realizar una actividad y obtener ganancias en un lapso determinado (Reyes Ramos, 2013).

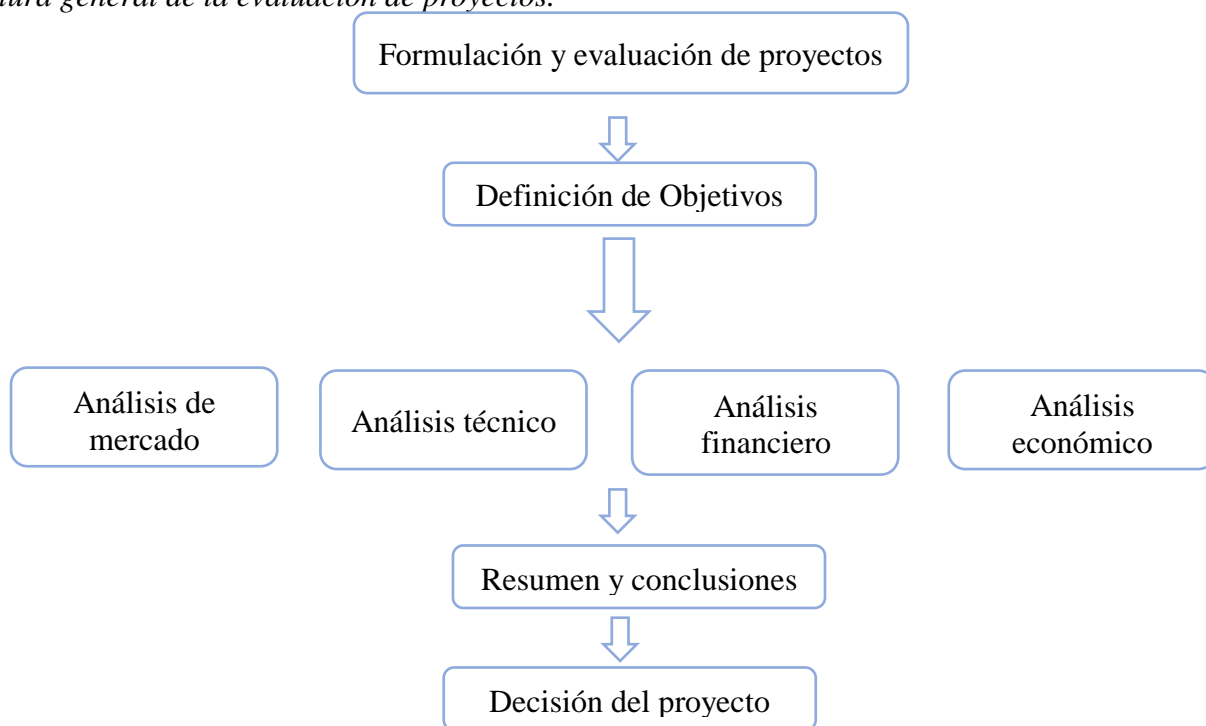
#### **4.3.3 Proyectos de inversión**

Según Baca Urbina (2013), “Lo denomina un plan, al cual, si se le asignan recursos tanto los insumos necesarios, producirá un bien que sea útil para satisfacer las necesidades de la sociedad” (p.2).

**4.3.3.1 Partes generales de la evaluación de proyectos.** Cada proyecto de inversión es único, la metodología aplicada en cada uno tiene la flexibilidad de ajustarse a cualquier tipo de proyecto (Baca Urbina, 2013).

**Figura 1**

*Estructura general de la evaluación de proyectos.*



*Nota.* La figura muestra la estructura general de la evaluación de proyectos información tomada de Baca Urbina (2013).

**4.3.3.2 Niveles de profundidad de proyectos.** En un análisis de proyectos se pueden identificar tres niveles diferentes de profundidad, señala Baca Urbina (2013) que se detallaran, a continuación, en la siguiente tabla:

**Tabla 11**

*Niveles de Profundidad del proyecto*

<b>Niveles de Profundidad del</b>	<b>Perfil, gran visión o identificación de la idea</b>	Este nivel se desarrolla mediante el uso de información disponible, el sentido común y la perspicacia basada en la experiencia. En términos financieros, se limita a proporcionar estimaciones generales de inversiones, los gastos e ingresos, sin profundizar en investigaciones de campo
	<b>Estudio de prefactibilidad o anteproyecto</b>	Este nivel, se lleva a cabo un análisis exhaustivo que incluye la investigación en fuentes secundarias y primarias de la investigación de mercado, se detalla tecnología que utilizara, se calculan costos totales y se evalúa la viabilidad económica del proyecto.

---

**Proyecto definitivo**

Se refiere al estudio final que incluye la información del anteproyecto, además de los detalles relacionados con los canales de comercialización del producto.

---

*Nota.* Información tomada de la evaluación de proyectos del autor Baca Urbina (2013).

#### **4.3.4 Contenido del proyecto**

#### **4.3.5 Estudio de mercado.**

Hace referencia a la fase inicial de la investigación formal del estudio. Esta etapa implica la identificación, cuantificación de demanda y oferta, análisis de los precios y un estudio detallado de las estrategias de comercialización (Baca Urbina, 2013). Además, es un estudio a través del cual se evalúa la necesidad actual de un bien y las probabilidades de éxito en el mercado (Reyes Ramos, 2013).

#### **4.3.6 Objetivo.**

Evaluar la viabilidad de un nuevo producto para comprender el riesgo y el potencial de éxito, también desempeña un papel importante al anticipar una estrategia de fijación de precios efectiva y estrategias de comercialización del producto (Baca Urbina, 2013).

#### **4.3.7 Aspectos para considerarse**

Sapag Chain et al. (2014), mencionan los siguientes cinco aspectos cruciales que deben considerarse en un estudio de mercado:

- a. El consumidor y demandas del mercado, actuales y proyectadas.
- b. La competencia y ofertas del mercado, actuales y proyectadas.
- c. La comercialización del producto generado por el proyecto.
- d. Proveedores, como la disponibilidad, precio de insumos, actuales y proyectados.

**4.3.7.1 Información Base.** Se refiere a la información obtenida de fuentes primarias y secundarias mediante una variedad de técnicas de investigación como: encuestas, entrevistas, análisis de artículos y se respalda con la aplicación de diversos métodos, como muestreo, y observación (Pasaca, 2017).

4.3.7.2 Tamaño de la muestra. En palabras de Pasaca (2017), es conveniente resaltar que un tamaño de muestra grande no necesariamente proporciona información de mayor calidad que uno más pequeño. La validez de la muestra depende, de la fiabilidad de la información que brinden el mercado objetivo.

La fórmula para emplear para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

**En donde:**

**N** = tamaño de la población

**Z** = 1.96 nivel de confianza

**e** = margen de error

**p**= proporción de aceptación

**q**= Diferencia de la certeza

En el desarrollo del estudio de mercado, se debe llevar a cabo cada uno de los análisis especificados a continuación:

#### 4.3.8 *Análisis del producto*

De acuerdo con Córdova Padilla (2011), se debe considerar los siguientes aspectos:

- **Usos:** Para qué se utiliza, cómo se utiliza, etc.
  - **Presentación:** Que tiene que ver con las cantidades, empaques y calidad, los cuales tienen influencia en la estructura de costos.
  - **Naturaleza:** determinar si son bienes de consumo final, si es perecedero, de primera necesidad, se consumen de forma habitual o esporádico.
  - **Sustitutos:** se deben identificar productos que puedan sustituirlos debido a factores como: calidad, precios, presentación, gustos de los consumidores, etc.
- (p.59)

#### 4.3.9 *Categorización de los productos.*

A continuación, menciona Pasaca (2017) las tres categorías que se consideran en el estudio de mercado:

**Tabla 12**  
*Categorización de Productos*

<b>Categorización de Productos</b>	<b>Producto principal</b>	se refiere a la descripción general del producto destinado a satisfacer las necesidades del consumidor y resaltar sus características primordiales. Puede acompañarse con una representación gráfica que ilustre estos atributos.
	<b>Producto sustituto</b>	conforme a su nombre, estos son productos que tienen la capacidad de reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad

---

**Producto complementario**

Se enfoca en productos que pueden ser utilizados en conjunto con el producto principal. Cabe señalar que no todos los productos principales requieren de un producto complementario

---

*Nota.* Información tomada del libro de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión de Pasaca (2017).

#### **4.3.10 Análisis del consumidor.**

Consiste en describir a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc. Esto con el fin de construir un perfil que sirva como fundamento para la estrategia comercial (Sapag Chain et al., 2014).

4.3.10.1 Segmentación del mercado. Consiste en identificar patrones de comportamientos similares entre individuos dentro de un mercado específico, con el fin de agruparlos en un conjunto con atributos idénticos. Además, permite concentrarse en sus clientes potenciales, los que tienen mayores posibilidades de comprar un producto (Alcaraz, 2011).

4.3.10.2 Criterios de segmentación. Para realizar la segmentación en el mercado se consideran diversos criterios de segmentación:

**Tabla 13**

*Criterios de segmentación*

<b>Criterios de Segmentación</b>	<b>Nivel Socioeconómico</b>	Clasificado en categorías de nivel Alto, Medio y Bajo.
	<b>Geográfico</b>	El mercado es dividido considerando factores como el país, región, ciudad, clima, barrio, etc.
	<b>Demográfico</b>	El consumidor es categorizado en base a las siguientes variables tal como: edad, sexo, ingresos, grado de instrucción, ocupación, nacionalidad.
	<b>Psicográfico</b>	La clasificación es más subjetiva. El perfil psicográfico es considerado como una combinación de actividades, intereses, opiniones de los consumidores, tomando en consideración aspectos relacionados con la clase social, personalidad, estilo de vida, etc. (Reyes Ramos, 2013).
	<b>Comportamental</b>	Es segmentado de acuerdo con las características de comportamiento del consumidor, considerando aspectos como frecuencia de compra, fidelidad de consumo y modo de utilización.

*Nota.* La información recopilada proviene de dos fuentes de información: (Reyes Ramos, 2013) y (Ciribeli et al., 2014).

#### **4.3.11 *Análisis de la demanda***

Tal como afirman Morales y Morales (2009),” es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores desean comprar a un precio específico para satisfacer sus necesidades” (p.55). La cantidad demandada esta influenciada por diversos factores, como los niveles de precio, condiciones de venta, entre otros factores, y se proyecta en el tiempo (Sapag Chain et al., 2014).

#### **4.3.12 *Clasificación de la demanda.***

Por consiguiente, en el estudio del mercado, se toman en consideración los siguientes tipos de demanda, según Pasaca Mora (2017):

- **Demanda potencial:** hace referencias a la demanda existente en el mercado para el consumo utilizando los diversos productos que no han logrado satisfacer las necesidades del consumidor.
- **Demanda Real:** Se refiere a la cantidad de producto que efectivamente consumen o utilizan en un mercado específico.
- **Demanda Efectiva:** Engloba aquel segmento de demandantes que cuentan con la intención y los recursos económicos necesarios para adquirir y consumir un producto en particular.
- **Demanda insatisfecha:** Se produce cuando la oferta de productos o servicios no satisface las necesidades del mercado.
- **Demanda Satisfecha:** Es la cantidad de producto que se ofrece en el mercado es exactamente la que se necesita. (pp. 55-57)

#### **4.3.13 *Análisis de la Oferta.***

Desde la perspectiva de Reyes Ramos (2013) se refiere al estudio de todas las empresas que ofrecen productos o servicios similares a los que el proyecto de inversión planea ofrecer.

#### **4.3.14 *Objetivos del análisis de la oferta.***

Su propósito es medir los niveles de producción de los competidores líderes, así como su participación en el mercado. Además, busca conocer como la oferta actual y futura satisfará la demanda. Finalmente, se busca identificar las estrategias, objetivos, fortalezas y debilidades de la competencia (Reyes Ramos, 2013)

#### 4.3.15 Tipos de oferta.

Existen varios tipos de oferta en el mercado, y en termino generales, se pueden categorizar de la siguiente manera:

- **Competitiva:** La rige la ley de oferta y demanda
- **Oligopólica:** Existe únicamente un pequeño número de oferentes
- **Monopólica:** Un solo oferente que impone precios y sus condiciones

**Tabla 14**

*Tipos de Oferta*

Tipos de Oferta	<b>Competitiva:</b>	La rige la ley de oferta y demanda
	<b>Oligopólica</b>	Existe únicamente un pequeño número de oferentes
	<b>Monopólica:</b>	Un solo oferente que impone precios y sus condiciones

*Nota.* La Información recopilada proviene de dos fuentes de información: (Reyes Ramos, 2013).

#### 4.3.16. Estrategias de comercialización.

Según Sapag Chain et al. (2014), el análisis de la estrategia de comercialización en un proyecto es complejo, se debe a la dificultad de prever las reacciones y cambios en el entorno durante la operación del proyecto. Para desarrollar la estrategia comercial, deben utilizar las 4P's (producto, precio, promoción y distribución). Esta estrategia se define para el segmento de mercado que busca satisfacer las necesidades y demandas insatisfechas.

**4.3.16.1 Estrategia de precios.** Para el precio de venta debe considerar varias variables que influyen en el mercado, en primer lugar, se debe tener en cuenta la demanda asociada con distintos niveles de precio; luego, los precios de la competencia para productos similares y sustitutos y, por último, los costos involucrados. Los precios de los competidores sirven como referencia para establecer los propios precios (Sapag Chain et al., 2014). Conforme a lo planteado por Córdova Padilla (2011), la fijación del precio de venta del producto se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

**Tabla 15**

*Aspectos para la fijación del precio de venta*

Aspectos para la costos de producción	Se fija el precio en base teniendo en cuenta los factores: materia prima, mano de obra directa, costos indirectos, gastos de administración y ventas, costos de oportunidad e impuestos, entre otros.
---	---



<b>Políticas gubernamentales</b>	Se considera que los precios pueden ser influenciados por el Estado mediante medidas como impuestos, aranceles, subsidios y otras para proteger o estimular sectores económicos.
<b>Margen de rentabilidad</b>	Es el porcentaje que se le aplica al costo de producción

*Nota.* La Información recopilada del libro de Formulación y Evaluación de proyectos de Córdova Padilla (2011).

**4.3.16.2 Estrategia de distribución.** La estrategia se centra en establecer los canales de distribución para hacer llegar los productos hasta el consumidor final. Los cuales se detallan a continuación:

- Relación directa entre el productor y consumidor, proyectos pequeños.
- Productor – detallista – consumidor, usual en proyectos medianos.
- Productor – mayorista – minorista – consumidor, relación que se da en proyectos grandes.
- Productor – agente intermediario – mayorista-minorista-consumidor, utilizado por las grandes empresas que se dedican a la producción, encargando la comercialización a empresas asociadas (Córdova Padilla, 2011, p.79).

**4.3.16.3 Estrategia de promoción y publicidad.** La definición de la estrategia de promoción también requiere un estudio complejo que, para los fines que persigue el preparador y evaluador de proyectos (Sapag Chain et al., 2014).

**4.3.16.4 Estrategia de producto.** Implica detallar la experiencia que pretende contarse a un grupo de usuarios. Es por ello por lo que las empresas más que hablar de productos se refieren a la experiencia que se desea lograr cuando el usuario interactúa con el producto, donde los cinco sentidos cobran importancia: vista, tacto, olfato, oído y gusto (Sapag Chain et al., 2014).

#### **4.3.16 Estudio Técnico**

Tiene como objetivo resolver preguntas fundamentales como: ¿qué cantidad, ¿dónde, de qué manera y con qué recursos producirá la empresa? Además, implica la planificación de la función de producción para obtener el producto deseado (Córdova Padilla,2011).

#### 4.3.17 Ingeniería de proyectos.

Busca la selección, diseño técnico y disposición de recursos esenciales en la producción para lograr el producto deseado. Es esencial tener en cuenta los siguientes aspectos, ya que son fundamentales para realizar un estudio técnico completo y adecuado.

#### 4.3.18 Ingeniería del Producto.

El diseñado del producto debe incorporar todas las características que el consumidor desea, para satisfacer sus necesidades. Al diseñar el producto, es esencial considerar aspectos como: presentación, unidad de medida y tiempo de vida útil (Pasaca, 2011).

#### 4.3.19 Tamaño del Proyecto.

Desde la perspectiva Córdova Padilla (2011), “Se define como la cantidad de unidades que se pueden producir en un período de tiempo específico, ya sea en un día, mes o un año, dependiendo del tipo de proyecto que se esté planificando” (p.108).

4.3.20.1 Clasificación de los tipos de capacidades. Desde el punto de vista de Córdova Padilla (2011), se realiza la siguiente clasificación:

**Tabla 16**

Tipos de Capacidades

<b>Capacidad Instalada</b>	Es nivel máximo de producción que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden fabricar en un periodo de tiempo determinado
<b>Capacidad Utilizada</b>	Es la cantidad promedio de la capacidad instalada, que realmente se está utilizando, durante un tiempo específico
<b>Capacidad de Reserva</b>	Se refiere a la capacidad de producción que no se está utilizando y se encuentra a la espera de que las condiciones de mercado permitan incrementar la producción. Está estrechamente relacionada con el margen de capacidad instalada y representa la capacidad ociosa

*Nota.* La Información recopilada del libro de Formulación y Evaluación de proyectos de Córdova Padilla (2011).

#### 4.3.20 Localización de la planta.

Es el análisis de los factores que influyen en la elección de la ubicación óptima para que el proyecto alcance la máxima eficiencia.

- **Macro localización.** Según Córdova Padilla (2011), “Se trata de la determinación de la ubicación de la macro zona donde se establecerá el proyecto, y esto se representa mediante un mapa del país, ciudad.” (p.119).
- **Micro Localización.** Menciona Córdova Padilla (2011), “Se refiere a la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida” (p.120).

**4.3.21.1 Factores que influyen en la localización.** Señala Córdova Padilla (2011) se debe considerar los siguientes factores que influyen en la decisión de elegir la localización:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros (p.113)

**4.3.21.2 Proceso Productivo.** Se refiere al proceso en el cual diversos insumos se convierten en productos manufacturados mediante la ayuda de tecnología, mano de obra y maquinaria. Este proceso puede variar según el flujo de producción o tipo de producto (Córdova Padilla, 2011).

#### **4.3.21 Etapas del proceso productivo**

**Selección de la materia prima.** Es la descripción completa de los insumos principales y secundarios, que incluya información como el nombre, unidad de medida, cantidad necesaria, proveedores, precios y disponibilidad (Córdova Padilla, 2011).

**Maquinaria, equipo, muebles y enseres.** Comprenden todos aquellos elementos o artículos materiales que se requieren para desarrollar el proceso de producción. En lo que sigue, se especifican los elementos a tener en cuenta en este aspecto:

- **Características Técnicas:** capacidad, velocidad, operación.
- **Costos:** adquisición, personal, materiales.
- **Atención de proveedores:** mantenimiento, entrega y garantía

- **Comportamiento:** vida útil, carga de trabajo, capacidad instalada y requisitos especiales (Córdova Padilla, 2011, p.130).

**Mano de Obra.** Se debe especificar definiendo sus perfiles ocupacionales, tomando en consideración el tipo de tecnología y maquinaria empleada en el proceso. En esta sección, se debe detallar la cantidad de mano de obra requerida para operar en la planta y las actividades encargadas, categorizando entre mano de obra directa, indirecta y personal administrativo (Córdova Padilla, 2011).

#### 4.3.22 *Diagrama de flujo.*

Se define como un resumen pictórico de las decisiones tales como producción, almacenamiento, transporte que conforman un proceso desde el inicio hasta su fin (Plazas, 2017).

**Tabla 17**  
*Simbología del diagrama de flujo*

<b>Simbología</b>	<b>Descripción</b>
Operación	Representada por un círculo e indica que se está efectuando un cambio o transformación.
Transporte	Representado por una flecha direccionada e indica una acción de movilización de algún elemento en determinada operación.
Demora.	Representada por una D mayúscula, indicando que existen cuellos de botella en el proceso y que hay que esperar turno y efectuar la actividad correspondiente.
Almacenamiento	Representado por un triángulo y puede ser de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
Inspección	Representado por un cuadrado y es la acción de controlar que se efectúe correctamente una actividad o verificar la calidad.

*Nota.* Información tomada del autor Córdova Padilla (2011).

#### 4.3.23 *Estudio Legal.*

#### 4.3.24 *Concepto de Estudio Legal*

Elementos que se consideran en el estudio administrativo de los proyectos de inversión. Pasaca (2011) considera los siguientes aspectos que deben incluirse en el estudio administrativo

- La constitución jurídica de la empresa u organismo, así como los aspectos legales que afectan su funcionamiento.

- Diseño de la organización de la empresa.
- Constitución de la empresa

#### **4.3.25 Disposición Generales de la ley de Compañías**

Desde la perspectiva de Superintendencia de Compañías y Valores (2024), da a conocer lo siguiente:

Art.1.- Las compañías se constituyen por una sola persona natural o jurídica que destina aportes de capital para emprender en operaciones mercantiles de manera individual y participar de sus utilidades.

Art 92.-La compañía de responsabilidad limitada se puede constituir mediante contrato o acto unilateral. Hacen comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada”.

Art 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la ley.

#### **4.3.26 Estudio Administrativo**

##### **4.3.27 Concepto de estudio administrativo**

Según Pasaca (2011) “El desarrollo del estudio administrativo se orienta a determinar el tipo de entidad a constituirse, así como la fijación del direccionamiento estratégico de la misma” (p. 132).

##### **4.3.28 Filosofía Empresarial**

- Misión
- Visión
- Objetivos Estratégicos
- Valores

#### **4.3.29 Estudio Organizacional**

#### **4.3.30 Concepto de estudio Organizacional.**

Consiste en proporcionar una estructura formal encaminados al logro de objetivos propuestos, asignando actividades a los diferentes niveles y definiendo cada uno de los mecanismos de coordinación (Córdoba Padilla, 2011).

#### **4.3.31 Niveles Jerárquicos de autoridad.**

Señala Pasaca Mora (2017), “Estos niveles se determinan según el tipo de empresa, además de las disposiciones de la ley de compañías” (p. 69).

Se consideran varios niveles, que se detallan a continuación:

- **Nivel legislativo:** Es la cima de la gestión de la empresa y establece las políticas y normativas de la empresa. Lo conforman propietarios de la empresa y se conoce como la junta general de accionistas o socios.
- **Nivel Ejecutivo:** Conformado por el Gerente Administrador, designado por el nivel Legislativo, es responsable de la gestión operativa, lo que influye en el éxito o fracaso empresarial.
- **Nivel Asesor:** Orienta decisiones en asuntos específicos que requieren un tratamiento especial, en temas jurídicos, financieros y contables.
- **Nivel de Apoyo.** Este nivel incluye todas las actividades directamente relacionadas con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo:** Es el nivel que da vida a la empresa. Incluye todas las actividades relacionadas con los procesos productivos. (Pasaca Mora, 2017, p. 70).

#### **4.3.32 Organigramas.**

Es un esquema que ilustra la estructura de la empresa. Con una visión clara de las áreas que dispone la organización. Además, se usa para comprender su estructura de manera efectiva Córdoba Padilla (2011). Los organigramas son útiles para la división de funciones. Además, permiten visualizar los niveles jerárquicos, y establecer las líneas de autoridad y responsabilidad. Finalmente ayudan a entender la naturaleza lineal o staff del departamento. (p.171)

**Tabla 18**  
*Tipos de Organigramas*

<b>Tipos de Organigrama</b>	<b>Organigrama Estructural</b>	Es un diagrama que representa la jerarquía de una organización, delineando la estructura administrativa y cómo se definen los distintos roles. Esto permite identificar claramente el nivel de autoridad y responsabilidad de cada posición dentro de la empresa
	<b>Organigrama Funcional</b>	Este esquema es una representación detallada de las responsabilidades, capacidades y asignaciones de cada departamento de una organización.
	<b>Organigrama Posicional</b>	Presenta la información de los colaboradores, juntos los sueldos designados por la realización de sus actividades

*Nota.* Información tomada del autor (Pasaca, 2017)

#### **4.3.33 Manual de Funciones.**

Consiste en detallar las funciones de cada uno de los cargos y responsabilidades de cada puesto de trabajo dentro la empresa, establece los conocimientos, habilidades y destrezas necesarios para que el personal pueda desempeñar eficientemente sus funciones asignadas (Chiavenato, 2009).

#### **4.3.34 Estudio Económico- Financiero**

El análisis económico tiene como objetivo determinar el monto de los recursos necesarios para la llevar a cabo el proyecto, estimar el costo total de la operación de la planta que incluye las áreas de producción, administración y ventas (Baca Urbina, 2013).

#### **4.3.35 Inversiones.**

Son todos los gastos que se presentan en la fase inicial como en la fase de operación de un proyecto. Estos representan desembolsos de dinero en efectivo destinados para la adquisición de activos, abarcando activos fijos, diferidos y el capital de trabajo (Pasaca, 2011).

**Tabla 19**  
*Inversiones en Activos*

<b>Inversione</b>	<b>⁂ Activo Fijo</b>	Se entiende por activo tangible o fijo, a los recursos propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros
-------------------	----------------------	---

<b>Activó Diferido</b>	Son el conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, como investigaciones preliminares, adquisición de derechos, patentes, licencias, permisos, marcas, gastos preoperativos, instalación y estructura organizativa, entre otros
<b>Capital de Trabajo Inicial.</b>	El capital de trabajo, una diferencia contable entre activos y pasivos circulantes representa el financiamiento necesario para el funcionamiento inicial de una empresa, cubriendo costos como materias primas, salarios, cuentas por cobrar y gastos diarios

*Nota.* Información tomada del autor (Córdova Padilla, 2011).

#### **4.3.36 Depreciaciones.**

Desde su perspectiva Viñan et al. (2018) lo definen como, "Un costo imputable por el desgaste de una inversión fija como consecuencia del uso en el proceso productivo. Para el cálculo de este rubro se debe considerar la vida útil de cada activo fijo y las disposiciones tributarias de cada país" (p.63).

#### **4.3.37 Amortizaciones.**

Se describe como el procedimiento de saldar una deuda a través de una secuencia de pagos, por lo general en montos iguales. El método más empleado es el método francés o de cuotas constantes, que implica la generación de intereses intermedios (Viñan et al., 2018).

#### **4.3.38 Financiamiento.**

Es la búsqueda de los recursos requeridos para que la empresa pueda funcionar; y estas fuentes pueden manifestarse de dos modalidades, según Viñan et al. (2018).

- **Fuentes Internas.** Dinero propio, utilidades no repartidas, venta de activos, depreciación.
- **Fuentes Externas.** constituidas por los créditos de entidades financieras a corto. Mediano o largo plazo. (pág. 68)

#### **4.3.39 Análisis de costos.**

Para realizarlo se recurre a la contabilidad de costos, con el objetivo de determinar el costo real al producir un bien o un servicio, a partir de estos datos se puede fijar el precio de venta al público del nuevo producto (Pasaca, 2011).



#### 4.3.40 Costos de producción.

Permite estimar y distribuir los costos totales del proyecto en términos unitarios y totales. Esta en función de costo de producción, administración, ventas y financiamiento. Los costos de producción, como se muestra en la tabla 4, se considera tres elementos básicos como materia prima, mano de obra directa y gastos indirectos de fabricación.

**Tabla 20**  
*Elementos del costo de producción*

Costo de Producción	Descripción
Materia Prima	Son los insumos utilizados en el proceso productivo.
Mano de Obra Directa	Constituyen aquellos trabajadores que intervienen directamente en el proceso productivo.
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	Son costos de los recursos que participan en el proceso de producción, pero no se incorporan en el producto final.

*Nota.* Datos tomados de la información Planeación Financiera y Presupuestaria.

#### 4.3.41 Gastos de operación.

Según Riofrio et al. (2017) son aquellos gastos que no se vinculan con el proceso productivo y se clasifican en administrativos y de ventas. Se clasifican en dos aspectos:

- **Gastos Administrativos.** Se originan de la función administrativa de la empresa. Lo constituyen los sueldos del gerente, área financiera, contador, gastos de la oficina en general.
- **Gastos de ventas.** Representa gastos en los que se incurre para vender y distribuir el producto.

#### 4.3.42 Presupuesto Proyectado.

Esta herramienta facilita la toma decisiones sobre el presupuesto adecuado para la implementación del proyecto (Pasaca Mora, 2017).

#### 4.3.43 Clasificación de costos fijos y variables.

En proyectos es crucial clasificar según costos fijos y variables, según Viñan et al. (2018):

- **Costos Fijos.** Son aquellos que permanecen constantes sin importar el nivel de producción. Ejemplos: arriendos, seguros, sueldo de personal administrativo, depreciaciones, etc.

- **Costo variable.** Son los que cambian según cuánto produce la empresa. Ejemplos: materia prima, materiales, mano de obra, entre otros. (p.69)

#### **4.3.44 Punto de Equilibrio.**

Se define como el nivel de ingresos que se iguala con el total de costos y gastos es decir el punto donde no gana ni pierde Pasaca (2011).

#### **4.3.45 Estado de Pérdidas y Ganancias.**

Evalúa las ganancias por unidad de producción en un periodo. Córdoba Padilla (2011) sustenta que los ingresos provienen de las ventas realizadas, mientras los costos engloban a los costos de producción, así como los gastos de administración y ventas.

#### **4.3.46 Evaluación Financiera**

Según lo mencionado por Pasaca Mora (2017), la evaluación financiera desempeña un papel fundamental al analizar el rendimiento financiero y la rentabilidad que el proyecto puede ofrecer a sus inversionistas.

Además, esta evaluación engloba tres aspectos esenciales:

- a) Estructurar el plan de financiamiento.
- b) Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- c) Proporcionar la información base necesaria para la base para la toma de decisiones con respecto a la inversión en el proyecto.

#### **4.3.47 Flujo de caja.**

Representa la diferencia entre los ingresos y egresos, y tiene un impacto directo en la capacidad de la empresa para saldar sus deudas o adquirir activos. Al calcular el flujo de caja, es importante destacar que no se incluyen egresos como las depreciaciones, y amortizaciones de activos diferidos (Pasaca Mora, 2017). De acuerdo con Córdoba Padilla (2011), "El flujo de caja se compone de cuatro elementos fundamentales: Ingresos de operación, egresos de inversión, egresos de operación y valor de salvamento" (p.210).

#### **4.3.48 Valor actual Neto (VAN).**

Según Córdoba Padilla (2011), "Es un método reconocido que evalúa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios superiores a la rentabilidad deseada. Esto se logra calculando el valor actual de los flujos de caja futuros y restando la inversión inicial" (p.236). Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios, explicados a continuación en la Tabla 11:

**Tabla 21**  
*Interpretación del VAN*

<b>Valor</b>	<b>Descripción</b>	<b>Decisión a tomar</b>
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdida	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como: mejor posicionamiento en el mercado u otros factores

*Nota.* Datos tomados de Córdoba Padilla (2011), Formulación y evaluación de proyectos, p 258.

La fórmula para el Valor Presente Neto (VAN) se expresa de la siguiente manera:

$$VAN = \Sigma \text{Flujo de Caja Actualizado} - \text{Inversión}$$

**En donde:**

- Representa la diferencia entre la suma de los flujos de caja actualizados y la inversión inicial en un proyecto.

#### **4.3.49 Tasa interna de retorno (TIR).**

Es la tasa de interés o rentabilidad que generará el proyecto, define de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.

Para calcular la TIR del proyecto se emplea la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

**En donde:**

- **Tm** = tasa menor
- **Dt** = Diferencia de tasas
- **TM** = tasa mayor

Los criterios de aceptación del TIR son:

- TIR > a la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto
- TIR = a la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- TIR < a la tasa mínima de rendimiento exigida, debe rechazarse el proyecto

#### 4.3.50 *Periodo de Recuperación de Capital (PRC).*

Córdoba Padilla (2011), en el PRC se determina tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido. Para calcular este periodo, se requiere los valores del flujo de caja y monto de inversión.

$$PRC = ASI \frac{\text{Inversión} - \sum FASI}{FNASI}$$

**En donde :**

- **ASI** = Año que supera la inversión
- $\sum FASI$  = Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión
- **FNASI** = Flujo Neto del Año que supera la inversión

#### 4.3.51 *Relación Costo Beneficio (RCB).*

La relación beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial, permite determinar el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto (Córdoba Padilla, 2011).

Se aplica mediante la siguiente formula:

$$RCB = \frac{\text{Valor Ingreso Actualizado}}{\text{Valor Egreso Actualizado}}$$

Los criterios de decisión de relación beneficio costo son:

- $RCB > 1$ , el proyecto es rentable
- $RBC < 1$ , el proyecto no rentable
- $RCB = 1$ , Se deja al criterio del inversionista

#### 4.3.52 *Análisis de sensibilidad (AS).*

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios. Se denomina Análisis de Sensibilidad (AS) el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (que tan sensible es). La TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto (Sapag Chain & Sapag Chain, 2010).

Los criterios de decisión respecto al análisis de sensibilidad son:

- Sensibilidad  $< 1$ , el proyecto sensible a cambios
- Sensibilidad = 1, No hay ningún efecto sobre el proyecto
- Sensibilidad  $> 1$ , el proyecto no sensible a cambios

**4.3.52.1 Análisis de sensibilidad en Disminución en Ingresos.** Se evalúa hasta que porcentaje la empresa puede soportar una disminución de sus ingresos sin que esto le ocasione problemas financieros, este porcentaje se realiza mediante el método de tanteo.

**4.3.52.2 Análisis de sensibilidad en Incremento en Costos.** Este parámetro permite evaluar hasta que nivel la empresa puede soportar un incremento en los costos, este porcentaje se realiza mediante el método de tanteo.

#### **4.4 Marco conceptual**

##### **4.4.1 Mercado:**

Según Córdova Padilla (2011), “El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio” (p.52).

##### **4.4.2 Clasificación del mercado**

- Mercado potencial. Se refiere a los consumidores que podrían necesitar el bien o servicio, se define después de haberlo segmentado.
- Mercado Objetivo. Se trata de una parte específica del mercado disponible, que se convierte en el objetivo principal de nuestro proyecto Reyes Ramos (2013).

##### **4.4.3 Estructura del mercado**

Córdova Padilla (2011) mencionó que es fundamental comprender su estructura, lo cual se logra mediante la categorización de los siguientes grupos.

- **Competitivos:** son todos aquellos mercados con alto número de participantes, sin barreras de acceso y productos poco diferenciados impactan en los estudios del proyecto.
- **Monopólicos:** Son aquellos donde existe un solo productor que establece las condiciones de competencia.
- **Monopsónicos:** Se caracteriza por tener múltiples oferentes y un solo comprador que tiene el poder de establecer condiciones como precio y calidad
- **Oligopólicos:** se basa en barreras de entrada y pocos vendedores frente a muchos compradores, sin necesidad de productos diferenciados.
- **De competencia monopolística:** Estos mercados se caracterizan por productos diferenciados y sustitutos cercanos, fácil entrada y salida, muchos productores y compradores, y perfecta información. (pp. 55-56)

#### **4.4.4 Comercializador**

Es la persona o entidad que realiza la comercialización de alimentos, ya sea al por mayor y menor (ISO, 2023).

#### **4.4.5 Consumidores**

Aquella persona que adquiere el producto, para satisfacer su necesidad o deseo (ISO, 2023).

#### **4.4.6 Declaración de propiedades nutricionales**

Da a conocer sobre las cualidades nutritivas que aporte el producto, tomando en consideración desde su valor energético, cantidad de proteínas, grasas y carbohidratos.

#### **4.4.7 Etiqueta:**

Se define como la marca, imagen o cualquier elemento colocado en el envase o empaque del producto.

#### **4.4.8 Etiquetado Nutricional**

Es la información específica que se encuentra en el empaque de un alimento, que comprende los valores nutricionales como las calorías, grasas, proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales.

#### **4.4.9 Fabricante**

Su rol principal es producir un alimento hasta su presentación final, asegurando cumplimiento de estándares de calidad. Incluye la fabricación directa o la producción realizada por terceros bajo su responsabilidad.

#### **4.4.10 Grasas**

Conocidos también como lípidos, se encuentran en alimentos. Son sustancias que aportan energía, están formadas por ácidos grasos.

#### **4.4.11 Norma Técnica Ecuatoriana, NTE INEN:**

Es un documento que contiene un conjunto de directrices para el proceso productivo, terminología, embalaje, etiquetado de un producto.

#### **4.4.12 Registro Sanitario:**

Es la certificación emitida al producto por Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARSA), que otorga los requisitos de calidad, seguridad y aptos para ser consumidos.

#### 4.4.13 Sistema Gráfico:

Es una representación visual de los niveles de grasa, azúcar y sal presentes en un alimento (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2014).

#### 4.5 Fundamentos Legales

En el presente reglamento de Rotulado De Productos Alimenticios Procesados, Envasados Y Empaquetados se respalda las directrices Según Instituto Ecuatoriano de Normalización (2014), se considera su enfoque como información fundamental del presente proyecto.

##### 4.5.1 Objeto.

Proteger la salud de las personas que consumen los productos y busca asegurar que la información sea clara y no genere confusión respecto a los que están adquiriendo.

##### 4.5.2 Campo de Aplicación.

Se dirige a productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados, destinados al consumidor final en Ecuador, independientemente si son de producción nacional o importados.

##### 4.5.3 Requisitos.

El rotulado de productos debe cumplir con lo establecido en las normativas NTE INEN 1334-1 Y 1334-2. Los alimentos que disponen de registros sanitarios, requieren cumplir con lo siguiente:

**Tabla 22**  
*Contenido de componentes y concentraciones*

<b>Nivel</b>	<b>Concentración</b>	<b>Concentración Media</b>	<b>Concentración</b>
<b>Componentes</b>	<b>Baja</b>		<b>Alta</b>
<b>Grasas Totales</b>	Menor o igual a 3 g en 100 g.	Mayor a 3 y menor a 20 g en 100 g.	Igual o mayor a 20 g en 100 g.
<b>Azúcares</b>	Menor o igual a 5 g en 100 g.	Mayor a 5 y menor a 15 g en 100 g.	Igual o mayor a 15 g en 100 g.
<b>Sal (Sodio)</b>	Menor o igual a 120 mg en 100 g.	Mayor a 120 y menor a 600 mg en 100 g.	Igual o mayor a 600 mg en 100 g.

*Nota.* Datos tomados de Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022(2R) “Rotulado de Productos Alimenticios Procesados, Envasados y Empaquetados” según el Instituto Ecuatoriano de Normalización (2014).

En el etiquetado debe incluir el sistema gráfico compuesto por barras de colores rojo, amarillo y verde.

- La franja de tonalidad representa el alto contenido y se identifica con la expresión “Alto”
- La franja color amarillo representa medio contenido y se identifica con la frase “Medio”
- La franja color verde representa el bajo contenido y tendrá la frase “Alto”.

Según la naturaleza del producto estará representado por las franjas según lo señalado en las áreas del sistema grafico

El sistema grafico debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Llevar fondo blanco o gris, con una línea negra de 1 0 2 puntos, el tamaño tiene que corresponder al porcentaje asignado según se indica en la siguiente tabla 3.

#### Áreas del Sistema Gráfico

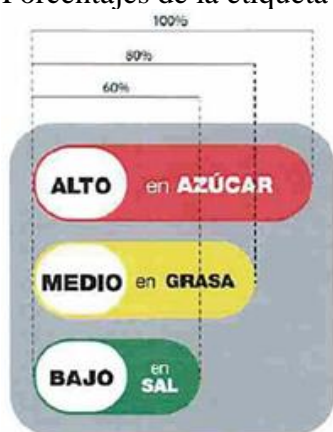
Área del Sistema Gráfico	Área de la cara principal de exhibición, cm <sup>2</sup>
Menor o igual a 6,25 cm <sup>2</sup>	19,5 – 32
20%	33 – 161
15%	162 en adelante

*Nota.* Datos tomados del RTE INEN 022(2R) según el Instituto Ecuatoriano de Normalización (2014).

Asimismo, el sistema grafico debe cumplir con las siguientes dimensiones:

#### Figura 2

Porcentajes de la etiqueta en relación con el tamaño total.



*Nota.* Datos tomados del RTE INEN 022(2R) según el Instituto Ecuatoriano de Normalización (2014).



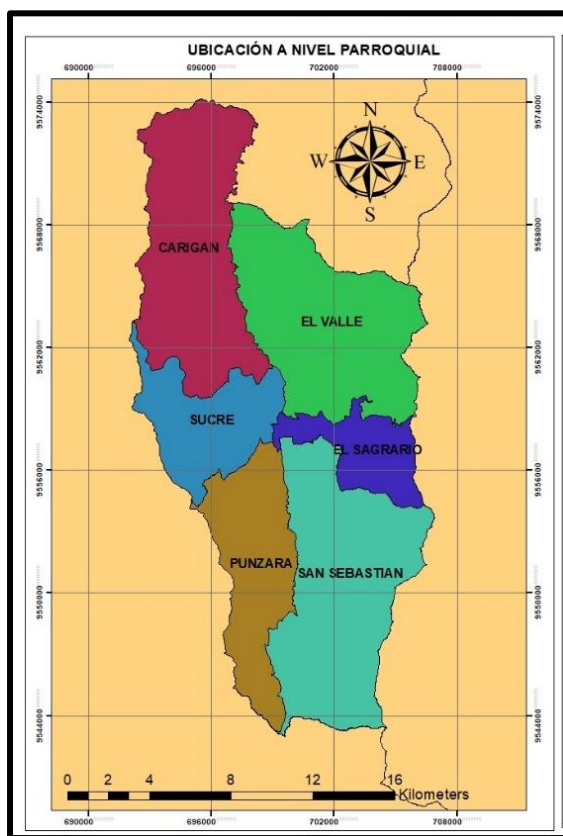
## 5. Metodología

### 5.1. Área de estudio

El trabajo de investigación se llevó a cabo en la ciudad de Loja, provincia de Loja ubicada al sur del Ecuador. Se sitúa a una altitud de 2100 msnm, teniendo como objeto de estudio a los hogares urbanos.

**Figura 1**

*Área de estudio*



*Nota.* Elaborado por la investigadora

### 5.2. Enfoque de Investigación

En esta investigación, se utilizó un enfoque cualitativo para conocer sobre la industria local de longaniza, además para comprender las preferencias, necesidades y expectativas de los consumidores. Además, comprende lo que son las entrevistas a los oferentes de longaniza en la ciudad de Loja con el objetivo de conocer el precio, cantidad y calidad con respecto a la competencia.

El uso del enfoque cuantitativo no experimental se demuestra al aplicar las encuestas a la población objetivo, utilizándose para el procesamiento de la información y tabulación de los resultados de la encuesta.

### **5.3. Método de investigación**

#### **5.3.1. Método sintético**

Se empleó para la construcción del marco teórico y referencial del proyecto, este método implicó la recopilación de información de diversas fuentes a nivel internacional, nacional y local. Toda la información recopilada se sintetizó en un marco coherente que sirvió de base para la ejecución de los estudios que conforma el proyecto de factibilidad.

#### **5.3.2. Método deductivo**

Inicia con un enfoque general para llegar a aspectos particulares, mediante la aplicación del método se inició con ideas generales y luego con un enfoque en detalles específicos. En el proyecto, se empleó con la finalidad de recopilar información general de los diferentes estudios que incluirán el estudio de mercado, técnico, administrativo y la evaluación financiera. También al basarnos en referentes relacionados a proyectos de factibilidad de embutidos, con el fin de lograr un juicio más claro respecto a la investigación.

#### **5.3.3. Método Inductivo**

Sigue una trayectoria que va desde aspectos específicos para llegar a conclusiones generales.

Este método permitió conocer los gustos y preferencias de los hogares de la ciudad de Loja referente al consumo de embutidos, los cuales estarán representados por los 382 hogares tomados como muestra de estudio. Estos datos se utilizaron para llegar a conclusiones y recomendaciones donde se determinó la factibilidad del proyecto.

#### **5.3.4. Método Analítico**

Se método se aplicó en la ejecución del estudio técnico, que implicó un análisis detallado de cada uno de sus componentes. Además, se consideró los datos recopilados en el estudio de mercado para determinar la tecnología más apropiada, los espacios físicos necesarios y recursos humanos requeridos.

#### **5.3.5. Método matemático**

En el estudio de mercado, se aplicó el método matemático utilizado para determinar la demanda y oferta del producto en estudio. En el estudio técnico fue indispensable para determinar costos producción, gastos de administración y ventas, estos cálculos nos permitieron conocer la estructura de costos del proyecto. Finalmente, en el estudio financiero, recurrimos a varios indicadores financieros como la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de

Recuperación de Capital (PRC), relación Beneficio-Costo (RBC) y análisis de sensibilidad para determinar la viabilidad.

## **5.4. Tipo de Investigación**

### **5.4.1. Investigación Exploratoria**

En la etapa inicial de este proyecto, se llevó a cabo para comprender la situación del mercado local de la producción y comercialización de longaniza en la ciudad de Loja, con la aplicación de encuestas que permitió conocer las percepciones, opiniones o conocimientos de quienes están siendo objeto de estudio.

### **5.4.2. Investigación Descriptiva**

Se empleo para detallar los aspectos específicos necesarios en los diversos estudios; como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio económico y financiero.

### **5.4.3. Diseño de la investigación**

Es un plan estratégico que guía la ejecución de un proyecto de investigación. Detalla los procedimientos para recopilar información, centrándose en aspectos operativos, incluso con una comprensión inicial del tema (Malhotra, 2008).

Se aplico un diseño transversal simple, donde se tomó una única muestra de encuestados y se recopiló información específicamente para este estudio.

La encuesta se llevó a cabo utilizando un muestreo aleatorio simple, elegido por su capacidad para aplicarse de manera aleatoria a la muestra de estudio.

### **5.4.4. Unidad de estudio**

**Tasa de crecimiento poblacional.** Para realizar los cálculos necesarios, se consideró la población total de la ciudad de Loja en el área urbana del año 2010, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) indica un total de 181.854 habitantes. En cambio, en el año 2022, se registró un total de 214.296 habitantes.

Para el cálculo de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja, se consideraron los siguientes aspectos:

$$M = C(1 + t)^n$$
$$t = \left(\frac{M}{C}\right)^{\frac{1}{\text{años}}} - 1$$
$$t = \left(\frac{214.296}{181.854}\right)^{\frac{1}{12}} - 1$$

$$t = (1,1784)^{0,08333333} - 1$$

$$t = 1,01377 - 1$$

$$t = 1,38 \%$$

#### 5.4.5. Población

Para iniciar, se tomó en cuenta la segmentación conductual, considerando que satisface la necesidad de alimentación, con un tipo de compra frecuente. En contraste la segmentación geográfica se enfoca en la ciudad de Loja, específicamente en el área urbana. Adicionalmente, se realizó una segmentación demográfica, tomando los datos del INEC en el año 2022, que registro un total de 214.296 habitantes.

El producto que se va a ofertar es de consumo familiar, por tal motivo la población objeto de estudio para la presente investigación son los hogares de la ciudad de Loja del área urbana con un total de 64.547 con un promedio de 3,32 personas por hogar.

A continuación, se detallan las segmentaciones que se han llevado a cabo para identificar la población objeto de estudio.

**Tabla 23**

*Segmentación para la población de estudio*

	<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>
<b>Segmentación Conductual</b>	Tipo de Necesidad	Alimentación
	Tipo de Compra	Frecuente
	Actitud frente a la compra	Positiva
<b>Segmentación Geográfica</b>	País	Ecuador
	Región	Sierra
	Provincia	Loja
	Ciudad	Loja
	Área	Urbana
<b>Segmentación Demográfica</b>	Edad	Indistinto
	Sexo	Indistinto
	Nivel de Ingresos	Indistinto
	Población de la ciudad de Loja	214.296
	Hogares de la ciudad de Loja	64547

*Nota.* Información detallada por parte del investigador y con fuentes de apoyo como el INEC.

#### 5.4.6. Proyección de los hogares de la Ciudad de Loja.

Para realizar la proyección se toma los 64.547 hogares, con una tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de 1,38 %. A partir de estos datos, se proyecta el número de hogares para el año 2023. A continuación, se indica el cálculo correspondiente:

**Términos:****Pf**=Población final**Po**=Población inicial**r**=porcentaje de tasa de crecimiento poblacional**n**= número de años**1**= constantes

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

$$Pf_{2023} = 64.547 (1 + 0.0138)^1$$

$$Pf_{2023} = 64.547 (1.0138)$$

$$Pf_{2023} = 65.438$$

Desarrollados los cálculos se obtiene un total de 65.438 hogares para el año 2023, como se visualiza en la tabla 6.

**Tabla 24***Proyección de los hogares de la ciudad de Loja al año 2023*

<b>Año</b>	<b>Número de Hogares</b>
<b>2022</b>	64.547
<b>2023</b>	65.438

*Nota.* Datos obtenidos del INEC del censo poblacional del año 2010-2022 de la provincia de Loja cantón Loja.

**5.4.7. Muestra**

Debido al gran tamaño de la población, se procedió a calcular el tamaño de la muestra, ya que es crucial para obtener datos representativos. Aplicando la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

**Términos:****N** = Tamaño de la población 65.438**Z**<sup>2</sup> = 1,96 nivel de confianza**E**<sup>2</sup> = margen de error (0,05)**p** = Probabilidad de éxito (0,5)**q** = Probabilidad de fracaso (0,5)

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (65.438)}{(0,05)^2(65.438 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 65.438}{0,0025 (65.437) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{62.846}{164+0,9604}$$

$$n = \frac{62.845}{165}$$

$$n = 382$$

En el presente estudio se llevará a cabo un total de 382 encuestas.

## **5.5. Técnicas**

### **5.5.1. Encuesta**

Se aplico a los hogares urbanos de ciudad de Loja, lo que ayudo para la recopilación de información relacionada sobre gustos y preferencias del consumo de longaniza. Este cuestionario se elaborado con preguntas para conocer la demanda, evaluar la imagen del producto y la percepción de los precios. Aplicado de manera personal y electrónica (WhatsApp).

### **5.5.2. Entrevista**

A través de la entrevista, se logró recopilar información de los oferentes de longaniza en la ciudad Loja, se investigo acerca de la cantidad, precio y marcas de longaniza que se comercializa.

La selección de la muestra a entrevistar se realizó mediante el muestreo por conveniencia. Este método consistió en seleccionar la muestra en función de la disponibilidad y cercanía de los oferentes, considerando además que vendieran longaniza. La entrevista fue realizada a los 19 frigoríficos, 5 supermercados, y 5 mercados locales de la ciudad de Loja. Dando un total de 29 establecimientos entrevistados

### **5.5.3. Observación Directa**

Mediante visitas a supermercados, frigoríficos y tiendas de carnes, se registró la información relevante sobre marcas, precios y empaques de la longaniza de cerdo que se ofrece a los consumidores en la ciudad de Loja.

### **5.5.4. Revisión Bibliográfica**

Se recurrió a diversas fuentes para recopilar la información necesaria y así fundamentar la investigación.

Se recolectó información de dos tipos de fuentes:

- **Fuentes primarias:** Mediante la utilización de cuestionarios y encuestas, para la recolección de información de los hogares urbanos de la ciudad de Loja.
- **Fuentes secundarias:** Recolección de información de libros, artículos y proyectos de inversión.

#### **5.5.5. Procedimiento**

Para dar cumplimiento con los objetivos planteados de la presente investigación, se consideró los estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Legal, Estudio Financiero y Evaluación Financiera.

Para iniciar se llevó a cabo el estudio de mercado, en donde se diseñó un cuestionario de 13 preguntas con preguntas dicotómicas y opción múltiple para recopilar información de los consumidores, misma que fue aplica a la muestra de estudio, en este caso los hogares de la ciudad de Loja. Posteriormente se realizó el procesamiento de los datos recopilados a través de la aplicación de la encuesta. Para ello, se utilizó Excel, que permitió efectuar la respectiva tabulación, análisis e interpretación, lo cual permitió calcular demanda, oferta y demanda insatisfecha.

Luego se realizó el estudio de técnico para determinar el tamaño, localización de la planta, ingeniería del proyecto. También, se elaboró la estructura legal que regirá la junto con su correspondiente estructura organizacional.

A continuación, se estructuró el estudio económico-financiero, en el cual se determinó el monto de inversión necesario para la implementación de la empresa. Además, se procedió a realizar el presupuesto de costos y gastos para los 5 años de vida del proyecto. Finalmente, se llevó a cabo la evaluación financiera, que es indispensable para la toma de decisión de invertir o no. A través de estos cálculos, se brinda una visión clara y objetiva al inversor. Esta evaluación se desarrolló en base a indicadores tales como el: VAN, TIR, B/C, PRC y el análisis de sensibilidad (AS). Estos indicadores permiten medir la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

## 6. Resultados

En la ciudad de Loja, se aplicaron 382 encuestas dirigidas a los hogares urbanos con la finalidad de recopilar información, sobre la aceptación, gustos y preferencias relacionadas con el producto.

### 6.1 Encuesta aplicada a los hogares de la ciudad de Loja

#### 1. ¿Usted consume embutidos?

**Tabla 25**

*Consumo de embutidos en los hogares urbanos de la ciudad de Loja*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	316	82,72 %
No	66	17,28%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100,0%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados el 82,72% equivalente a 316 hogares encuestados indican tener preferencia por el consumo de embutidos, mientras que el 17,28% corresponde a 66 hogares que opta por no consumir, debido a preocupaciones por la salud y por dietas vegetarías que no incluyen carne en su alimentación. La siguiente pregunta permite desarrollar el cálculo de la demanda potencial.

#### 2. Usted consume longaniza a base de carne de cerdo

**Tabla 26**

*Consumo de longaniza de cerdo en los hogares urbanos de la ciudad de Loja*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	259	81,96 %
No	57	18,04 %
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100,0 %</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

#### **Análisis e Interpretación:**

En los resultados se interpreta que el 81,96% (259 hogares) manifiestan que consumen longaniza. Sin embargo, el 18,04% representa 57 hogares no consumen el producto. Esta pregunta es fundamental para el cálculo de la demanda real.



### 3. ¿Cuál es la cantidad de longaniza de cerdo que usted adquiere mensualmente?

**Tabla 27**

*Unidades de consumo mensual*

Variable	225 gr			450 gr		
	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Frecuencia	Xm	F(Xm)
De 1 a 3 unidades	114	2	228	98	2	196
De 4 a 6 unidades	8	5	40	28	5	140
De 7 a 9 unidades	0	8	0	11	8	88
<b>Total</b>	<b>122</b>		<b>268</b>	<b>137</b>		<b>424</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

Mediante la tabulación de datos, se pudo conocer que 259 hogares consumen longaniza. De este total, se determinó que 122 hogares consumen 225 gr (1/2 lb) de longaniza, mientras que 137 hogares consumen de 450gr (1lb) de longaniza. Posteriormente, se procedió a realizar el cálculo para determinar el consumo promedio de hogares. Los detalles se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 28**

*Consumo promedio anual por hogares*

Alternativas	F (Xm)	Consumo Promedio Mensual	Consumo Promedio Anual (gramos)	Consumo Promedio anual por hogares (gramos)	Consumo Promedio anual por hogares (unidades)
225 gramos	268	60.300	723.600	2794	52
450 gramos	424	190.800	2.289.600	8840	26
<b>Total</b>	<b>692</b>		<b>3.013.200</b>	<b>11.634</b>	

*Nota.* Datos tomados de la Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja, la tabla se realizó mediante las siguientes fórmulas:

1. Consumo promedio mensual = gramos\* F(Xm)
2. Consumo Promedio Anual (gramos)= consumo Promedio mensual \*12 meses
3. Consumo Promedio anual por hogares (gramos) = Consumo Promedio Anual (gramos) / número de hogares
4. Consumo Promedio anual por hogares (unidades)= Sumatoria total de consumo Promedio anual por hogares /gramos.

#### **Análisis e Interpretación:**

Según el análisis de datos, en relación con el consumo anual promedio de longaniza por hogar, se estima que es de 26 libras en la presentación de 450 gramos.

#### 4. ¿De cuántos gramos usted adquiere la longaniza y a qué precio?

**Tabla 29**

*Precio de adquisición de 225 gramos y 450 gramos*

Variable	225 gr			450 gr		
	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Frecuencia	Xm	F(Xm)
Entre \$ 1,50 y \$ 2,00	64,0	1,8	112,0	15,0	1,8	26,3
Entre \$ 2,01 y \$ 2,50	37,0	2,3	83,4	10,0	2,3	22,6
Entre \$ 2,51 y \$ 3,00	18,0	2,8	49,6	44,0	2,8	121,2
Entre \$ 3,01 y \$ 3,50	3,0	3,3	9,8	45,0	3,3	146,5
Entre \$ 3,51 y \$ 4,00	0,0	3,8	0,0	17,0	3,8	63,8
Entre \$ 4,01 y \$ 4,50	0,0	4,3	0,0	5,0	4,3	21,3
Entre \$ 4,51 y \$ 5,00	0,0	4,8	0,0	1,0	4,8	4,8
<b>Total</b>	<b>122</b>		<b>254,8</b>	<b>137</b>		<b>406,4</b>
<b>Precio Promedio</b>			<b>2,09</b>			<b>2,97</b>

*Nota.* Datos recopilados de la encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

$$\text{Precio Promedio} = \frac{F(X_m)}{\text{Frecuencia}}$$

$$\text{Precio Promedio} = \frac{F(X_m)}{\text{Frecuencia}}$$

$$\text{Precio Promedio} = \frac{254,8}{122}$$

$$\text{Precio Promedio} = \frac{406,4}{137}$$

Precio Promedio = \$ 2,09 para 225 gramos

Precio Promedio = \$ 2,97 para 450 gramos

El precio promedio por la longaniza en presentación de 225 g es de \$ 2,09 y para la presentación de los 450 g es de \$2,97

#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los datos recopilados de los hogares de la ciudad de Loja, se ha observado que los consumidores muestran una mayor disposición a pagar un precio promedio de \$2,97 por los 450 gramos debido a su relación precio-cantidad más favorable.

#### 5. ¿Normalmente en que lugares adquiere longaniza de cerdo?

**Tabla 30**

*Lugares de adquisición de longaniza de cerdo*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	26	10,04 %
Micro mercados	22	8,49%
Supermercados	60	23,17%
Frigoríficos	55	21,24%
Puestos de mercados locales	96	37,07%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos recopilados de la encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

Al igual que otros productos de embutidos, existen diversos puntos de venta. Los consumidores frecuentan más a menudo los mercados representando el 37,07% de las preferencias. Los consumidores indicaron que encuentran productos que satisfacen sus expectativas en estos lugares, además de la costumbre de compra allí. Los supermercados con un 23,17% son la segunda opción preferida, y que ofrecen productos adecuadamente empacados, lo que se traduce en mayor seguridad alimentaria. Por otro lado, un 21,24% representa la preferencia de los consumidores por comprar en frigoríficos ya que son tiendas más especializadas en oferta de cárnicos. Por último, tenemos a las tiendas y micro mercados representado por un 18,53% como son las opciones menos elegida ya que su participación es más baja por su tamaño y oferta limitada en comparación a las demás.

### **6. ¿Qué factores influyen al momento de realizar la compra de longaniza de cerdo?**

**Tabla 31**

*Factores que influyen al realizar la compra de longaniza de cerdo*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Precio	27	10,42 %
Calidad	128	49,42%
Marca	3	1,16%
Empaque	1	0,39%
Sabor	100	38,61%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Datos recopilados de la encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

En el proceso de compra, los consumidores se encuentran con varios factores que influyen en sus decisiones, especialmente al comprar embutidos como la longaniza. Según el análisis los factores más relevantes son la calidad (49,42%) y el sabor (38,61%), demostrando que estos son cruciales para determinar si el producto puede satisfacer sus necesidades. El precio, con un 10%, queda en segundo plano. Finalmente, la marca y el empaque con un 1,55 %, se consideran menos importantes en la decisión de compra. Por lo tanto, al ofrecer la longaniza a los hogares, se debe destacar la calidad y el sabor, ya que tiene más impacto en la decisión de compra.

## 7. De las siguientes marcas de longaniza, ¿Cuál es la de su preferencia?

**Tabla 32**

*Marcas de longaniza*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
IMPETU (Empresa Pública)	5	1,93 %
Italiana	49	18,92 %
Cafrilosa	41	15,83 %
Zerimar	39	15,06 %
Supermaxi	5	1,93 %
El pozo alimentación (Importadas)	2	0,77 %
Tiendas de Carnes Würstchen	3	1,16 %
Mercado pequeño productor	2	0,77 %
Mercado del Centro Comercial	20	7,72 %
Mercado San Sebastián	6	2,32 %
Mercado Gran Colombia	10	3,86 %
Mercado Tebaida	1	0,39 %
Mercados de la Ciudad de Loja	9	3,47 %
Familiares	6	2,32%
Artesanales	53	20,46 %
Piggi's	7	2,70 %
Gran Aki	1	0,39 %
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* Datos recopilados de la encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con las encuestas realizadas a los hogares las marcas artesanales son las que obtuvieron la mayor preferencia, con un 20,46%. Esta preferencia se debe por la forma de preparación y por ser hechos de manera artesanal libre de conservantes. Le sigue la marca de Zerimar con un 16,99%. Además, también la marcas Cafrilosa (15,83%), italiana (18,92%) tiene una presencia significativa en las preferencias de los hogares de la ciudad de Loja. Es importante mencionar que, a pesar de ofrecer el producto sin empaque y marca, los mercados de la ciudad, como el Mercado de Centro Comercial (7,72%) y mercado de Gran Colombia (3,86%) también figuran en las preferencias de los encuestados.

## 8. ¿Cuándo adquiere la longaniza de cerdo usted ha recibido alguna promoción?

**Tabla 33**

*Promociones recibidas al adquirir longaniza de cerdo*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Descuentos en compras	43	16,60 %
Cupones para futuras compras	4	1,54%
Participación en sorteos	3	1,16%
Degustaciones gratuitas en tiendas	11	4,25%
Ninguna	198	76,45%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

El 76,45% da a conocer que no han recibido promociones por parte de los oferentes del producto, esto indica la falta de promociones a los hogares urbanos para incentivar la compra, el 16,60% les han otorgado descuento en compras, mientras el 4,25% ha tenido la oportunidad de degustaciones gratuitas en tiendas, influyendo en la decisión de compra debido a la experiencia directa que tuvieron con el producto, con un porcentaje muy irrelevante del 1,54% da a conocer que han recibido cupones para futuras compras, y el 1,16% participaron en sorteos.

## 9. Porque medios de comunicación usted conoció sobre la venta de longaniza.

### 9.1. ¿Porque medios digitales de comunicación usted conoció sobre la venta de longaniza?

**Tabla 34**

*Medios Digitales de comunicación utilizados para conocer la venta de Longaniza*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Facebook	45	17,37 %
Instagram	5	1,93%
WhatsApp	18	6,95%
Tik Tok	2	0,77%
Ninguna	189	72,97%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e interpretación:**

La mayoría de los hogares encuestados representado por el 72,97 % su opinión fue que no conocieron sobre la venta de longaniza mediante ningún medio de comunicación, pero cabe recalcar que 17,37% indico haberse enterado de la venta del producto a través de la plataforma de Facebook, mientras que un 7% menciono haber descubierto la venta del producto por WhatsApp, por medio comunicación personalizada y publicaciones en estados.

## 9.2. ¿Porque medios tradicionales de comunicación usted conoció sobre la venta de longaniza?

**Tabla 35**

*Medios Tradicionales de comunicación utilizados para conocer la venta de Longaniza*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	16	6,18 %
Televisión	24	9,27%
Boca a Boca	80	30,89%
Hojas volantes	6	2,32%
Ninguno	133	51,35%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

Considerando los porcentajes obtenidos el 51,35% dieron a conocer que no han conocido de la venta del producto por ninguno de los medios tradicionales. Por otro lado, el boca a boca representando el 30,89% de los encuestados indicaron que se enteraron por los buenos comentarios de amigos que compartieron su experiencia positiva.

## 10. En caso de implementar una empresa productora y comercializadora de longaniza de cerdo en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

**Tabla 36**

*Disposición para adquirir el producto*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	254	98,07 %
No	5	1,93%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

Al analizar los datos recolectados sobre la implementación de la empresa productora y comercializadora de longaniza en la ciudad de Loja, se observa que un considerable 98,07% de los hogares estarían dispuestos a adquirir longaniza para su consumo. Por otro lado, un mínimo porcentaje, tan solo el 1,93 % expresó que no estarían dispuesto adquirir.

## 11. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la longaniza de cerdo?

**Tabla 37**

*Presentación para la compra de longaniza de cerdo*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Envase de cartón	19	7,48 %
Envase de plástico	52	20,47%
Empacado al vacío	183	72,05%
<b>Total</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

Los datos recopilados indican que el empacado al vacío es la presentación más representativa con un 72,05%. Esto se debe a que prolonga la vida útil del producto, y mantiene el sabor y calidad por mucho más tiempo. Por otro lado, el 20,27 % de los hogares eligen el empaque plástico debido que en este tipo de envases el producto es más económico, Finalmente los empaques de cartón, que representan el 7,48%, son seleccionados por los encuestado por su facilidad de reciclaje.

## 12. ¿Qué tipo de promoción preferiría al comprar el producto?

**Tabla 38**

*Promociones que preferiría el consumidor al adquirir la longaniza*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos en compras	139	54,72 %
Cupones para futuras compras	37	14,57%
Participación en sorteos	28	11,02%
Degustaciones gratuitas en tiendas	50	19,69
<b>Total</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

### **Análisis e Interpretación:**

En cuanto a las preferencias de los consumidores en relación a las promociones deseadas al momento de realizar la compra. En primer lugar, el 54,72% expresaron el interés en recibir descuentos en compras. En segundo lugar, un 19,69% de los encuestados manifestó en recibir degustaciones del producto antes de realizar su compra. En cuanto, a los cupones para futuras compras, que representan un 14,07%, estos son valorados por los beneficios que ofrecen en compras posteriores. Por otro lado, la opción de las participaciones en sorteos con el 11,02% ofrecen la posibilidad de ganar algo adicional junto a su compra.

## 13. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre la venta de longaniza de cerdo?

**13.1. ¿A través de qué medios digitales de comunicación le gustaría conocer sobre la venta de longaniza de cerdo?**

**Tabla 39**

*Medios Digitales de comunicación para conocer la venta de Longaniza*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Facebook	115	45,28 %
Instagram	65	25,59 %
WhatsApp	27	10,63%
Tik Tok	20	7,67%
Ninguna	27	10,63%
<b>Total</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, en hogares de la ciudad de Loja, Facebook lidera con un porcentaje representativo de 45,28%, seguido por Instagram con un 25,59%, WhatsApp el 10,63% y Tik Tok con un 7,87 %. Estas plataformas nos ayudaran para realizar la publicidad para dar a conocer tanto nuestro producto como nuestra marca.

**13.2.¿A través de qué medios tradicionales le gustaría conocer sobre la venta de longaniza de cerdo)?**

**Tabla 40**

*Medios Tradicionales de comunicación para conocer la venta de Longaniza*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	37	14,57 %
Televisión	71	27,95 %
Boca a Boca	48	18,90%
Hojas volantes	29	11,42%
Ninguno	69	27,17%
<b>Total</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

**Análisis e Interpretación:**

A partir de los datos recopilados se puede observar que el 27,17% de los hogares encuestados no usan medios tradicionales, mientras que el 27,95%, si muestra preferencia por la televisión como medio de comunicación. Además, es importante destacar el boca a boca tiene un porcentaje representativo con 18,90% para conocer sobre la venta del producto. Siendo estos los porcentajes mar significativos.



## **6.2 Entrevista realizada a oferentes de longaniza de la ciudad de Loja.**

### **6.2.1 *Entrevista a Frigoríficos***

Se llevo a cabo una entrevista de 19 frigoríficos de la ciudad de Loja, con el objetivo de recopilar datos sobre la venta de la longaniza de cerdo, y calcular la oferta total del producto. Cinco de los frigoríficos entrevistados, que incluyen a Frigoríficos su Economía, Tienda de Carnes Würstehen, Frigorífico Puntos de Venta Italiana, Frigorífico europea y Frigoríficos Puntos de Venta Cafrilosa destacaron por tener 3 puntos de venta ubicados en el mercado central. Estos frigoríficos informaron que venden aproximadamente 20 libras de longaniza diarias.

Por otro lado, otros diez frigoríficos, tal como son Frigorífico Doña Tere, Mega frigorífico del Sur, Carnicería La Barbacoa, Multicarnes JF, Frigo-Plaza, Frigorífico Yennicita, Frigorífico Carnes y Embutidos, Frigorífico Victoria, Frigorífico Punto de Venta Cafrilosa ubicado en San Sebastián, indicaron que su venta diaria es de 15 libras.

Los tres restantes Ceva Pollos, Frigorífico pollos Win, Punto de Venta Pollos Frank dieron a conocer que tienen una venta de 3 lb diarias. Todos los frigoríficos mencionaron que sus clientes son principalmente los consumidores finales. El precio de venta es de \$3,00 de libra, es importante recalcar que la longaniza se vende sin empaque, y entregan a los consumidores en fundas plásticas.

Además, los frigoríficos indicaron que no ofrecen descuentos en el producto. Para concluir, los frigoríficos mencionaron que si estuvieran dispuestos a adquirir longaniza de una empresa productora y comercializadora si se implementara a futuro, haciendo hincapié que el producto tenga una buena calidad y sabor.

### **6.2.2 *Entrevista a Supermercados***

Comenzando con Zerimar, dieron a conocer que actualmente cuentan con 6 locales en la ciudad de Loja, se identifican como productores y comercializadores. Logran una venta total de 300 libras diarias, a un precio de \$2.60. En cuanto a promociones, ofrecen ofertas temporales de 2x1 en el producto y adicional el 5% en descuento en el denominado Martes Rojo en carnes cerdo. El empaque que utilizan consiste en una bandeja de espuma de poliestireno cubiertas con papel film.

Por otro lado, Gran Aki nos informa que venden 200 libras diarias y comercializan marcas con La Original, Don Diego y Agropesa. El producto tiene una presentación de 450 gr, 550 gr, sus precios varían entre \$3,50 a \$5,00. El empaque que utilizan es al vacío, bandejas

plásticas, y packaging de cartón. Además, ofrecen a los consumidores promociones en el conocido Quincenazo y adicionales descuentos los viernes en un 15% en embutidos.

Supermaxi, en cambio, menciono que tienen una venta aproximada de 150 libras diarias y comercializan marcas como Agropesa, Juris. Cabe recalcar que sus presentaciones son de 200 gramos al valor de \$2,25 con una promoción de llevar 3 y pagar 2. También comercializan la Charcutería Noel, una marca importada de España por Corporación Favorita, conocida como Chorizo Tradicional, cuyo precio es de \$3,52 por los 225 gramos. Últimamente indicaron que ingreso al mercado la longaniza ahumada de Ricuras Sal y Dulce en un precio de \$ 9,50 los 450 gramos Todas las marcas son empacadas al vacío. Otorgan el 20% de descuento en carnes rojas y embutidos Aplica en compras superiores a \$80.

Mientras tanto, Calva & Calva venden diariamente 50 libras, de la marca de italiana, la cual tiene un valor de \$2,56 los 450 gramos, que equivale a 1 libra. Indicaron en las promociones los martes un descuento del 10% en carnes y que el producto no contiene un empaque.

Finalmente, Merca Max señalo que vende 50 libras diarias de la marca Embutidos del Sur a un precio de\$ 3,50. En las promociones realizadas, ofertan degustaciones del producto, su mercado es vender al consumidor final y minoristas.

### **6.2.3 *Entrevista a Mercados Locales***

En primer lugar, el mercado central se destaca con sus 20 puestos. Cada uno de estos puestos venden un promedio de 25 libras diarias, lo que nos da un total de 500 libras diarias.

En el mercado mayorista hay 10 puestos, cada uno contribuye con aproximadamente 15 libras diarias, sumando un total diario de venta de 150 libras

El mercado San Sebastián, aunque más pequeño con solo 6 puestos. Cada puesto genera ventas diarias de \$10 libras, sumando un total de 60 libras diarias.

En el mercado la Tebaida a pesar de tener solo 5 puestos, cada uno logra vender 5 libras diarias con un total de 25 libras diarias. Finalmente, en el Mercado pequeño productor, los 3 puestos venden cada uno 5 libras, sumando un total de 15 libras diarias. Aunque el precio es de \$3,00 y no tienen empaque, venden en fundas plásticas. No ofrecen ningún tipo de promoción o descuento a los consumidores, sus clientes son directamente los consumidores finales.

## 7. Discusión

### 7.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado consiste en determinar la demanda, oferta y aceptación de la longaniza de carne de cerdo.

#### 7.1.1 *Producto Principal*

La longaniza es un embutido tradicional, elaborada a base de carne magra de cerdo en un 80% y grasa de cerdo en un 20%, con condimentos de alta calidad. Se caracteriza por ser un producto libre de conservantes teniendo como conservante principal a la naranja agria.

#### 7.1.2 *Producto Sustitutos*

- Jamones
- Mortadelas
- Salchichas
- Chorizos
- Salame
- Tocino
- Ahumados
- Salchichas Vegana

#### 7.1.3 *Producto Complementario*

La longaniza es un embutido tradicional muy apetecido en los hogares, uno de los productos complementarios comunes es el pan realizando sándwich, también como acompañante de almuerzos y meriendas. Por último, puede ser una elección perfecta para combinar con bebidas como un vino tinto o cerveza.

En la región de la costa es típico acompañarla con arroz, menestra, verde frito, yuca frita, choclo asado y ensaladas. En contraste en la región de la Sierra, se acostumbra a servirla con llapingacho, mote, maíz tostado, arroz y ensaladas.

Además, este producto es un complementario para la creación de detalles en cajas y tablillas que es un arte que combina embutidos, quesos, frutas y vino distribuidos de manera armónica.

### Figura 3

*Llapingacho con Longaniza*



Nota. Imagen tomada de la Revista Maxi Online. (Corporacion Favorita, 2024)

**Figura 4**

*Detalles personalizados*



Nota. Imagen tomada de la Revista Maxi Online

#### **7.1.4 Mercado Demandante**

Los embutidos forman parte de la alimentación diaria de los hogares. Para el cálculo de la población actual y proyectada se realizó mediante el siguiente procedimiento:

Según los datos del INEC en el año 2022 existen un total de 214.296 habitantes, considerando para el estudio los hogares de ciudad de Loja del área urbana con un total de 64.547 con un promedio de 3,32 personas por hogar. El cálculo de la proyección se realizó en base de los siguientes datos, los 64.547 hogares, con una tasa de crecimiento de 1,38%. Para realizar las respectivas proyecciones para los 5 años del proyecto, se calcula mediante la siguiente formula:

**Población Proyectada= Población del año cero \* tasa de crecimiento poblacional +**

**Población del año cero**

**Población proyectada= 64.547 \* 1,38 % + 64.547**

**Población proyectada= 65.438**

A continuación, se visualiza en la tabla 9 las proyecciones respectivas de la población de estudio.

**Tabla 41**

*Población Proyectada*

<b>N</b>	<b>Años</b>	<b>Tasa de crecimiento anual</b>	<b>Población de hogares</b>	<b>Proyectada de</b>
0	2022	1,38%	64.547	
1	2023	1,38%	65.438	
2	2024	1,38%	66.341	
3	2025	1,38%	67.256	
4	2026	1,38%	68.184	

5	2027	1,38%	69.125
---	------	-------	--------

*Nota.* Datos recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

### 7.1.5 *Análisis de la demanda*

#### 7.1.6 *Demanda Potencial.*

Está conformada por todos los hogares del área urbana de la ciudad de Loja que consumen embutidos, Para realizar el cálculo respectivo se consideró la pregunta 1, tabla 10. Para el cálculo del año 0, se realiza de la siguiente manera:

**DP= Hogares de la ciudad de Loja del área urbana \* Porcentaje de Aceptación**

$$DP= 64.547 *82,72\%$$

$$DP=53.393$$

**Tabla 42**  
*Demanda Potencial*

	Año	Hogares de la ciudad de Loja	Porcentaje de Aceptación	Demandantes Potenciales
0	2022	64.547		53.393
1	2023	65.438		54.130
2	2024	66.341		54.877
3	2025	67.256	82,72%	55.634
4	2026	68.184		56.402
5	2027	69.125		57.181

*Nota.* Datos recopilados de la Encuesta la pregunta 1, tabla 10 aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja.

#### 7.1.7 *Demanda Real.*

Son todos los hogares que consumen longaniza tradicional de cerdo. Para determinar la demanda real se considera la información de la pregunta 2 tabla 11. La demanda real se calcula de la forma que se detalla a continuación:

**DR= Demanda Potencial \* Porcentaje de Aceptación**

$$DR= 53.393*81.96\%$$

$$DR= 43.761$$

**Tabla 43**  
*Demanda Real*

	Año	Demandantes Potenciales	Porcentaje de Aceptación	Demandantes Reales
0	2022	53.393		43.761
1	2023	54.130		44.365
2	2024	54.877	81,96%	44.977
3	2025	55.634		45.598

4	2026	56.402	46.227
5	2027	57.181	46.865

*Nota.* Datos recopilados de la Encuesta la pregunta 2, Tabla 11 aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja

### 7.1.8 *Demanda Efectiva.*

Para calcular la demanda efectiva, consideramos la demanda real y porcentaje de aceptación obtenido de la pregunta 10, Tabla 21, correspondiente a la implementación de la empresa productora y comercializadora de longaniza. Según los datos el 98.07% de hogares están dispuestos a adquirir el producto.

**DE= Demanda real \* porcentaje de aceptación**

**DE= 43.761 \* 98,07%**

**DE= 42.917**

**Tabla 44**  
Demanda Efectiva

Año		Demanda Real	Porcentaje Aceptación	de Demanda Efectiva en los hogares de la ciudad de Loja
0	2022	43.761		42.917
1	2023	44.365		43.509
2	2024	44.977	98,07%	44.109
3	2025	45.598		44.718
4	2026	46.227		45.335
5	2027	46.865		45.961

*Nota.* Datos recopilados de la Encuesta la pregunta 10, Tabla 21 aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja

### 7.1.9 *Demanda Efectiva en Producto.*

La determinación de la demanda efectiva del producto se realiza multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio anual en unidades de 1 lb (450 gr). Estos datos provienen de la pregunta 3, tabla 12.

**DEP=Demanda Efectiva \* consumo promedio**

**DEP= 42.917\*26**

**DEP= 1.115.830**

**Tabla 45**  
Demanda Efectiva en Producto

Año		Demanda Efectiva en los hogares de la ciudad de Loja	Consumo promedio anual de Longaniza (unidades de 1lb (450 gr)	Demanda Efectiva de Consumo anual en libras
0	2022	42.917	26	1.115.830

1	2023	43.509	1.131.229
2	2024	44.109	1.146.839
3	2025	44.718	1.162.666
4	2026	45.335	1.178.711
5	2027	45.961	1.194.977

*Nota.* Datos recopilados de la Encuesta la pregunta 3, tabla 12 y 13 aplicada a los hogares urbanos de la ciudad de Loja

### 7.1.10 Análisis de Oferta

La oferta se refiere a la cantidad del producto que se vende en el mercado a un precio determinado.

Para calcular la oferta existente de longaniza de cerdo en Loja, se llevó a cabo una investigación que incluyó un total de 19 frigoríficos, 5 supermercados, y 5 mercados locales de la ciudad de Loja, mediante la entrevista se recopiló la cantidad de libras del producto que cada empresa vende diariamente. Esto permitió obtener la oferta diaria de cada empresa encuestada. Por lo tanto, para establecer la oferta anual, se multiplica la oferta diaria por los 365 días del año. De esta manera, se obtiene la oferta total.

A continuación, en la tabla 46 se visualiza la oferta total de la longaniza en la ciudad de Loja:

**Tabla 46**  
*Oferta del embutido*

Ubicación	Nombre	Locales/Puestos	Diarias (libras)	Anuales (libras)
	Frigorífico Doña Tere	1	15	5475
	Mega frigorífico del Sur	1	15	5475
	Carnicería La Barbacoa	1	15	5475
	Frigorífico su Economía	1	20	7300
	Frigorífico Doña Evita	1	10	3650
	Multicarnes JF	1	15	5475
	Friego-Plaza	1	15	5475
	Tienda de Carnes Würstchen	1	20	7300
	Ceva Pollos	1	5	1825
Frigorífico	Frigorífico pollos Win	1	5	1825
	Punto de Venta Pollos Frank	1	5	1825
	Frigorífico Yennicita	1	15	5475
	Frigorífico Carnes y Embutidos	1	15	5475
	Frigorífico Victoria	1	15	5475
	Frigorífico Puntos de Venta Italiana	1	20	7300
	Frigorífico Puntos de Venta Cafrilosa	3	60	21900
	Frigorífico Europea	1	20	7300
	Frigorífico Punto de Venta Cafrilosa	1	15	5475
	Frigorífico carnes y embutidos	1	15	5475
Supermercado	Supermaxi	1	150	54750
	Merca Max	1	50	18250

	Calva & Calva	1	50	18250
	Gran Aki	1	200	73000
	Zerimar	6	300	109500
	mercado mayorista	10	15	150
	mercado central	20	25	500
Mercados	mercado san Sebastián	6	10	60
	mercado la tebaida	5	5	25
	mercado pequeño productor	3	5	15
Total				662.475

*Nota.* Datos recopilados de la Encuesta a los oferentes de la ciudad de Loja

### 7.1.11 Estimación de la Oferta.

Primero se calculó el porcentaje de estimación de la oferta. Durante la entrevista a la muestra de estudio, no se obtuvo información sobre el porcentaje de crecimiento en ventas de longaniza de cerdo, ya que los entrevistados indicaron que esta información es confidencial o desconocida. Por tanto, se recurrió a una regla de tres simple debido a la falta de datos directos sobre el crecimiento de las ventas.

El cálculo se realizó tomando los siguientes datos:

**Demanda Efectiva de Consumo anual en libras = 1.115.830**

**Oferta Total= 662.475 libras**

Se utilizó una regla de tres para estimar el porcentaje de la oferta

1.115.830            100

662.475            x

$$X = \frac{(662.475 * 100)}{1.115.830}$$

X= 59,37%

### Tabla 47

*Estimación de la oferta*

Año		Porcentaje para la estimación de la oferta	Estimación de la oferta (libras)
0	2022		662.475
1	2023		671.617
2	2024		680.885
3	2025	59,37%	690.282
4	2026		699.808
5	2027		709.465

*Nota.* Los datos recopilados del análisis de la demanda efectiva de consumo (libras), presentados en la tabla 30, y oferta total, mostrada en la tabla 31.



### 7.1.12 Demanda Insatisfecha

Se la define como la cantidad de consumidores que, a pesar de tener el poder adquisitivo necesario para adquirir el producto, no quedan satisfechos debido a la insuficiente oferta en el mercado.

El cálculo se realiza mediante la siguiente fórmula:

**DI= Demanda Efectiva de Consumo anual en libras- Oferta Total**

**DI=1.115.830-662.475**

**DI= 453.355**

**Tabla 48**

*Demanda Insatisfecha*

Año		Demanda Efectiva de Consumo anual en libras	de Oferta Total en libras	Demanda Insatisfecha
0	2023	1.115.830	662.475	453.355
1	2024	1.131.229	671.617	459.611
2	2025	1.146.839	680.885	465.954
3	2026	1.162.666	690.282	472.384
4	2027	1.178.711	699.808	478.903
5	2028	1.194.977	709.465	485.512

Nota. Los datos recopilados del análisis de la demanda efectiva de consumo (libras), presentados en la tabla 31 y oferta total, mostrada en la tabla 31.

## 7.2 Estrategias de Comercialización

En el presente proyecto, se implementarán estrategias de comercialización basadas en las 4 P's: producto, plaza, precio y promoción. Nuestro objetivo al aplicarlas es mejorar la aceptación de la empresa y producto en el mercado.

### 7.2.1 Estrategias de Producto

**Descripción del Producto.** La longaniza es un producto cárnico fresco, compuesto por un 80% de carne magra de cerdo y un 20% de grasa, condimentado con ingredientes naturales como ajo, cebolla, refrito. Se caracteriza por ser un producto libre de conservantes, utilizando la naranja agria como principal método de conservación.

## 7.2.2 Especificaciones

**Tabla 49**

*Especificaciones de la longaniza de cerdo*

	<b>Tamaño de la Porción</b>	<b>½ longaniza (60g)</b>
	<b>Por porción</b>	
<b>Información Nutricional</b>	Energía	430 Kcal
	Proteína	12,00 g
	Grasa	14,30 g
	Grasa Saturada	5,200 g
	Grasa Trans	0,300 g
	Colesterol	30 mg
	Carbohidratos	0,00 g
	Azúcar	0,00 g
	Sodio	470 mg
<b>Características Organolépticas</b>	Este producto se distingue por su aroma ligeramente ácido, y de intensidad suave. Su sabor evoca tradición hogareña, tiene una consistencia firme y compacta. En cuanto a su apariencia, presenta una variación de tonos suaves de anaranjado, resultado del método de curado. Finalmente, ofrece una textura jugosa y tierna al paladar.	
<b>Consejo de Preparación</b>	<p><b>Para prepararla, se debe seguir los siguientes pasos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Corta la longaniza en trozos pequeños.</li> <li>2. Coloca los trozos en un sartén a fuego medio.</li> <li>3. Tapar la sartén para permitir que la grasa se libere y se dore lentamente. No es necesario agregar aceite.</li> </ol>	
<b>Peso Neto</b>	La longaniza tiene un peso neto de 450 gr.	
<b>Condiciones de Conservación</b>	Debe conservarse en un ambiente refrigerado, manteniendo una temperatura entre 0 °C y 5 °C	

*Nota.* Especificaciones detalladas por la investigadora.

### 7.2.3 *Empaque del Producto*

**Figura 5**

*Especificaciones de la Funda Texturizada de empackado al vacío*



- ◆ Funda texturizada al Vacío texturizada ancho 15 cm y de Alto 25 cm
- ◆ Hecho de material de Nylon Coextruido material multicapa
- ◆ Calibre: 70 micras / 2.8 msi (milesimas de pulgada),
- ◆ Con barrera a los aromas y gases como oxígeno, nitrógeno y gas carbónico, al cual se le pegará la etiqueta del producto.

Nota. Logo fue diseñado por la investigadora utilizando la herramienta de Canva

### 7.2.4 *Presentación del producto*

#### 7.2.5 **Nombre Comercial.**

“Toque Secreto” se inspira en transmitir los sabores tradicionales y hogareños de generación en generación a través de sus productos. Además, Toque Secreto busca revivir y mantener vivas las recetas familiares.

#### 7.2.6 **Logotipo.**

El logo es simple y llamativo, ofrece un buen contraste con un fondo rojo oscuro y letras blancas. La ilustración de la longaniza en rodajas da una indicación clara del producto.

Figura 6  
*Logo del producto*



*Nota.* Logo fue diseñado por la investigadora utilizando la herramienta de Canva

#### **7.2.7 Eslogan.**

El eslogan seleccionado para el producto es “Tradición en cada bocado”. Esto refleja el objetivo de transmitir una receta ancestral, elaborada sin conservantes. Cada bocado es un recuerdo vivido de los sabores tradicionales que han perdurado de las generaciones.

#### **7.2.8 Etiqueta.**

Se especificarán todas las características de la longaniza, como ingredientes, indicaciones, código de barras, el semáforo nutricional y la tabla nutricional. Esta etiqueta estará ubicada en el empaque de 450 gramos, que contendrá el producto para su comercialización.

**Figura 7**  
Etiqueta del Producto

LONGANIZA TRADICIONAL TOQUE SECRETO	
<b>Información Nutricional</b>	<b>Ingredientes</b>
Tamaño de porción de 60 g	Carne Magra de Cerdo, Sal, ajo, refrito.
Calorías ..... 430 Kcal	<b>Contenido Neto</b>
Grasa Total ..... 38 g	450 gramos
Sodio ..... 1300 mg	
Carbohidratos ..... 0,00g	
Proteína..... 21 gr	
<b>Consejos de Preparación</b>	
Para prepararla, se debe seguir los siguientes pasos:	
1. Corta la longaniza en trozos pequeños.	
2. Coloca los trozos en un sartén a fuego medio.	
Tapar la sartén para permitir que la grasa se libere y se dore lentamente. No es necesario agregar aceite.	
<p><b>Fabricado en:</b> Loja  <b>RUC:</b>1150761771001  <b>Consejo de conservación:</b>            En un lugar y refrigeración</p> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;"> <p>ALTO <small>Azúcares</small></p> <p>MEDIO <small>Grasa</small></p> <p>BAJO <small>Sodio</small></p> </div>  </div>	
	

*Nota.* Logo fue diseñado por la investigadora utilizando la herramienta de Canva

### 7.2.9 Estrategia de Precio

Para la fase de introducción del producto, la empresa utilizara la estrategia de precio de penetración. Esto permitirá una rápida y eficaz introducción del producto en el mercado, asegurando que esté al alcance de los hogares de la ciudad.

El precio del producto se establecerá considerando la estrategia de fijación de precios en base a los costos de fabricación del producto y la estrategia de fijación en base a la competencia, ya que la competencia es un factor inevitable considerando estos aspectos el producto tiene un costo unitario de producción de \$2,71 y el precio en base a la competencia es de \$3,00. Por tal motivo considerando estos aspectos el precio de venta del producto al mercado será de \$3,00.

### 7.2.10 Estrategia de Plaza

La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, y para garantizar que el producto llegue a la mesa de los hogares, se considera como principales canales de comercialización:

**Venta directa de la empresa:** Los consumidores finales podrán hacer los pedidos directamente a la planta productora “Toque Secreto”

**Venta a través de intermediarios:** Estas ventas se realizarán a través de los establecimientos comerciales ubicados en la ciudad de Loja

**Figura 8**  
*Canales de Distribución de Toque Secreto*



*Nota.* diseñado por la investigadora utilizando SmartArt de Word

### 7.2.11 Estrategias de Promoción

La implementación de esta estrategia tiene como objetivo motivar a adquirir el producto y posicionar la marca en la mente del consumidor, con el objetivo de incrementar el volumen de ventas. Además, con base a la información recopilada de la encuesta las siguientes promociones son las que mayor acogida tienen por los encuestados:

- **Degustaciones gratuitas en tiendas:** Se Organizarán eventos de degustación en supermercados, frigoríficos y tiendas locales en las que den la apertura para comercializar el producto y permitan probar la longaniza antes de comprarla a sus clientes.
- **Descuentos en compras:** Se realizará un descuento del 10% en la compra del producto todos los martes en la empresa, para supermercados, frigoríficos y tiendas por la compra de 12 unidades se les otorgará el 5% al precio final.
- Como estrategias adicionales se participará en ferias de emprendimiento con un stand atractivo para dar a conocer el producto.

**Figura 9**  
*Descuento del 10%*



*Nota.* diseñado por la investigadora utilizando la herramienta de Canva

### 7.2.12 Estrategias de Publicidad

La empresa implementara una estrategia de publicidad digital a través de la creación de cuentas en las tres plataformas más utilizadas por los consumidores, según lo mencionado en la encuesta realizada a los hogares de la ciudad de Loja: Facebook, Instagram y Tik Tok. En estas plataformas se compartirá información relevante del producto y la empresa con el objetivo de incrementar el número de clientes.

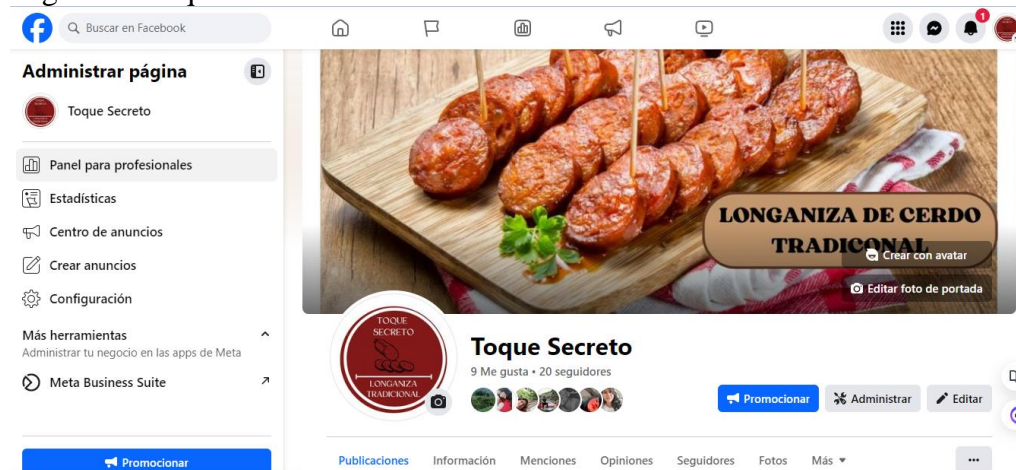
- Se realizarán publicaciones promocionales por fechas especiales o días que tenga descuentos la empresa. Además, se llevarán a cabo sorteos entre los seguidores de nuestras páginas, para fomentar compromiso se compartirá contenido atractivo.
- Una parte de nuestra estrategia será la publicación de recetas que destaquen el uso de la longaniza en diversas preparaciones. Esto ayudara a generar una cultura de consumo y a despertar el interés por el producto.

Finalmente, publicaremos fotos y videos de alta calidad que resalten nuestro producto estrella, longaniza de cerdo, destacando su aspecto apetitoso.

Esto servirá para atraer la atención de los consumidores y motivar a probar el producto.

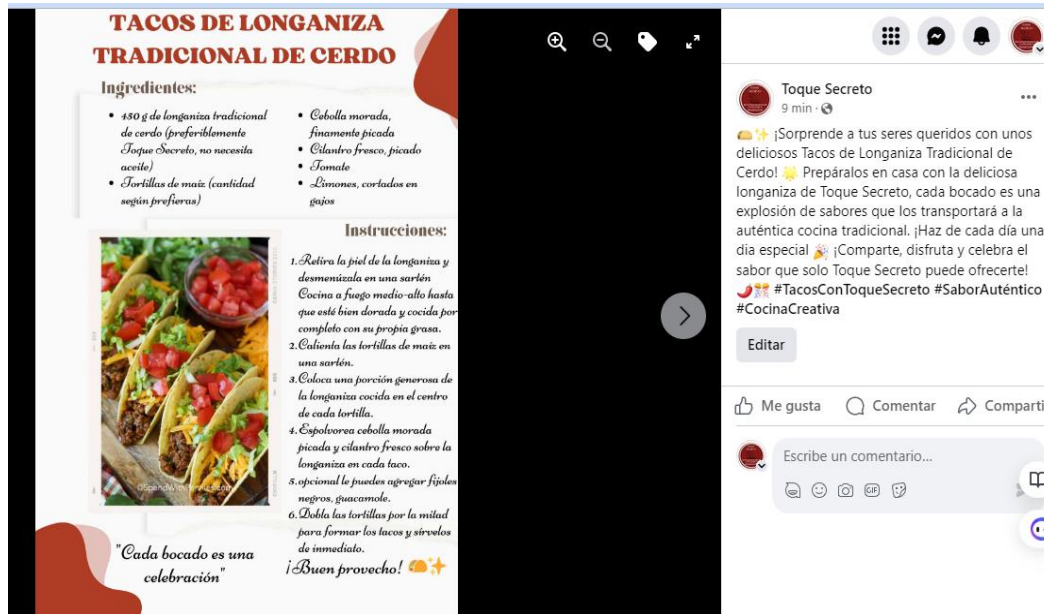
#### Figura 10

#### Página de Toque Secreto



*Nota.* Link de la página <https://acortar.link/1CoZl> creada por la investigadora.

**Figura 10**  
**Recetas Tacos de Longaniza de cerdo**



*Nota.* Receta publicada para generar cultura de consumo y despertar el interés por el producto. <https://acortar.link/ITKIgq>

### 7.3 Estudio Técnico

Este estudio permite realizar un análisis detallado de diversos aspectos como: tamaño de la empresa, ubicación e ingeniería del proyecto.

#### 7.3.1 Tamaño

La primera etapa se refiere al tamaño, donde se determina la capacidad de producción que tendrá la empresa Toque Secreto. Esta se basa en la maquinaria, proceso productivo y las unidades a producir de forma anual. Para el proyecto se realiza el cálculo de la capacidad instalada, utilizada y reserva.

#### 7.3.2 Capacidad Instalada.

Se refiere a la máxima producción que la empresa puede producir, basándose en su componente tecnológico. En este proyecto, la empresa utiliza como maquinaria principal un molino de carne # 12, con la capacidad de procesar 80 kg de carne, equivalente a 172 lb, por hora. A partir de esta actividad, se realizan las demás actividades complementarias para obtener el producto terminado.



**Tabla 50**  
*Capacidad Instalada*

<b>Molino de Carne #12</b>	<b>Producción diaria en (24 horas)</b>	<b>Capacidad de Producción anual</b>
Procesa 80kg de carne equivalente a 172 libras por hora	24	24 horas *365 días
1 hora es un proceso	24 * 172	4128*365 días
<b>Total</b>	<b>4128 libras</b>	<b>1.506.720 libras</b>

*Nota.* Diseñado por la investigadora capacidad instalada en base al componente tecnológico.

### 7.3.3 *Capacidad Utilizada.*

La jornada laboral en la empresa es de 8 horas diarias. De estas, se llevarán a cabo 3 procesos con el molino, los cuales equivalen a 3 horas. Las 5 horas restantes se distribuirán entre las demás actividades que forman parte del proceso de producción hasta obtener el producto terminado.

**Tabla 51**  
*Capacidad Utilizada*

<b>Molino de Carne #12</b>	<b>Capacidad de producción diaria en (3hr)</b>	<b>Capacidad de Producción anual</b>
Procesa 80kg de carne equivalente a 172 libras por hora	3 horas	261 días
1 hora es un proceso	3*172	516*261
<b>Total</b>	<b>516 libras</b>	<b>134.676 libras</b>

*Nota.* Datos tomados de la tabla 35 correspondiente a la Capacidad Instalada.

### 7.3.4 *Capacidad de Reserva.*

Se refiere al margen de producción que la empresa puede incrementar más allá de su capacidad utilizada. Esta se calcula como la diferencia entre la capacidad instalada y la capacidad utilizada.

**Tabla 52**  
*Capacidad de Reserva*

<b>Años</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Capacidad de reserva en libras</b>
1	1.506.720	134.676	1.372.044
2	1.506.720	134.676	1.372.044
3	1.506.720	134.676	1.372.044
4	1.506.720	134.676	1.372.044
5	1.506.720	134.676	1.372.044

*Nota.* Datos tomados de la tabla 35 correspondiente a la Capacidad Instalada y tabla 36 de la capacidad utilizada.

### 7.3.5 Participación de mercado.

El porcentaje de participación de mercado representa la cantidad de la demanda del mercado que la empresa espera satisfacer con su producto. Se calcula dividiendo la capacidad de producción utilizada anual para el total de demanda insatisfecha anual.

**Tabla 53**  
*Participación de mercado*

Años	Demanda Insatisfecha	capacidad utilizada	Porcentaje de Participación en el mercado
1	453.355	134.676	30%
2	459.611	134.676	29%
3	465.954	134.676	29%
4	472.384	134.676	29%
5	478.903	134.676	28%

*Nota.* Datos tomados de la tabla 33 correspondiente a la demanda insatisfecha y tabla 36 de la capacidad utilizada.

### 7.3.6 Localización

El lugar seleccionado será estratégico considerando la cercanía a los proveedores, transporte y la conveniencia para los clientes.

### 7.3.7 Macro localización.

La empresa “Toque Secreto” se establecerá en la ciudad de Loja, provincia y cantón del mismo nombre, ubicados en la región sur de Ecuador.

**Figura 11**  
*Macro localización*



*Nota.* Mapa de la provincia de Loja datos tomados de sitio web Family Search Loja, Ecuador- Genealógica.

### 7.3.8 *Micro Localización.*

La planta de embutidos se ubicará en la Ciudadela Pio Jaramillo, calles Shiris y Salazacas, con la ventaja de ser una ubicación estratégica para nuestro grupo de interés (Proveedores, Colaboradores y Clientes), Terreno esquinero con un área total de 194,6 m<sup>2</sup>.

**Figura 12**

*Micro localización de la empresa*



*Nota.* Información obtenida por parte del Arquitecto Juan Carlos Estrella

### 7.3.9 *Factores de Localización.*

Son aspectos que influyen en la elección del lugar para el funcionamiento adecuado de la empresa. A continuación, se detallan estos factores:

- **Cercanía de las fuentes de abastecimiento:** Los proveedores de materia prima se encuentran cerca al lugar, lo que facilita las operaciones comerciales.
- **Factores ambientales:** Se dispone de un clima templado subhúmedo, temperatura promedio de 16°, favoreciendo la conservación del producto
- **Cercanía del mercado:** se ubica a tan solo 5 min del centro de la ciudad, donde se encuentran supermercados y tiendas.

- **Disponibilidad de servicios básicos:** Cuenta con agua potable, alcantarillado, telefonía, energía eléctrica, internet lo cual garantiza todos los servicios para el adecuado funcionamiento de las operaciones de la empresa.
- **Vías de comunicación:** La ubicación seleccionada dispone con múltiples vías de acceso y comunicación. Esto asegura que los trabajadores lleguen al lugar de trabajo sin contratiempos. Además, facilitan la entrega oportuna de materia prima e insumos por los proveedores.

### 7.3.10 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es la estructura estratégica que sostiene las actividades de producción y comercialización. En ella, se especifican los recursos necesarios para un funcionamiento adecuado.

### 7.3.11 Ingeniería de la planta.

Se enfoca en diseñar y organizar de manera estratégica a los espacios, equipos y flujos de trabajo, con el objetivo de optimizar la productividad dentro de las instalaciones de la planta.

### 7.3.12 Distribución de la planta.

A continuación, se presenta la distribución de los espacios físicos en la planta, incluyendo áreas de administración, producción y espacios complementarios, teniendo un área total de 194,6 m<sup>2</sup>.

### 7.3.13 Área de administración.

Es un espacio multifuncional diseñado para facilitar las actividades que permite la toma de decisiones y adecuado funcionamiento de la empresa, tiene un total de 23,2 m<sup>2</sup>. En la Tabla 39 se presenta de forma detallada:

**Tabla 54**  
*Distribución en m<sup>2</sup> del Área de Administración*

<b>Área de Administración</b>	
	<b>Area m<sup>2</sup></b>
Recepción – secretaria	5,6 m <sup>2</sup>
Gerente	6,5 m <sup>2</sup>
Jefe de Producción-Jefe de Ventas	11.7 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>23,2 m<sup>2</sup></b>

*Nota.* Las dimensiones fueron establecidas por el Arquitecto Juan Carlos Estrella.

### 7.3.14 Área de Producción.

Es el área más amplia, diseñada para adecuar la maquinaria y todos los espacios para realizar el proceso productivo completo, tiene un total de 51,2 m<sup>2</sup>. A continuación, se describen los espacios que comprende:

**Tabla 55**

*Distribución en m<sup>2</sup> del Área de Producción*

<b>Área de Producción</b>	
	<b>Area m<sup>2</sup></b>
Área de Producción	24 m <sup>2</sup>
Preparación - Lavado -Congelador	7,6 m <sup>2</sup>
Bodega Limpieza	1,72 m <sup>2</sup>
Bodega Insumos-Secado de Producto	7,7 m <sup>2</sup>
Bodega de Utensilios-Casilleros	10,5 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>51,2 m<sup>2</sup></b>

*Nota.* Las dimensiones fueron establecidas por el Arquitecto Juan Carlos Estrella.

### 7.3.15 Áreas Complementarias.

Cada uno de estos espacios cumplen un papel esencial, proporcionando las instalaciones necesarias para tener los trabajadores y garantizando un entorno adecuado para su desempeño, tiene un total de 22,2 m<sup>2</sup>.

**Tabla 56**

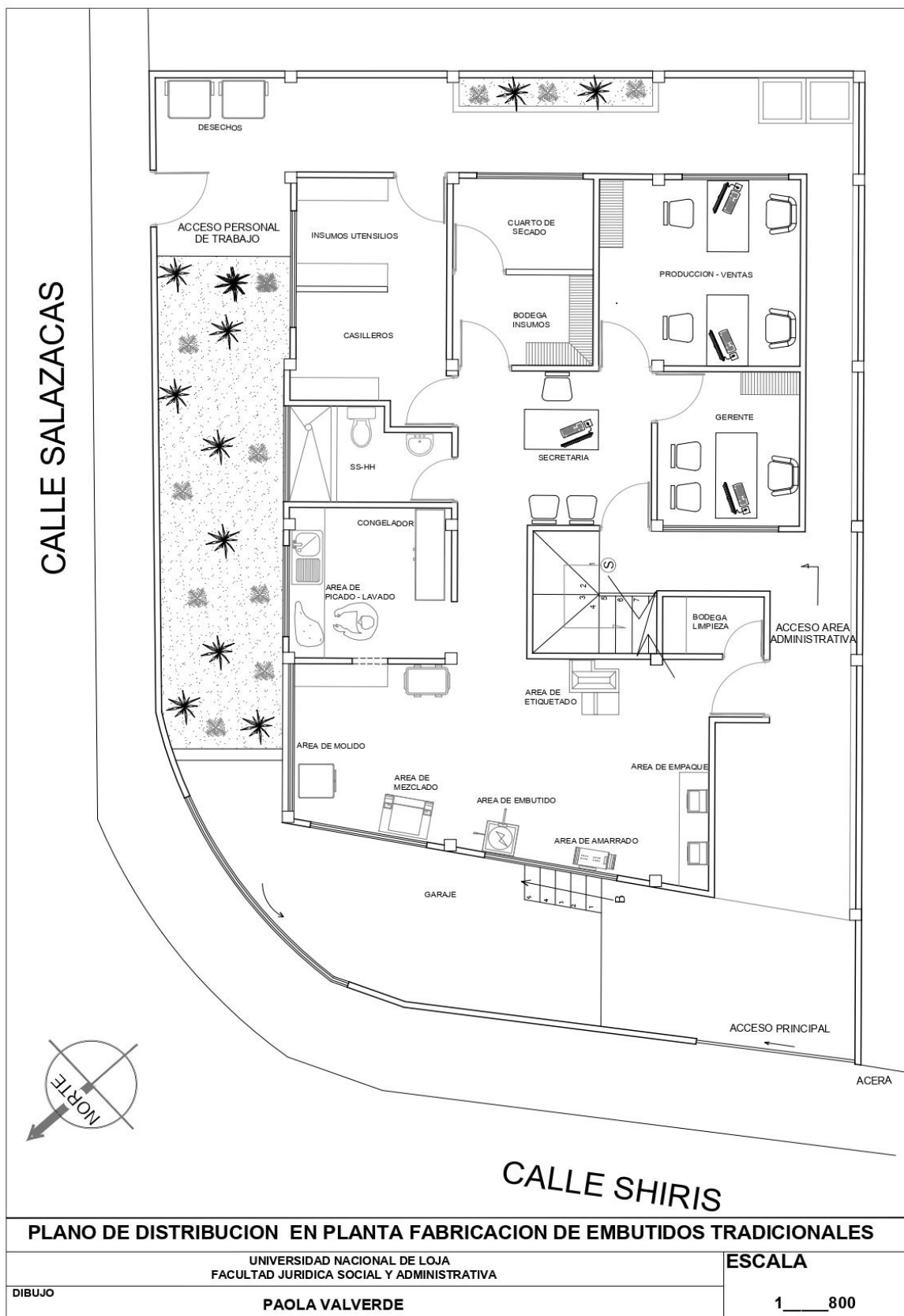
*Distribución en m<sup>2</sup> del Áreas Complementarias*

<b>Áreas Complementarias</b>	
	<b>Area m<sup>2</sup></b>
Baño General	4,1 m <sup>2</sup>
Parqueadero Administrativo	14,6 m <sup>2</sup>
Area de desechos	3,5 m <sup>2</sup>
<b>TOTA</b>	<b>139m<sup>2</sup></b>

*Nota.* Las dimensiones fueron establecidas por el arquitecto Juan Carlos Estrella.

El área total de la fábrica de embutidos sería e 96,9 m<sup>2</sup>A continuación, se presenta el plano de distribución de la planta de embutidos “Toque Secreto”

**Figura 13**  
*Plano de distribución de la planta de Toque Secreto*



*Nota.* Plano fue elaborado por el Arquitecto Juan Carlos Estrella.

### 7.3.16 Componente Tecnológico

### 7.3.17 Maquinaria y equipo de producción.

Se refiere a toda la maquinaria que es indispensable para la elaboración del producto terminado, las cuales se encuentran especificadas a continuación:

**Tabla 57**

*Maquinaria Y equipo de producción*

---

**Molino de Carne**



**Cantidad:1**

**Fabricación:** Acero Inoxidable

**Motor:** Monofásico

**Alimentación:**110 V./ 60Hz.

**Potencia:** 1 HP (850 W)

**Velocidad:** 170 rpm

**Rendimiento/Productividad:** 80 kg/h

**Consumo:** 850 W

**Peso Neto:** 20 kg

**Dimensiones:** 39\*22\*41

**Interruptor con inv. de marcha:** Si

**Accesorios Incluidos:**

Apisonador/Bandeja, 2 cuchillas, 2 Discos.

**Transmisión de engranes en acero**

**especial templado:** Lubricado por medio de grasa para altas temperaturas

**Cantidad:1**

**Modelo:** MSA 25 Kilos.

**Tipo:** Piso

**Dimensiones de la máquina:** 68\*78\*73cm

**Dimensiones del tanque:** 37,5\*49,5\*39,5 cm

**Transmisión:** Engrane y poleas

**Potencia:** 2200 W/3HP

**Velocidad:** 40 r/min

**Voltaje:** 110V/ 60 Hz

**Capacidad :**50 kg

**Ciclo de Tiempo:**1-3 segundos

**Peso:** 85 kilos

**Fabricación:** Acero Inoxidable

**Tanque:** Acero Calibre 3 mm

**Dimensiones con guacal:** 66 \* 82\*88

---

**Mezcladora de carne**



---

### Embutidora



**Cantidad:1**

**Modelo:** Embutidora Eléctrica.

**Tipo:** Mesa

**Voltaje:** Monofasica-110V.

**Capacidad de Producción:** 15 Litros

**Potencia:** 30 W

**Embudos:** 4 Und

**Altura de tanque:** 40 cm

**Diámetro de Tanque:** 23 cm

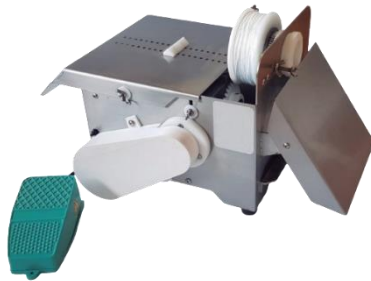
**Material:** Acero Inoxidable

**Marca:** MSA

**Ciclo de Tiempo:**3-5 min

**Dimensiones de Guacal:** 88\*48\*37cm

### Amarradora



**Cantidad:1**

**Modelo:** Amarradora eléctrica.

**Tipo:** Mesa

**Dimensiones:** 50\*30\*26 cm

**Capacidad de Producción:** 1500-2000 und/h

**Marca:** MSA

**Voltaje:** Monofasica-110V.

**Potencia:** 30 W

**Ciclo de Tiempo:**1-3 segundos

**Material:** Acero Inoxidable

**Voltaje:** 110-220 V/ 60 Hz

**Potencia del motor:** 1000 W

**N de Barras de sellado:** 2

**Capacidad de la bomba:** 20 m<sup>3</sup>/ h

**Ciclo de trabajo:** 15-40 seg/ciclo

**Longitud de sellado:** 400 mm

**Ancho de sellado:** 80 mm

**Dimensiones de la cámara:** 400\*330\*490

**Dimensiones Externas:** 500\*530\*490

**Peso Neto:** 60 Kg

### Empacadora al vacío



### Congelador



**Cantidad:** 1

**Dimensiones:** 1,382x770x2,103 mm

**Potencia del motor:** 875 W

**Capacidad:** 1387 L

**Temperatura:** -24°C – -16°C

**Voltaje:** 220V 50 HZ 1PH

**Peso:** 212 kg

**Características:**

Vitrina refrigeradora de 2 puertas

Exterior e interior en acero inoxidable

Parrillas fáciles para desmontar para limpieza

Aislamiento de poliuretano inyectado a alta presión

---



---

### **Balanza Digital**



**Cantidad:** 1

**Marca:** Camry

**Capacidad Mínima:** 2000 g (4,4 libras)

**Capacidad máxima:** 300 Kg (660 libras)

**Funciones:** Peso, precio, total

**Plataforma:** aluminio de 60 \* 45 cm con capa protectora.

**Energía:** 110 V

**Duración de carga:** 120 horas

**Peso Neto:** 15,2 kg

### **Carro de Transporte**



**Cantidad:** 2

**Material:** Acero Inoxidable

**Capacidad de Carga:** 340 kg (750 lb)

**Características:**

**Dispone:** Ruedas giratorias

**Tipo:** Carro Batea

**Espesor:** 5 mm

---

**Nota.** Maquinaria para el proceso productivo información otorgada por M.S.A Ecuador y Ecuapack, Mercado Libre.

#### **7.3.18 Proceso Productivo**

El proceso de transformación de la materia prima en longaniza de cerdo consta de varias etapas, cada una con su respectivo tiempo. A continuación, se detallan las fases involucradas:

#### **7.3.19 Descripción del Proceso Productivo.**

El proceso productivo se apoya en una serie de actividades que se llevan a cabo en cada fase de la producción, que se detallan continuación:

- **Recepción de la materia prima:** La materia prima se adquiere directamente de productores locales y de lugares de faenamiento debidamente calificados y verificar que cumplan con un pH de 5,5 y 6,0 que es óptimo para el proceso productivo
- **Pesaje:** la materia prima es pesada para verificar el peso pedido a los proveedores
- **Picado:** Se corta la carne y grasa en pequeños trozos de aproximadamente 5 cm de ancho por 8 cm de largo
- **Molienda y mezclado de la carne:** Una vez molida la carne picada, se la traslada al cutter. Allí se la mezcla con los condimentos, para conseguir una mezcla homogénea
- **Embutido de la longaniza:** la mezcla es llevada a la embudidora y se introduce en la tripa natural de cerdo previamente pasadas por un proceso minucioso de limpieza.







- **Amarrado de la longaniza:** En este paso, se realiza el amarrado de la longaniza en ambos extremos. Este proceso le da a la longaniza su forma característica de herradura. El amarrado se realiza con un hilo especial para embutidos.
- **Empaquetado al vacío:** Finalizado el curado, las longanizas se empaquetan al vacío para mantener su sabor, calidad. Y prolongar la vida útil del producto.
- **Etiquetado:** Se etiquetan las longanizas con la información como: fecha de producción, caducidad, información nutricional e instrucciones de almacenamiento.
- **Almacenamiento:** Conservar la longaniza en un ambiente de refrigeración a una temperatura constante entre 0 y 5 °C.

### 7.3.20 *Flujograma de procesos*

Es una representación gráfica del proceso de producción de la empresa Toque Secreto. Detalla cada actividad y el tiempo requerido para completarla, brindando una visión clara del flujo de trabajo necesario para cumplir con la producción diaria de

**Figura 14**

*Simbología de proceso productivo*







Símbolo	Significado
	Operación
	Inspección
	Transporte
	Demora
	Almacenamiento
	Operación e inspección

*Nota.* Flujograma de procesos diseñado por la investigadora.

Para el desarrollo del flujograma se considera la producción diaria de 516 libras, considerando 2 obreros en el proceso productivo

**Tabla 58**

*Diagrama de flujo del proceso de la longaniza de cerdo*

Flujograma del Proceso							
Descripción del trabajo	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenamiento	Operación e Inspección	Tiempo
Pasos							
1	Recepción de la materia prima	★	★				6 min
2	Pesaje de la carne	★					7 min
3	Picado de la carne	★					60 min
4	Molido de la carne	★	★				160 min
5	Mezclar la carne	★					17 min
6	Embutido de la longaniza	★	★				160 min
7	Amarrado de longaniza	★					25 min
8	Empaquetado	★	★				20 min
9	Etiquetado	★					15 min
10	Almacenamiento		★		★		10 min
<b>Total, en minutos</b>							480
<b>Total, en horas</b>							8

*Nota.* Flujograma de procesos diseñado por la investigadora.

### **7.3.21 Estudio Legal**

### **7.3.22 Forma Jurídica de constitución.**

La empresa será inscrita en la Superintendencia de Compañías, antes de iniciar sus actividades, además se debe considerar revisar la legislación tributaria, y cumplir con todos los requisitos para el funcionamiento según rige la ley en el país.

### **7.3.23 Tipo legal de la empresa.**

La empresa es unipersonal constituida en la denominación de responsabilidad limitada.

### **7.3.24 Requerimientos para la constitución.**

Se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

- Nombres Completos, nacionalidad, domicilio, y estado civil.
- Denominación comercial de la empresa
- Ubicación exacta del domicilio fijado como matriz de la empresa.
- Objeto de la actividad a la que se dedicara la empresa
- El plazo de duración de la misma
- El monto de capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, es de conformidad con la estipulado en la ley de SUPERCIAS.
- La determinación del aporte del gerente-propietario
- Cualquier otra disposición o cláusula que el gerente-propietario considere agregar.

Nota. Si el gerente-propietario tuviera formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa también será extenderá a su cónyuge. Esto es para que pueda expresar su consentimiento.

### **7.3.25 Requisitos para su funcionamiento.**

Son requisitos obligatorios y necesarios para iniciar las operaciones del negocio, los cuales deben ser renovados cada año. Según lo que establece el Art.7 de la ordenanza que regula la emisión de la tasa de Habilitación y Control de actividades económicas, los aspectos considerados se describen a continuación:

### **7.3.26 Registro RUC.**

Es el número de identificación personal e intransferible de todas aquellas personas naturales tanto nacionales y extranjeras que realicen actividades económicas.

### **7.3.27 Requisitos para abrir por primera vez el RUC como persona natural**

- Copia y original de la cedula de identidad y certificado de votación
- Copia de la planilla de un servicio básico (agua, luz, teléfono)
- Actividad económica que va a realizar.

### **7.3.28 Patente Municipal.**

Es el permiso otorgado por el Municipio a personas naturales y jurídicas que ejercer una actividad económica, ya sea de forma permanente u ocasional. El trámite se lo realiza en el municipio, y se debe presentar los siguientes requisitos.

- Certificación de pago de impuestos
- Certificado de no adeudar al municipio
- Formulario relleno por el solicitante

### **7.3.29 Permiso de Funcionamiento de Bomberos.**

Este permiso es concedido por el Ministerio de Salud, tras la autorización del inspector Sanitario. Para obtenerlo, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Solicitud de Inspección en la Oficina de Control Sanitario
- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal

### **7.3.30 Estudio Administrativo**

### **7.3.31 Filosofía Empresarial.**

Es la parte fundamental de la empresa, ya que define sus valores y principios que guían las acciones y decisiones.

### **7.3.32 Misión.**

La empresa Toque Secreto es una empresa Lojaña dedicada a la producción de embutidos de excelente calidad. Nuestros productos, se destacan por su auténtico sabor tradicional, libres de químicos y aditivos artificiales, para deleitar y satisfacer las expectativas de los clientes con cada bocado.

### **7.3.33 Visión.**

Para el año 2028 la empresa Toque Secreto, será reconocida a nivel local y nacional en la producción de longaniza por la excelencia en calidad y sabor, promoviendo un estilo de vida más saludable con nuestra dedicación a preservar las tradiciones culinarias.

### **7.3.34 Valores Corporativos.**

Los valores que se consideran para la empresa son los siguientes:

- **Transparencia:** Fomentar la comunicación abierta y honesta con clientes, colaboradores y proveedores. Esforzándonos por ser transparentes en todas nuestras operaciones y relaciones comerciales
- **Respeto a la tradición:** Valorar y preservar las tradiciones culinarias de nuestros antepasados, esforzándonos por mantener la autenticidad de nuestros productos.
- **Responsabilidad:** Cumplir con nuestras obligaciones y asumir las consecuencias de nuestras acciones, siempre guiados por la integridad y ética en nuestras operaciones.
- **Respeto:** Promover el respeto hacia todos los empleados, clientes, proveedores tratándoles con cortesía, amabilidad y consideración. El respeto mutuo es esencial para fomentar un ambiente de trabajo armonioso.

### **7.3.35 Objetivos Estratégicos.**

A continuación, presentaremos los objetivos estratégicos que son fundamentales para el desarrollo y crecimiento de la empresa.

- Lograr una participación del 10% en el mercado en un plazo de 5 años.
- Incrementar la rentabilidad de Toque secreto en un 10% en un periodo de 5 años.
- Mejorar la eficiencia y lograr una reducción del 5% en los costos del proceso productivo y logístico en un periodo de 3 años.
- Realizar innovaciones en la producción en los próximos 3 años, mediante investigaciones y desarrollo de nuevas variedades de longaniza y productos.

- Establecer alianzas estrategias con proveedores de materia prima para garantizar la disponibilidad en los suministros de productos durante los próximos 3 años.

### **7.3.36 Políticas.**

Son las directrices que guían las acciones que deben cumplir los colaboradores de la empresa.

- Los trabajadores deben cumplir con una jornada laboral de 8 horas.
- Todos los colaboradores de la empresa deben mantener un comportamiento ético en todas las actividades.
- Los operarios deberán portar el uniforme de trabajo durante su horario laboral.
- Los operarios deben asistir a un curso de capacitación al momento de ser contratados.
- Prohibido ingerir alimentos durante el horario laboral para mantener un entorno de trabajo higiénico.
- Se prohíbe el uso de celular con fines de entretenimiento durante el horario de trabajo, como prevención algún tipo de accidente.
- Brindar un trato justo a los clientes, proveedores y colaboradores que forman parte de la empresa.

### **7.3.37 Estructura Organizacional**

Se refiere a la organización interna de la empresa Toque Secreto, donde se asigna funciones y responsabilidades a los miembros que conforman la empresa

### **7.3.38 Niveles Jerárquicos.**

Son fundamentales para establecer la autoridad y responsabilidad de cada unidad en la empresa, a continuación, se detallan los niveles que se consideraran:

- **Nivel Legislativo:** Representa el primer nivel de autoridad aquí se encuentra la Junta General de Socios, quienes serán el máximo organismo de control de la empresa, con las principales funciones de legislar políticas, reglamentos, crear normas y procedimientos, que regirán el adecuado funcionamiento de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo:** Es el segundo nivel de autoridad corresponde al gerente, quien tiene la responsabilidad de tomar las decisiones de la asignación adecuado de los recursos humanos, materiales y financieros. Es el responsable del éxito o fracaso de la empresa.

- **Nivel Asesor:** Este nivel consiste en brindar orientación y asesoramiento en diversas áreas, incluyendo jurídica, económica, financiera, contable. En este nivel la empresa requerirá de asesoramiento en el nivel jurídico.
- **Nivel Auxiliar:** Lo integra la secretaria-contadora encargada de brindar apoyo en forma oportuna y eficiente a todos los niveles administrativos de la empresa.
- **Nivel Operativo:** Este nivel está conformado por los jefes departamentales y su personal en los departamentos de producción, ventas y finanzas. Su responsabilidad es llevar a cabo las actividades diarias de la empresa.

### **7.3.39 Organigramas.**

Representan la estructura interna de la empresa, identificando los niveles jerárquicos con las respectivas líneas de autoridad y responsabilidad de manera gráfica.

La empresa “Toque Secreto” dispondrá de un organigrama estructural, funcional y posicional.

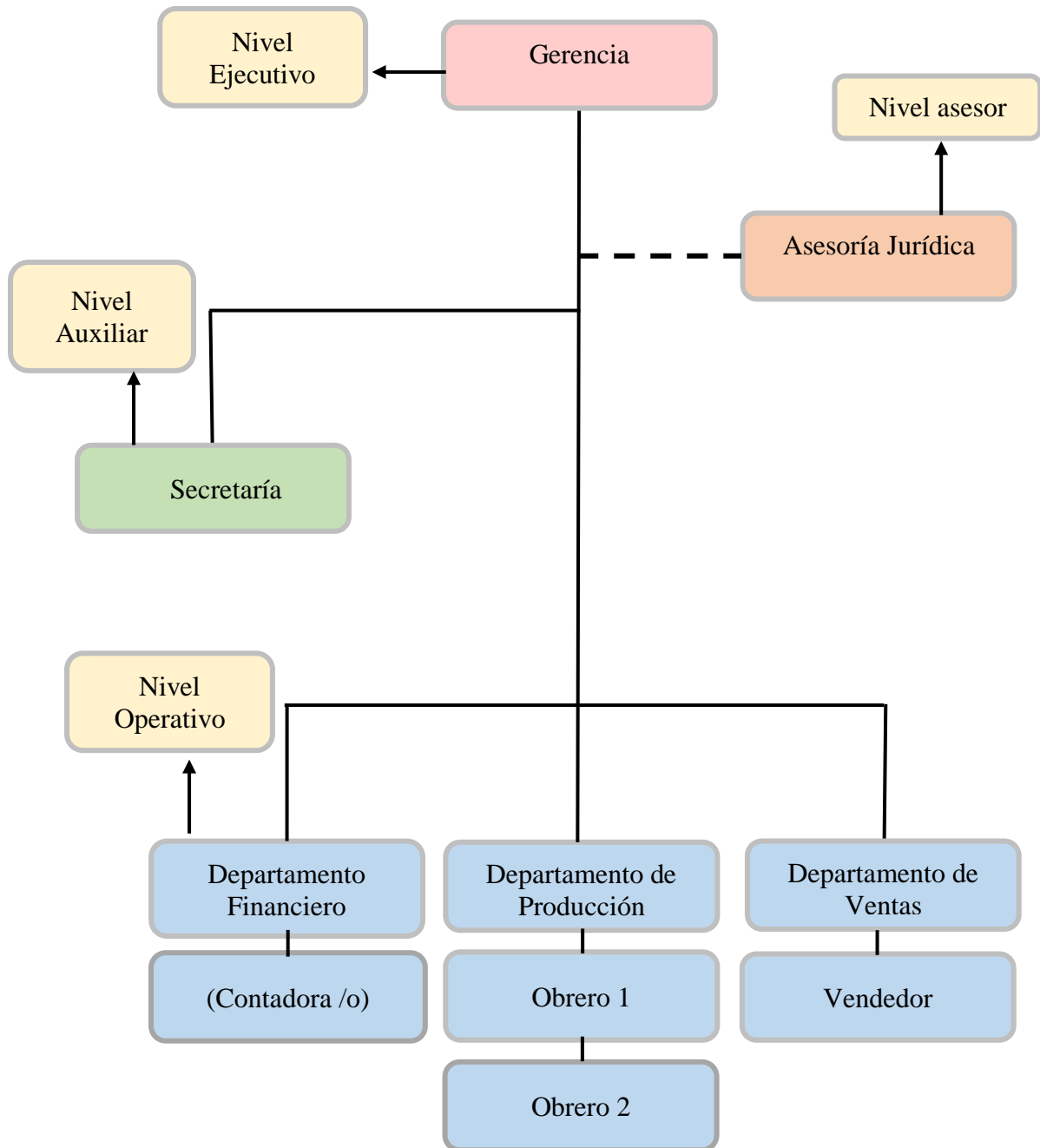


### 7.3.40 Organigrama Estructural.

Representa la estructura administrativa de la empresa productora Toque Secreto.

**Figura 15**

*Organigrama Estructural de la empresa "Toque Secreto Cia.Ltda"*



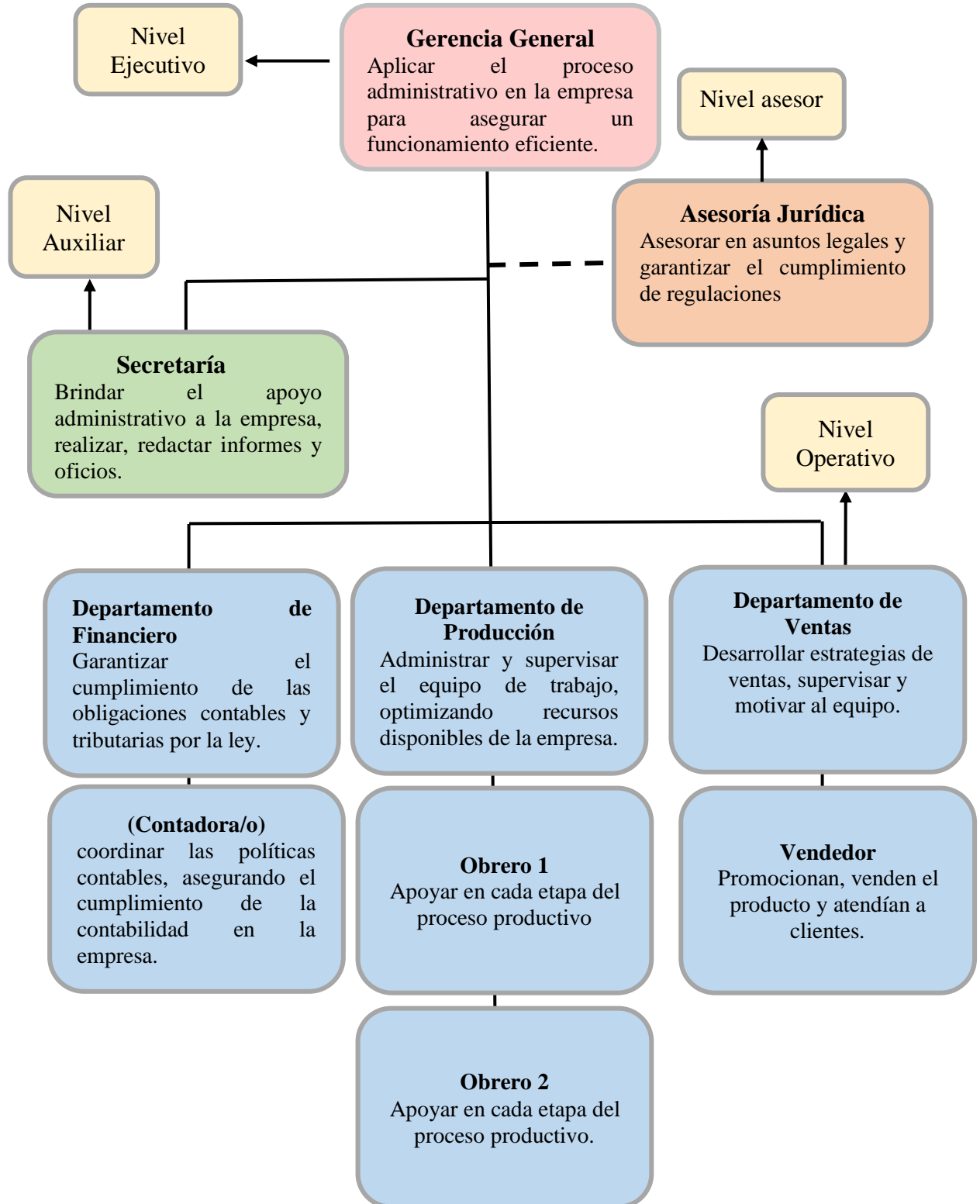
*Nota.* Organigrama estructural de la empresa Toque Secreto.

### 7.3.41 Organigrama Funcional.

Detalla funciones y responsabilidades de cada departamento en la empresa.

**Figura 16**

Organigrama Funcional de la empresa “Toque Secreto Cia.Ltda”



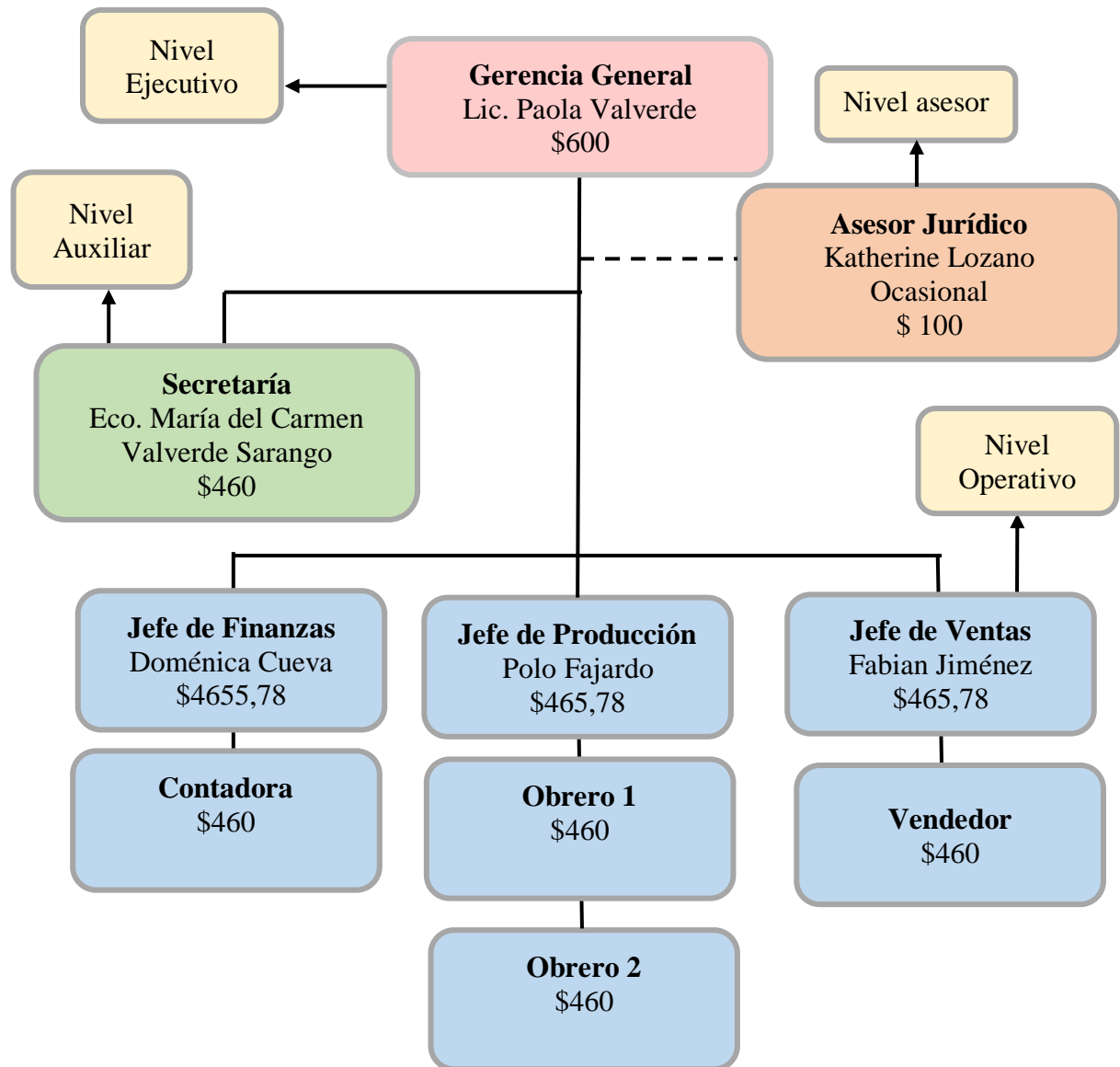
*Nota.* Organigrama funcional de la empresa Toque Secreto.

**7.3.42 Organigrama Posicional.**

En este organigrama se especifican los aspectos como: Distribución, cargo, denominación y la remuneración de los trabajadores de la “Productora Toque Secreto.

**Figura 17**

*Organigrama Posicional de la empresa “Toque Secreto Cía. Ltda.”*



*Nota.* Organigrama funcional de la empresa Toque Secreto.


### 7.3.43 Manual de Funciones.

La elaboración de manuales de funciones para la empresa Toque Secreto, se determinará de acuerdo con los puestos de trabajo y los formatos de los manuales se diseñarán tomando en consideración la normativa y necesidad de la empresa.

A continuación, se detallan los formatos de los manuales de funciones para cada puesto de trabajo, con el fin de brindar orientación a los trabajadores para cumplir correctamente con sus actividades.

**Tabla 59**

*Manual de Funciones Gerente*

<b>TOQUE SECRETO CIA.LTDA</b>	
	<b>Código</b> 001
	<b>Departamento</b> Administración General.
	<b>Título del puesto</b> Gerente
	<b>Superior inmediato</b> Ninguno
	<b>Subalternos</b> A partir de su nivel, todos.

#### **Naturaleza del trabajo**

- Planificar, organizar, dirigir, controlar los recursos y operaciones en la empresa con el objetivo de lograr las metas propuestas.
- Representar legalmente la empresa.

#### **Funciones:**

- Planificar las actividades, establecer metas y diseñar estrategias para alcanzar los objetivos.
- Organizar de manera eficiente los recursos humanos, materiales y financieros de la empresa
- Ejecutar las actividades planificadas
- Controlar y verificar si las actividades se están llevando a cabo correctamente y acuerdo a lo planificado.

#### **Características De La Clase:**


- Es responsable de las tareas administrativas financieras y técnicas en la ejecución de las tareas.

#### **Requisitos Mínimos:**

- Título en Administración de Empresas.
- Experiencia mínima 2 años.
- Cursos en gestión empresarial, Marketing, producción.

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.

**Tabla 60***Manual de Funciones de Secretaria*

<b>TOQUE SECRETO</b>		
	<b>Código</b>	002
	<b>Departamento</b>	Administración General.
	<b>Título del puesto</b>	Secretaria
	<b>Superior inmediato</b>	Gerente
	<b>Subalternos</b>	A partir de su nivel, todos.

**Naturaleza del trabajo**

- Desempeña funciones de asistencia directa al gerente y apoyo a los directivos de la empresa

**Funciones:**

- Gestionar información confidencial y órdenes del gerente
- Redactar documentos escritos según solicite el administrador.
- Administrar la correspondencia y mantener actualizada la información administrativa.
- Atiene y proceso los requerimientos de los clientes de manera ágil.
- Realizar evaluaciones de los proveedores para asegurar el cumplimiento con los estándares requeridos.
- Mantener una comunicación fluida con el jefe.
- Encargarse de la facturación y las ventas de manera eficiente y precisa.

**Características De La Clase:**


- Requiere conocimiento, eficacia, responsabilidad y discreción en el desempeño de sus funciones.

**Requisitos Mínimos:**

- Título de secretaria ejecutiva
- Edad:25-40 años
- Curso de informática, relaciones humanas, Ingles Básico

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.

**Tabla 61***Manual de Funciones del Asesor Jurídico*

<b>TOQUE SECRETO</b>		
	<b>Código</b>	003
	<b>Departamento</b>	Asesoría Jurídica.
	<b>Título del puesto</b>	Asesor Jurídico.
	<b>Superior inmediato</b>	Junta General de Socios.
	<b>Subalternos</b>	A partir de su nivel, todos.

**Naturaleza del trabajo**

- Es responsable de brindar asesoramiento e información sobre los aspectos legales. Asesorar e informar sobre todos los proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

**Funciones:**

- Realizar el seguimiento y análisis de la normativa legal y regulaciones vigentes que impacte a la empresa.
- Elaborar contratos, convenios y otros documentos legales que sean necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- Brindar asesoramiento legal durante procesos de contratación y negocios con el grupo de interés, protegiendo los intereses de la empresa
- Proporcionar orientación legal en tema laborales, incluyendo la elaboración de contratos laborales, Derechos que deben tener consideración tanto el empleador como el empleado.
- Mantenerse actualizado a los cambios que surjan en la legislación y otorgar esta información de manera inmediata a la entidad.
- Participar en la elaboración de políticas y procedimiento internos.

**Características De La Clase:**

- El rol es aconsejar y recomendar en temas jurídicos con una participación eventual.

**Requisitos Mínimos**

- ✓ Título de Doctor en Jurisprudencia.
- ✓ Tener 5 años de experiencia

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.

**Tabla 62**

*Manual de Funciones del Asesor de Contabilidad*

---

**TOQUE SECRETO**

---



<b>Código</b>	004
<b>Departamento</b>	Departamento financiero.
<b>Título del puesto</b>	Contadora/o.
<b>Superior inmediato</b>	Junta General de Socios.
<b>Subalternos</b>	A partir de su nivel, todos.

---

**Naturaleza del trabajo**

- Responsable de establecer y coordinar las políticas contables, asegurando el cumplimiento de la contabilidad en la empresa.

**Funciones:**

- Realizar las declaraciones de impuestos
- Revisar y registrar las facturas tanto de proveedores como clientes.
- Mantener los registros contables de forma clara y precisos.
- Verificar y corregir cuentas contables
- Mantener un registro preciso de los inventarios de insumo y productos en proceso, terminados para mantener un control preciso de los niveles de stock.

**Características De La Clase:**


- Disponibilidad de tiempo para llevar a cabo todas las actividades de manera eficiente
- Atención de calidad a clientes

**Requisitos Mínimos**

- ✓ Título de Ing. en Contabilidad, Doctor en jurisprudencia.
  - ✓ Dos años en funciones similares.
- 

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.

**Tabla 63***Manual de Funciones del jefe de Producción*

<b>TOQUE SECRETO</b>		
	<b>Código</b>	005
	<b>Departamento</b>	Producción
	<b>Título Del Puesto</b>	Jefe De Producción
	<b>Superior inmediato</b>	Gerente
	<b>Subalternos</b>	Obreros

**Naturaleza del trabajo**

- Administrar, organizar y supervisar el equipo de trabajo en la elaboración del embutido, optimizando los recursos materiales, humanos y económicos.

**Funciones:**

- Planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso productivo
- Coordinar y supervisar el mantenimiento y limpieza del área de producción
- Administrar el personal operativo de la empresa.
- Supervisar la limpieza de los instrumentos utilizados por los operarios
- Supervisar el uso de Equipos de protección personal
- Inspeccionar la calidad de la materia prima
- Evaluar la calidad del producto terminado
- Emitir informes semanales del área encargado
- Encargado de capacitar al personal en buenas prácticas de elaboración de embutidos

**Características De La Clase:**

- Capacidad para administrar el tiempo y realizar las tareas asignadas
- Habilidad para dirigir y supervisar los procesos productivos.
- Competencia para tomar decisiones y asignar responsabilidades a los trabajadores.


**Requisitos Mínimos**

- Título de Ingeniero Industrial
- Experiencia mínima 2 años.

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.



**Tabla 64***Manual de Funciones del Obrero 1***TOQUE SECRETO**

	<b>Código</b>	006
	<b>Departamento</b>	Ventas
	<b>Título del puesto</b>	Obrero 1- Operador de materia prima, asepsia de tripas, formulador.
	<b>Superior inmediato</b>	Jefe de Producción
	<b>Subalternos</b>	Obrero 2

**Naturaleza del trabajo**

- Garantizar y comprobar la calidad de la materia prima, así como preservar los productos cárnicos durante la producción. Preparar las tripas para el embutido siguiendo estrictamente las normas de higiene. Elaborar formulas precisas utilizando las cantidades exactas de insumos.

**Funciones:**

- Recibir y verificar la calidad de la materia prima
- Usar el equipo de protección personal
- Registrar la calidad y estado de llegada de la materia prima
- Gestionar el inventario de la bodega de la materia prima
- Entregar de la carne picada al operario de molino.
- Preparar, lavar y desinfectar las tripas de cerdo
- Preparar la fórmula para la condimentación de la longaniza
- Pesaje la materia prima y los insumos necesarios.
- Dosificar la receta para la cantidad de materia prima cárnica
- Generar informes de alguna novedad.
- Colabora en la limpieza e higiene del departamento de producción.
- Colaborar en el empaqueo y etiquetado del producto.

**Características De La Clase:**


- Tener experiencia trabajando en producción de embutidos.
- Conocimientos para identificar la calidad de la materia prima y mantener la calidad de los productos durante la producción.
- Habilidades de organización y planificación para asegurar que las tareas asignadas se realicen en el tiempo adecuado.

**Requisitos Mínimos**

- Título de Ingeniero de alimentos
- Experiencia de 2 años en la industria de alimentos
- Conocimiento y comprensión de las normas de higienes en la industria alimentaria.

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.

**Tabla 65***Manual de Funciones del Obrero 2***TOQUE SECRETO**

	<b>Código</b>	007
	<b>Departamento</b>	Producción
	<b>Título del puesto</b>	Obrero 2- Molido, mezclada, embutida
	<b>Superior inmediato</b>	Jefe de Producción
	<b>Subalternos</b>	Obrero 2

**Naturaleza del trabajo**

- Procesar la materia prima cárnica siguiendo la orden de producción, coordinar la mezcla de los ingredientes según las indicaciones del formulador, asegurar el correcto embutido de las longanizas y gestionar y supervisar el secado.

**Funciones:**

- Utilizar el equipo de protección personal
- Verificar la limpieza del molino, mezcladora y embutidora.
- Trasladar la carne desde la cámara de refrigeración hasta el molino
- Moler la carne y luego la lleva al área de la mezcladora.
- Introduce la carne molida con los condimentos en la mezcladora
- Trasladar a la embutidora
- Coloca la tripa en el tubo de la maquina
- Embute la longaniza
- Traslada el producto embutido hacia la amarradora
- Verifica el amarrado al ubicarles en el coche de colgado
- Moviliza el coche del colgado hacia el área de secado.
- Colaborar en el empaquetado y etiquetado del producto
- Colaborar en la limpieza e higiene del departamento de producción.
- Emitir informes de las labores y novedades de manera diaria.

**Características De La Clase:**


- Tener experiencia trabajando en producción de embutidos.
- Conocimientos para identificar la calidad de la materia prima y mantener la calidad de los productos durante la producción.
- Habilidades de organización y planificación para asegurar que las tareas asignadas se realicen en el tiempo adecuado.
- Capaz de realizar tareas que requieren de esfuerzo físico como trasladar la carne, mover el coche colgado

**Requisitos Mínimos**

- Título de Ingeniero de alimentos
- Experiencia de 2 años en la industria de alimentos
- Habilidad en operar maquinaria.

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.

**Tabla 66***Manual de Funciones del jefe de Ventas*

<b>TOQUE SECRETO CIA.LTDA</b>		
	<b>Código</b>	008
	<b>Departamento</b>	Ventas
	<b>Título del puesto</b>	<b>JEFE DE VENTAS</b>
	<b>Superior inmediato</b>	Gerente
	<b>Subalternos</b>	Chofer

**Naturaleza del trabajo**

- Lograr las metas de ventas, gestionar el equipo de ventas, implementar estrategias, atraer a más clientes, y ofrecer una atención de calidad.

**Funciones:**

- Solucionar de forma eficaz cualquier problema relacionado con los productos
- Autorizar el retiro del producto en la empresa y gestionar el cobro de cuentas pendientes.
- Asegurar y promover ventas del producto
- Verificar que la producción cumple con los requerimientos del cliente.
- Administrar el cobro de las ventas y gestionar los créditos de los pedidos
- Diseñar estrategias para incrementar ventas y posicionar el producto en el mercado.
- Ejecutar publicaciones constantes en las redes sociales: Facebook, Instagram y Tik Tok.
- Desarrollar eventos para degustaciones del producto.

**Características De La Clase:**

- Debe ser capaz de cumplir con las metas establecidas.
- Creativo para implementar estrategias para atraer a más clientes y aumentar ventas.
- Ofrecer atención de calidad a los clientes

**Requisitos Mínimos**

- ✓ Experiencia en ventas y gestión de equipos de ventas
- ✓ Especialista en marketing.

*Nota.* Se detallan todas las actividades que deben cumplirse de acuerdo al cargo establecido, según lo elaborado por la autora.

**7.4 Estudio Financiero**

Es fundamental para evaluar la viabilidad del proyecto para tomar una decisión informada sobre su ejecución. Esto implica la organización de forma sistemática los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para la empresa Toque Secreto.

#### 7.4.1 Inversiones

Para la implementación del proyecto se considera invertir en tres categorías de activos como fijos, diferidos y circulantes.

#### 7.4.2 Activos Fijos

La primera categoría de inversión son bienes tangibles que están presentes en el proceso productivo y actividades operativas.

#### 7.4.3 Maquinaria Y Equipo.

Es el conjunto de maquinaria y equipo requeridos para el proceso productivo de la longaniza de cerdo, se requiere de una inversión de \$5.547,00.

**Tabla 67**  
*Maquinaria y Equipo de Producción*

<b>Descripción</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Molino de carne # 12	unidad	1	\$480,00	\$480,00
Mezcladora de carne	unidad	1	\$500,00	\$500,00
Empacadora al vacío Cámara Alta Doble Barra 60 cm	unidad	1	\$1.250,00	\$1.250,00
Congelador	unidad	1	\$500,00	\$500,00
Amarradora de embutidos	unidad	1	\$1.365,00	\$1.365,00
Embutidora	unidad	1	\$1.152,00	\$1.152,00
Balanza Digital	unidad	1	\$150,00	\$150,00
Carro de Transporte	unidad	1	\$150,00	\$150,00
<b>Total</b>				<b>\$5.547,00</b>

*Nota.* se proporciona un desglose detallado de la inversión en valores de cada maquinaria esencial en el proceso de producción, información otorgada por M.S.A Ecuador y Ecua pack, Mercado Libre.

#### 7.4.4 Vehículo.

Es el medio de transporte, requerido para las actividades de distribución y comercialización del producto en los diferentes puntos de venta, mismo que tiene un costo de \$15.000,00.

**Tabla 68***Vehículo*

Descripción	unidad	Cantidad	Precio unitario	Total
Camión marca Chevrolet	unidad	1	\$15.000,00	\$15.000,00
<b>Total</b>				<b>\$15.000,00</b>

*Nota.* Datos obtenidos de Chevrolet.

**7.4.5 Equipo de Combustión.**

Es el equipo de combustión necesario para el proceso productivo, con un total de \$100.

**Tabla 69***Equipo de Combustión*

Descripción	unidad	Cantidad	Precio unitario	Total
Cilindro de Gas Industrial	1	1	\$100,00	\$100,00
<b>Total</b>				<b>\$100,00</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la empresa dedicada a la venta y distribución de gas denominada Lojagas.

**7.4.6 Muebles y Enseres de Administración.**

Son los bienes muebles necesarios para la adecuación del área administrativa, con un valor total de inversión de \$830,00.

**Tabla 70***Muebles y Enseres de Administración*

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Escritorio	1	\$150,00	\$150,00
Silla Giratoria	2	\$105,00	\$210,00
Juego de muebles de espera	1	\$250,00	\$250,00
Estante de Archivador	2	\$110,00	\$220,00
<b>Total</b>			<b>\$830,00</b>

*Nota.* Datos obtenidos de Electromuebles G&G.

**7.4.7 Equipo de cómputo.**

Son todos los equipos tecnológicos que se utilizaran para las actividades requeridas en la empresa, con un valor total de \$700.

**Tabla 71 Equipo de computo**

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Impresora	1	\$150,00	\$150,00
Laptop CORE i5 (3 años)	1	\$550,00	\$550,00
<b>Total</b>			<b>\$700,00</b>

*Nota.* Datos obtenidos de Electrocompu.

#### 7.4.8 Reinversión del equipo de Cómputo.

Teniendo en cuenta que la vida útil de los equipos de cómputo es de 3 años, es necesario calcular la reinversión para el cuarto año. Para este cálculo, se ha considerado una tasa de inflación del 1,35% para el año 2024, según los datos obtenidos de Trading Economics. como resultado, se obtiene un total de \$709,45.

**Tabla 72**  
*Reinversión de Equipo de computo*

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Impresora	1	\$152,03	\$152,03
Laptop CORE i5 (3 años)	1	\$557,43	\$557,43
<b>Total</b>			<b>\$709,45</b>

Nota. Datos obtenidos de Electrocompu.

#### 7.4.9 Equipo de Oficina.

Son aquellos equipos empleados en las operaciones diarias de la empresa, tienen un valor de \$220,00.

**Tabla 73**  
*Equipo de Oficina*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Sumadora Casio	1	\$ 115,00	\$ 115,00
celular	1	\$ 105,00	\$ 105,00
<b>Total</b>			<b>\$ 220,00</b>

Nota. Datos obtenidos de Santiago Papelería y en Genesis Celular.

#### 7.4.10 Equipo de Seguridad.

La implementación de este equipo desempeña un papel crucial en garantizar la seguridad y el control de las actividades de la empresa, representa una inversión de \$120,00.

**Tabla 74**  
*Equipo de Vigilancia*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Equipo de cámara de vigilancia	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>Total</b>			<b>\$ 120,00</b>

Nota. Datos obtenidos de Seguridad Disec Cía. Ltda.

#### 7.4.11 *Resumen de activos fijos.*

Permite determinar la inversión que se requiere para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa, esta tabla proporciona una visión detallada de los activos, la misma que tiene un costo total de \$22.762,00.

**Tabla 75**  
*Resumen de activos fijos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Maquinaria y Equipos de producción	\$5.547,00
Muebles y enseres de planta	\$245,00
Vehículo	\$15.000,00
Equipo de Combustión	\$100,00
Muebles y enseres de Administración	\$830,00
Equipo de computo	\$700,00
Equipo de Oficina	\$220,00
Equipo de seguridad	\$120,00
<b>Total</b>	<b>\$22.762,00</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las tablas 54- 58, tabla 60, tabla 61.

#### 7.4.12 *Depreciaciones de Activos Fijos*

En la presente tabla se consideran los activos fijos, con su respectiva vida útil. Es importante recalcar que la maquinaria y equipo de producción, tienen una vida útil estimada de 10 años con una tasa de depreciación de 10%, esto misma tasa se aplica a muebles y enseres de planta y administrativo, así como al equipo de oficina, seguridad y combustión. Por otro lado, el equipo de cómputo tiene una vida útil más corta de 3 años con una tasa de depreciación más alta del 33,33%, teniendo en cuenta esto, es importante considerar la reinversión de este activo en el cuarto año.

**Tabla 76**  
*Depreciaciones de Activos Fijos*

<b>Detalle</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>% Depreciación Anual</b>	<b>Valor Activo</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Valor a depreciar</b>	<b>Depreciación</b>
Maquinaria y Equipos de producción	10	10,00%	\$5.547,00	\$554,70	\$4.992,30	\$499,23
Muebles y enseres de planta	10	10,00%	\$245,00	\$24,50	\$220,50	\$22,05
Vehículo	5	20,00%	\$15.000,00	\$3.000,00	\$12.000,00	\$2.400,00
Equipo de computo	3	33,33%	\$700,00	\$233,31	\$466,69	\$155,56

Muebles y Enseres de Administración	10	10,00%	\$830,00	\$83,00	\$747,00	\$74,70
equipos de Oficina	10	10,00%	\$220,00	\$22,00	\$198,00	\$19,80
Equipo de Seguridad	10	10,00%	\$120,00	\$12,00	\$108,00	\$10,80
Equipo de Combustión	10	10,00%	\$100,00	\$10,00	\$90,00	\$9,00
<b>TOTAL</b>			<b>Total</b>	<b>\$3.939,51</b>	<b>Año 1</b>	<b>\$3.191,14</b>
Equipos de Cómputo - Reinversión	3	33,33%	709,45	236,46	472,99	157,66
			<b>Total</b>	<b>\$3.942,66</b>	<b>Año 4</b>	<b>\$3.193,24</b>

Nota. Datos obtenidos de las tablas 54, tabla 59.

#### 7.4.13 Activos Diferidos

Son los gastos preoperativos en los que la empresa “Toque Secreto” necesita invertir antes de iniciar sus operaciones. Estos gastos, aunque no son tangibles son esenciales para el funcionamiento de la empresa.

**Estudio de mercado:** son los desembolsos de dinero en investigaciones previas, para el estudio de factibilidad del proyecto.

**Constitución de la empresa:** son todos los gastos realizados para constituir la empresa, según rige la ley.

**Registro de marca:** En el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) se realizará el registro de la marca.

**Instalación de cámaras de seguridad:** Es un gasto llevado a cabo para controlar las operaciones en la empresa

**Tabla 77**  
*Activos Diferidos*

Descripción	Valor Unitario
Estudio de mercado	\$500,00
Gastos de Constitución	\$1.000,00
Registro de marca	\$400,00



Instalación de cámaras de seguridad	\$80,00
<b>Total</b>	<b>\$1.980,00</b>

Nota. Información obtenida de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria y servicio de CNT.

#### **7.4.14 Activos Circulantes o Capital de Trabajo**

Se trata de una inversión que se realiza de forma mensual que garantiza la disponibilidad tanto de materias primas directas como indirectas, así como los recursos materiales necesarios para producción, administración y ventas para que las actividades de la empresa se puedan ejecutar sin inconvenientes.

#### **7.4.15 Costos de Producción.**

Se refiere a los costos directos, que incluyen materia prima y mano de obra directa conocidos como costos primos. Adema, abarca los costos Indirectos de fabricación en los que se incurre para obtener el producto final.

#### **7.4.16 Materias Prima Directa.**

En la siguiente tabla se detallan los ingredientes necesarios para la elaboración de la longaniza. Cabe destacar que el cálculo para cada uno de estos ingredientes se ha desarrollado en función de capacidad anual de producción de la empresa, con un total de 134.676 lb.

**Tabla 78**  
*Materias Primas*

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio por libra</b>	<b>Total, Anual</b>	<b>Total, Mensual</b>
Carne y jamón de cerdo	134.676	Lb	\$1,80	\$242.416,80	\$20.201,40
Tripa de cerdo	20.358	Lb	\$1,50	\$30.537,00	\$2.544,75
<b>Total</b>	<b>155.034</b>			<b>\$272.953,80</b>	<b>\$22.746,15</b>

Nota. Datos obtenidos de la tabla 36 de capacidad utilizada

#### **7.4.17 Materias Primas Indirectas.**

Se hace referencia a los elementos complementarios utilizados en el proceso de manufactura de la longaniza, aunque su presencia en el producto final no es directamente evidente son indispensables en el producto. La cantidad de cada ingrediente se calculó en base a la producción anual de 134.676 libras.

**Tabla 79****Materias Primas Indirectas**

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>COSTO total anual</b>	<b>Costo Mensual</b>
Ajo	2.078	Lb	1,5	\$3.117,00	\$259,75
Cebolla	5.553	Lb	0,15	\$832,95	\$69,41
Sal	2.132	Lb	0,23	\$490,36	\$40,86
Naranja agria	67.338	unidades	0,05	\$3.366,90	\$280,58
Refrito	2271	Lb	2,5	\$5.677,50	\$473,13
<b>TOTAL</b>				<b>\$13.484,71</b>	<b>\$1.123,73</b>

*Nota.* Datos obtenidos del puerto seco de la ciudad de Loja, Zerimar y Ile.

**7.4.18 Mano de Obra Directa.**

Son los salarios asignados a los obreros y al jefe de planta del área de producción. Es importante destacar que la remuneración de los obreros se ha establecido en base al Salario Básico Unificado, que es de \$460, teniendo en cuenta los beneficios sociales, su pago total es de un valor de \$590,26 para los obreros. Por otro lado, el salario del jefe de producción, es de \$597,19. Estos pagos se realizan de forma mensual. A continuación, se presenta la tabla detallada:

**Tabla 80****Mano de Obra Directa**

<b>Remuneración de Obreros</b>	<b>Obrero</b>	<b>Jefe de Planta</b>
Sueldo Básico Unificado	\$460,00	\$465,78
Décimo tercero 1/12	\$38,33	\$38,82
Décimo Cuarto 1/12	\$38,33	\$38,33
Aporte IESS 11,15%	\$51,29	\$51,93
Aporte IECE 0,5%	\$2,30	\$2,33
Fondos de Reserva	\$0,00	\$0,00
Líquido a pagar	\$590,26	\$597,19
Numero de obreros	2	1
<b>Total, Mensual Individual</b>	<b>\$1.180,51</b>	<b>\$597,19</b>
<b>Total, Mano de Obra mensual</b>	<b>\$1.777,71</b>	
<b>Total, al Año</b>	<b>\$21.332,46</b>	

*Nota.* Datos obtenidos del Ministerio de Trabajo.

#### 7.4.19 Resumen de costos de Producción.

En términos de costos de producción, el total anual para la materia prima directa se tiene un total de \$272.953,80. Por otro lado, la materia prima indirecta suma total de \$13.484,71. Además, la Mano de Obra Directa tiene un valor de \$21.332,46.

**Tabla 81**  
*Resumen de Costos de Producción*

<b>Descripción</b>	<b>Total, Anual</b>	<b>Total, Mensual</b>
Materia Prima Directa	\$272.953,80	\$22.746,15
Materia Prima Indirecta	\$13.484,71	\$1.123,73
Mano de Obra Directa	\$21.332,46	\$1.777,71
<b>Total</b>	<b>\$307.770,97</b>	<b>\$25.647,58</b>

*Nota.* Datos obtenidos de la tabla 80, tabla 81, tabla 82.

#### 7.4.20 Costos Indirectos de Fabricación.

Son todos los costos asociados indirectamente al proceso fabricación del producto.

#### 7.4.21 Material de Embalaje.

Es el material necesario para proteger el producto, mantener la calidad y frescura del producto.

**Tabla 82**  
*Material de Embalaje*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total, Anual</b>	<b>Total, Mensual</b>
Paquete de fundas empaque al vacío	1.347	Paquete (100 u)	\$10,50	\$14.143,50	\$1.178,63
Hilo de amarre	449	Tubos (300 mt)	\$1,75	\$785,75	\$65,48
Etiquetas	1.347	Paquete (100 u)	\$11,00	\$14.817,00	\$1.234,75
<b>Total, Anual</b>				<b>\$29.746,25</b>	<b>\$2.478,85</b>

*Nota.* Datos obtenidos de Plastimundo, Imprenta Barricada.

#### 7.4.22 Agua Potable.

Es un rubro considerado como gasto, que se utiliza en la limpieza de maquinaria e implementos de producción, entre otras actividades en el proceso productivo con un costo anual de \$ 92,40.

**Tabla 83**  
*Agua Potable de planta*

Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total
Agua Potable	5	m <sup>3</sup>	\$1,54	\$7,70
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$7,70</b>
<b>Total, Anual</b>				<b>\$92,40</b>

*Nota.* Información tomada de la Unidad Municipal de agua potable y alcantarillado UMAPAL

#### 7.4.23 *Energía Eléctrica.*

El costo por Kilovatio-hora (Kw/H) es de 0,15 centavos. Esto es un desembolso de mensual de \$22,50, lo que suma un total anual de \$ 270,00. Este gasto es necesario para llevar a cabo las actividades de molido, embutido y empaquetado.

**Tabla 84**  
*Energía Eléctrica de Planta*

Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total
Energía Eléctrica	150	Kw/H	\$0,15	\$22,50
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$22,50</b>
<b>Total, Anual</b>				<b>\$270,00</b>

*Nota.* Información tomada de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. EERSSA

#### 7.4.24 *Indumentaria de Trabajo.*

Son todos los insumos necesarios para realizar las actividades del proceso productivo, garantizando la inocuidad en la producción. El costo anual es de \$79,50.

**Tabla 85**  
*Indumentaria de Trabajo*

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total, Anual	Total, Mensual
Guantes	5	cajas (100 u)	\$3,50	\$17,50	\$1,46
Delantales	4	Unidad	\$6,00	\$24,00	\$2,00
Cofias	4	cajas (100 u)	\$3,50	\$14,00	\$1,17
Botas	2	Pares	\$12,00	\$24,00	\$2,00
<b>Total</b>				<b>\$79,50</b>	<b>\$6,63</b>

*Nota.* Información tomada Mercado Libre - Ecuador

#### 7.4.25 *Implementos de Producción.*

Son los implementos necesarios para realizar las actividades productivas, con un total anual de \$124,00.

**Tabla 86***Implementos de Producción*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Total, Mensual</b>
Cuchillo de carne	3		\$9,00	\$27,00	\$2,25
Bandeja de Acero Inoxidable	5		\$7,00	\$35,00	\$2,92
Olla Aluminio	1		\$40,00	\$40,00	\$3,33
Cucharon Metálico	2		\$8,00	\$16,00	\$1,33
cucharas(docena)	1		\$6,00	\$6,00	\$0,50
<b>Total</b>				<b>\$124,00</b>	<b>\$10,33</b>

*Nota.* Información tomada Mercado Libre - Ecuador

**7.4.26 Mantenimiento de Maquinaria.**

En este aspecto se tomó en consideración el mantenimiento de la maquinaria en forma anual, con el objetivo de para mantener la eficiencia en la producción y asegurar un funcionamiento óptimo de los maquinas.

**Tabla 87***Mantenimiento de Maquinaria*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total, Anual</b>
Molino de Carne	1	Unidad	\$40,00	\$40,00
Mezcladora	1	Unidad	\$35,00	\$35,00
Embutidora	1	Unidad	\$40,00	\$40,00
Amarradora	1	Unidad	\$35,00	\$35,00
Empacadora al Vacío	1	Unidad	\$40,00	\$40,00
<b>Total, Anual</b>				<b>\$190,00</b>
<b>Total, mensual</b>				<b>\$9,50</b>

*Nota.* Información tomada Mercado Libre - Ecuador

**7.4.27 Implementos de Seguridad.**

Elementos necesarios para garantizar la seguridad en el área de trabajo. El valor total es de \$70,00.

**Tabla 88***Indumentaria de Seguridad*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total, Anual</b>	<b>total, mensual</b>
Letreros preventivos e informativos	5	unidad	\$5,00	\$25,00	\$2,08
Extintor	1	Unidad	\$15,00	\$15,00	\$1,25

Botiquín de primeros auxilios	1	Unidad	\$30,00	\$30,00	\$2,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$70,00</b>	<b>\$5,83</b>

Nota. Información tomada Mercado Libre – Ecuador.

#### 7.4.28 Útiles de aseo de producción.

Comprende los artículos de limpieza que se utilizan en la limpieza del área producción, con la finalidad de mantener el área limpia siempre en condiciones de higiene.

**Tabla 89**

*Útiles de aseo de producción*

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total, Anual	Total, mensual
Escoba	2	Unidad	\$3,50	\$7,00	\$0,58
Trapeador	2	Unidad	3,5	\$7,00	\$0,58
Recogedor	1	Unidad	3	\$3,00	\$0,25
Desinfectante	4	Galones	7	\$28,00	\$2,33
Lavajilla	1	balde	11	\$11,00	\$0,92
Esponja	5	Paquete	1	\$5,00	\$0,42
Cloro	1	Galón	4,5	\$4,50	\$0,38
Botes de Basura industriales	2	unidades	25	\$50,00	\$4,17
Detergente	10	Kilos	12	\$120,00	\$10,00
Toallas de mano	2	unidades	3,5	\$7,00	\$0,58
<b>Total</b>				<b>\$242,50</b>	<b>\$20,21</b>

Nota. Información tomada de Zerimar

#### 7.4.29 Combustible.

Se refiere a las recargas que realizarán tanto de gas como de extintor, con un valor total de \$82,20.

**Tabla 90**

*Combustible*

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total, anual	Total, mensual
gas	12	Recargas	\$5,60	\$67,20	\$5,60
extintor	1	Recargas	\$15,00	\$15,00	\$1,25
<b>Total</b>				<b>\$82,20</b>	<b>\$6,85</b>

Nota. Información tomada de Lojagas y de Bomberos Loja.

#### 7.4.30 Arriendo para el área de Producción.

Para calcular el monto del arriendo, se toma en cuenta el 60% del área total. Con un costo de arriendo total de \$500 y tras calcular el porcentaje de uso, el monto a pagar mensualmente es de \$300 mensual y anualmente es de \$3600.

**Tabla 91***Arriendo área de Producción*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Arriendo	1	300,00	300,00	3.600,00
<b>TOTAL</b>			<b>300,00</b>	<b>3.600,00</b>

*Nota.* Información tomada de la Propietaria del departamento.

**7.4.31 Resumen de Costos Indirectos de Fabricación.**

La tabla a continuación muestra un resumen de los costos indirectos de fabricación. El costo total anual es de \$34.496,85, mientras que el costo mensual es de \$2.868,40.

**Tabla 92***Resumen de Costos Indirectos de Fabricación*

DESCRIPCION	Total, Anual	Total, Mensual
Material de Embalaje	\$29.746,25	\$2.478,85
Agua Potable (Planta)	\$92,40	\$7,70
Energía Eléctrica (Planta)	\$270,00	\$22,50
Indumentaria de Trabajo	\$79,50	\$6,63
Implementos de Producción	\$124,00	\$10,33
Mantenimiento de Maquinaria	\$190,00	\$9,50
Implementos de Seguridad	\$70,00	\$5,83
Útiles de aseo de Producción	\$242,50	\$20,21
Combustible	\$82,20	\$6,85
Arriendo área de Producción	\$3.600,00	\$300,00
<b>Total</b>	<b>\$34.496,85</b>	<b>\$2.868,40</b>

*Nota.* Información tomada de Tabla 83 hasta la tabla 92.

**7.4.32 Costo de Operación****7.4.33 Gastos de Administración.**

Son todos los gastos necesarios para desempeñar las actividades operacionales en la empresa.

**7.4.34 Sueldos Administrativos.**

En el área administrativa, los salarios del personal se distribuyen de la siguiente manera: el gerente tiene un sueldo de \$600,00, mientras que la secretaria y la contadora reciben un salario de \$460,00 cada una. Adicionalmente, a cada sueldo se le calculan los beneficios que le corresponden por ley. Los valores detallados se presentan a continuación.

**Tabla 93***Sueldos Administrativos*

Descripción	Gerente	Secretaria	Contadora
Sueldo Básico Unificado	\$600,00	\$460,00	\$460,00
Décimo tercero 1/12	\$50,00	\$38,33	\$38,33

Décimo Cuarto 1/12	\$37,50	\$38,33	\$38,33
Aporte IESS 11,15%	\$66,90	\$51,29	\$51,29
Aporte IECE 0,5%	\$3,00	\$2,30	\$2,30
Fondos de Reserva	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Líquido a pagar	\$757,40	\$590,26	\$590,26
Número de trabajadores	1	1	1
<b>Total, Mensual</b>	<b>\$757,40</b>	<b>\$590,26</b>	<b>\$590,26</b>
<b>Total, Anual</b>	<b>\$9.088,80</b>	<b>\$7.083,08</b>	<b>\$7.083,08</b>
<b>Total, Nomina</b>	<b>\$23.254,96</b>		
<b>Total, Nómina mensual</b>	<b>\$1.937,91</b>		

*Nota.* Porcentajes y valor del Sueldo Básico Unificado según la última reforma del Ministerio de Trabajo.

#### 7.4.35 Agua Potable.

Es un gasto considerado para el área administrativa, con un costo anual estimado de \$ 36,96.

**Tabla 94**  
Agua Potable

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total
Agua Potable	2	m <sup>3</sup>	\$1,54	\$3,08
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$3,08</b>
<b>Total, Anual</b>				<b>\$36,96</b>

*Nota.* Información tomada de la Unidad Municipal de agua potable y alcantarillado UMAPAL.

#### 7.4.36 Energía Eléctrica.

Este servicio es fundamental para el desarrollo de las actividades en la empresa. El valor total es \$189,00.

**Tabla 95**  
Energía Eléctrica

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total
Energía Eléctrica	105	Kw/H	\$0,15	\$15,75
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$15,75</b>
<b>Total, Anual</b>				<b>\$189,00</b>

*Nota.* Información obtenida de la Empresa Eléctrica Regional del Sur EERSSA.

#### 7.4.37 Internet.

Es crucial para el desarrollo de las actividades en la empresa. Se considera el plan de Básico de Vilcanet, que tienen un costo mensual de \$ 28,00.

**Tabla 96**  
Plan de Internet



Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total
Plan Básico Vilcanet	1	70 Mbps	\$28,00	\$28,00
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$28,00</b>
<b>Total, Anual</b>				<b>\$336,00</b>

*Nota.* Información obtenida de la Empresa Vilcanet.

#### 7.4.38 Teléfono.

Se consideran aquí las recargas de 10 dólares, que tienen una validez de 30 días e incluye un paquete de 13 gigas de datos, además de llamadas y acceso a redes sociales de manera ilimitada, con un gasto anual de \$120,00.

**Tabla 97**

Teléfono

Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total
celular	1	recargas	\$10,00	\$10,00
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$10,00</b>
<b>Total, Anual</b>				<b>\$120,00</b>

*Nota.* Información obtenida de la página oficial de Claro.

#### 7.4.39 Útiles de oficina.

Son los suministros indispensables para las tareas diaria por el área administrativa. Estos insumos, tienen un costo anual de \$58,00.

**Tabla 98**

Útiles de Oficina

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total
Resma de Papel Bond	5	unidad	\$3,50	\$17,50
carpetas archivadoras	4	unidad	\$4,00	\$16,00
Agenda de apuntes	2	unidad	\$5,00	\$10,00
Perforadora	2	Unidad	\$3,50	\$7,00
Grapadora	2	unidad	\$3,75	\$7,50
<b>Total, Anual</b>				<b>\$58,00</b>
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$4,83</b>

*Nota.* Información obtenida de Santiago Papelería.

#### 7.4.40 Útiles de Aseo.

Comprende artículos Materiales necesarios para orden y limpieza de la oficina, con un valor de \$38,50.

**Tabla 99**  
Útiles de aseo

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total
Escoba	2	unidad	\$3,50	\$7,00
Trapeador	2	unidad	\$3,50	\$7,00
Recogedor	1	unidad	\$2,50	\$2,50
Desinfectante	2	galones	\$7,00	\$14,00
Toallas de mano	4	unidades	\$1,50	\$6,00
Fundas de Basura	6	paquetes	\$1,50	\$9,00
<b>Total, Anual</b>				<b>\$38,50</b>
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$3,21</b>

*Nota.* Información obtenida de Zerimar

#### 7.4.41 Permisos de Funcionamiento.

Son gastos indispensables que deben ser pagados anualmente para garantizar un funcionamiento adecuado y prevenir cualquier contratiempo en las actividades.

**Tabla 100**  
Permisos de Funcionamiento

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Total
Permiso Bomberos			\$10,00	\$10,00
Patente Municipal			\$54,00	\$54,00
<b>Total, Anual</b>				<b>\$64,00</b>
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$5,33</b>

*Nota.* Información obtenida del municipio y cuerpo de bomberos de Loja.

#### 7.4.42 Arriendo de área de administración.

Para calcular el monto del arriendo, se toma en cuenta el 30% del área total. Con un costo de arriendo total de \$500 y tras calcular el porcentaje de uso, el monto a pagar mensualmente es de \$150 mensual y anualmente es de \$1800.

**Tabla 101**  
Arriendo área de administración

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Arriendo	1,00	150,00	150,00	1.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>150,00</b>	<b>1.800,00</b>

*Nota.* Información obtenida de la propietaria.

#### 7.4.43 Resumen de Gastos de Administración.

La tabla muestra un resumen total de los gastos de administración, los cuales ascienden a un costo anual de \$25.897,42 y un costo mensual de \$2.158,12

**Tabla 102**

## Resumen de Gastos de Administración

<i>Descripción</i>	<i>Total, Anual</i>	<i>Total, Mensual</i>
Sueldo personal Administrativo	\$23.254,96	\$1.937,91
Agua Potable (Oficina)	\$36,96	\$3,08
Energía Eléctrica	\$189,00	\$15,75
Teléfono	\$120,00	\$10,00
Internet(oficina)	\$336,00	\$28,00
Útiles de Oficina	\$58,00	\$4,83
Útiles de Aseo	\$38,50	\$3,21
Permisos de Funcionamiento	\$64,00	\$5,33
Arriendo de Administración	\$1.800,00	\$150,00
<b>Total</b>	<b>\$25.897,42</b>	<b>\$2.158,12</b>

*Nota.* Información tomada de las tablas 80 hasta la tabla 88.

**Gasto de Venta****7.4.44 Combustibles y Lubricantes.**

En este rubro incluye los costos anuales asociados con la adquisición de Diesel y la realización de cambios de aceites, con un total de \$634,00.

**Tabla 103**

## Combustibles y Lubricantes

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Diesel	300	galones	\$1,78	\$534,00
Cambio de Aceite	4	Unidad	\$25,00	\$100,00
<b>Total, Anual</b>				<b>\$634,00</b>
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$52,83</b>

*Nota.* Información obtenida de la Gasolinera P& S

**7.4.45 Matricula.**

Es el pago de \$150,00 que se realiza una vez al año corresponde al concepto de matrícula.

**Tabla 104**

## Matricula

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Matricula	1	Unidad	\$150,00	\$150,00
<b>Total, Anual</b>				<b>\$150,00</b>
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$12,50</b>

*Nota.* Información obtenida de Agencia Nacional de Transito.

**7.4.46 Útiles de oficina:**

Son los suministros requeridos para las facturas que necesite emitir la empresa.

**Tabla 105**  
*Útiles de Oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Libreta de Facturas	3	unidad	\$12,00	\$36,00
<b>Total, Anual</b>				<b>\$36,00</b>
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$3,00</b>

*Nota.* Información obtenida de Imprenta Barricada.

#### **7.4.47 Promoción.**

Este rubro se lleva a cabo a través de un artículo que se entregara como obsequio a los clientes más leales. El costo de este \$200,00.

**Tabla 106**  
*Promoción*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Tazas	200	unidad	\$1,00	\$200,00
<b>Total, Anual</b>				<b>\$200,00</b>
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$16,67</b>

*Nota.* Información obtenida de Imprenta Barricada.

#### **7.4.48 Publicidad.**

Este gasto se destinada a promocionar el producto “longaniza empacada al vacío. El objetivo es incrementar la cartera de clientes, posicionarse en el mercado y mente del consumidor. Para lograr esto, realizaremos publicidad a través de las redes sociales Facebook e Instagram, las cuales son las de mayor acogida en el mercado.

**Tabla 107**  
*Publicidad*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Campañas publicitarias Facebook	1	unidad	\$12,00	\$12,00
Campañas publicitarias Instagram	1	unidad	\$12,00	\$12,00
<b>Total, Mensual</b>				<b>\$24,00</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$288,00</b>

*Nota.* Datos obtenidos de las páginas de Facebook e Instagram.

#### 7.4.49 Arriendo - Área de Ventas.

Para calcular el monto del arriendo, se toma en cuenta el 10% del área total. Con un costo de arriendo total de \$150 y tras calcular el porcentaje de uso, el monto a pagar mensualmente es de \$50 mensual y anualmente es de \$600.

**Tabla 108**

*Arriendo - Área de Ventas*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Arriendo	1,00	50,00	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>			<b>50,00</b>	<b>600,00</b>

*Nota.* Información obtenida de la propietaria.

#### 7.4.50 Resumen de Gastos de Ventas.

Como se puede visualizar en la siguiente tabla el de resumen de gastos, con un total anual de \$1.308,00.

**Tabla 109**

*Resumen de Gastos de Ventas*

Descripción	Total, Anual	Total, Mensual
Combustibles y Lubricantes	\$634,00	\$52,83
Matricula	\$150,00	\$12,50
Útiles de Oficina	\$36,00	\$3,00
Promoción	\$200,00	\$16,67
Publicidad	\$288,00	\$24,00
Arriendo Ventas	\$600,00	\$50,00
<b>Total</b>	<b>\$1.308,00</b>	<b>\$159,00</b>

*Nota.* Información tomada de la tabla 90 hasta la tabla 95

#### 7.4.51 Monto Total de la Inversión

Comprende los resúmenes de activos fijos, diferidos y circulantes, requeridos para el funcionamiento de la empresa “Toque Secreto”, obteniendo un total de inversión de \$55.712,60.

**Tabla 110**

*Inversión del Proyecto*

<b>Empresa Toque Secreto</b>			
<b>Inversión de Proyecto</b>			
Descripción	Parcial	Subtotal	Total
<b>Activos Fijos</b>			
Maquinaria y Equipos de Producción		\$5.547,00	
Muebles y enseres de planta		\$245,00	
Vehículo		\$15.000,00	
Equipo de Combustión		\$100,00	

Muebles y enseres de Administración	\$830,00
Equipo de computo	\$700,00
Equipo de Oficina	\$220,00
Equipo de seguridad	\$120,00
<b>Total, Activos Fijos</b>	<b>\$22.762,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>	
Estudio preliminar	\$500,00
Gastos de Constitución	\$1.000,00
Registro de marca	\$400,00
Instalación de cámaras de seguridad	\$80,00
<b>Total, Activos Diferidos</b>	<b>\$1.980,00</b>
<b>Activos Circulantes o Capital de Trabajo (Mensual)</b>	
<b>Costo de Producción</b>	
<b>Costo Primo</b>	
Materia Prima Directa	\$22.746,15
Materia Prima Indirecta	\$1.123,73
Mano de Obra Directa	\$1.777,71
<b>Total, Costo Primo</b>	<b>\$25.647,58</b>
<b>Costo Indirecto de Producción</b>	
Material de Embalaje	\$2.478,85
Agua Potable (Planta)	\$7,70
Energía Eléctrica (Planta)	\$22,50
Indumentaria de Trabajo	\$6,63
Implementos de Producción	\$10,33
Mantenimiento de Maquinaria	\$9,50
Implementos de Seguridad	\$5,83
Útiles de aseo de Producción	\$20,21
Combustible	\$6,85
Arriendo área de Producción	\$300,00
<b>Total, Costo de Producción</b>	<b>\$2.868,40</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	
Sueldo personal Administrativo	\$1.937,91
Agua Potable (Oficina)	\$3,08
Energía Eléctrica	\$15,75
Teléfono	\$10,00
Internet(oficina)	\$28,00
Útiles de Oficina	\$4,83
Útiles de Aseo	\$3,21
Permisos de Funcionamiento	\$5,33
Arriendo de Administración	\$150,00
<b>Total, Gastos Administrativos</b>	<b>\$2.158,12</b>
<b>Gastos De Venta</b>	
Combustibles y Lubricantes	\$52,83
Matricula	\$150,00
Útiles de Oficina	\$3,00
Promoción	\$16,67
Publicidad	\$24,00

Arriendo Ventas	\$50,00
<b>Total, Gasto de Venta</b>	<b>\$296,50</b>
<b>Total, Activo Circulante</b>	<b>\$30.970,60</b>
<b>Total, Capital De Trabajo</b>	<b>\$55.712,60</b>

*Nota.* Información tomada de la tabla 77, tabla 81, tabla 92, tabla 102, tabla 109.

#### 7.4.52 *Financiamiento*

Para efectuar la inversión requerida para la creación de la empresa “Toque Secreto”, las fuentes de financiamiento provendrán el 71,28% de capital propio y el 28,72% mediante un crédito bancario en BanEcuador.

**Tabla 111**

Fuentes de Financiamiento

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital propio	\$39.712,60	71,28%
Préstamo Bancario	\$16.000	28,72%
<b>Total</b>	<b>\$55.712,60</b>	<b>100,00%</b>

*Nota.* Información tomada de la tabla del monto total de inversión tabla 110.

**7.4.52.1 Amortización del crédito.** En este punto se desglosan los pagos periódicos del préstamo dado por la entidad financiera BanEcuador con un plazo de 5 años, con una tasa de interés 9,76%.

**Tabla 112**

*Amortización del crédito*

Monto (USD):		\$16.000,00				
Tasa		9,76%				
Plazo(años):		5 años				
Forma de Pago:		Semestral				
Año	Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota	Pago Anual
1	1	\$14.400,00	\$1.600,00	\$780,80	\$2.380,80	\$1.483,52
	2	\$12.800,00	\$1.600,00	\$702,72	\$2.302,72	
2	3	\$11.200,00	\$1.600,00	\$624,64	\$2.224,64	\$1.171,20
	4	\$9.600,00	\$1.600,00	\$546,56	\$2.146,56	
3	5	\$8.000,00	\$1.600,00	\$468,48	\$2.068,48	\$858,88
	6	\$6.400,00	\$1.600,00	\$390,40	\$1.990,40	
4	7	\$4.800,00	\$1.600,00	\$312,32	\$1.912,32	\$546,56
	8	\$3.200,00	\$1.600,00	\$234,24	\$1.834,24	
5	9	\$1.600,00	\$1.600,00	\$156,16	\$1.756,16	\$234,24
	10	\$0,00	\$1.600,00	\$78,08	\$1.678,08	

*Nota.* Información tomada del BanEcuador.

**7.4.52.2 Amortización de activos diferido.** Los Gastos en activos diferidos se distribuyen para los 5 años de vida útil del proyecto, resultado en una amortización de \$ 396,00.

$$\text{Amortización} = \frac{\text{Valor de activos diferidos}}{\text{Años de vida del proyecto}}$$

$$\text{Amortización} = \frac{\$1980,00}{5}$$

**Tabla 113**  
*Amortización de activos Diferidos*

Años	Valor Anual
0	\$1.980,00
1	\$396,00
2	\$396,00
3	\$396,00
4	\$396,00
5	\$396,00

*Nota.* Información tomada de la tabla de activo diferido.

#### **7.4.53 Presupuesto de costos proyectados**

En primer para el desarrollo del presupuesto de costos proyectados, teniendo en cuenta los diversos rubros tal como costo primo, costos indirectos de Fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros. Posteriormente, se considera una tasa de inflación del 1,35%. Sim embargo, debido a la desestabilización del país, se opta por utilizar un valor del 5% para efectuar los cálculos pertinentes para los 5 años de vida del proyecto, los cuales se presentan en la tabla a continuación.

**Tabla 114**  
*Presupuestos de costos*

RUBROS/PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costos Primos</b>					
Materia Prima Directa	\$272.954	\$286.601	\$300.932	\$315.978	\$331.777
Materia Prima Indirecta	\$13.485	\$14.159	\$14.867	\$15.610	\$16.391
Mano de Obra Directa	\$21.332	\$22.399	\$23.519	\$24.695	\$25.930
<b>Total, Costos de producción</b>	<b>\$307.771</b>	<b>\$323.160</b>	<b>\$339.317</b>	<b>\$356.283</b>	<b>\$374.098</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
Material de Embalaje	\$29.746	\$31.234	\$32.795	\$34.435	\$36.157
Agua Potable (Planta)	\$92	\$97	\$102	\$107	\$112
Energía Eléctrica (Planta)	\$270	\$284	\$298	\$313	\$328
Indumentaria de Trabajo	\$80	\$83	\$88	\$92	\$97
Implementos de Producción	\$124	\$130	\$137	\$144	\$151
Mantenimiento de Maquinaria	\$190	\$200	\$209	\$220	\$231
Implementos de Seguridad	\$70	\$74	\$77	\$81	\$85
Útiles de aseo de Producción	\$243	\$255	\$267	\$281	\$295
Combustible	\$82	\$86	\$91	\$95	\$100
Arriendo área de producción	\$3.600	\$3.780	\$3.969	\$4.167	\$4.376
Depreciación maquinaria y equipo	\$499	\$499	\$499	\$499	\$499



Depreciación Muebles y Enseres de Planta	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22
Depreciación de Equipo de Combustión	\$9	\$9	\$9	\$9	\$9
<b>Total, Gastos Indirectos de Fabricación</b>	<b>\$35.027</b>	<b>\$36.752</b>	<b>\$38.563</b>	<b>\$40.465</b>	<b>\$42.461</b>
<b>Total, de costos de Producción</b>	<b>\$342.798</b>	<b>\$359.911</b>	<b>\$377.881</b>	<b>\$396.748</b>	<b>\$416.559</b>
<b>Costo de Operación</b>					
<b>Gastos de Administración</b>					
Sueldo personal Administrativo	\$23.255	\$24.418	\$25.639	\$26.921	\$28.267
Agua Potable (Oficina)	\$37	\$39	\$41	\$43	\$45
Energía Eléctrica	\$189	\$198	\$208	\$219	\$230
Teléfono	\$120	\$126	\$132	\$139	\$146
Internet(oficina)	\$336	\$353	\$370	\$389	\$408
Útiles de Oficina	\$58	\$61	\$64	\$67	\$70
Útiles de Aseo	\$39	\$40	\$42	\$45	\$47
Permisos de Funcionamiento	\$64	\$67	\$71	\$74	\$78
Arriendo de Administración	\$1.800	\$1.890	\$1.985	\$2.084	\$2.188
Depreciaciones Muebles y Enseres de administración	\$75	\$75	\$75	\$75	\$75
Depreciación Equipo de Oficina	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20
Depreciación Equipo de Computo	\$156	\$156	\$156	\$156	\$156
Depreciación de Equipo de Seguridad	\$11	\$11	\$11	\$11	\$11
Amortización Activo Diferido	\$396	\$396	\$396	\$396	\$396
<b>Total, Gastos de Administración</b>	<b>\$26.554</b>	<b>\$27.849</b>	<b>\$29.209</b>	<b>\$30.636</b>	<b>\$32.135</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Combustibles y Lubricantes	\$634	\$666	\$699	\$734	\$771
Matricula	\$150	\$158	\$165	\$174	\$182
Útiles de Oficina	\$36	\$38	\$40	\$42	\$44
Promoción	\$200	\$210	\$221	\$232	\$243
Publicidad	\$288	\$302	\$318	\$333	\$350
Arriendo Ventas	\$600	\$630	\$662	\$695	\$729
Depreciación de Vehiculó	\$2.400	\$2.400	\$2.400	\$2.400	\$2.400
<b>Total, Gastos de Ventas</b>	<b>\$4.308</b>	<b>\$4.403</b>	<b>\$4.504</b>	<b>\$4.609</b>	<b>\$4.719</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses del préstamo	\$1.484	\$1.171	\$859	\$547	\$234
<b>Total, de Gastos Financieros</b>	<b>\$1.484</b>	<b>\$1.171</b>	<b>\$859</b>	<b>\$547</b>	<b>\$234</b>
<b>Total, de Costos Operacionales</b>	<b>\$32.346</b>	<b>\$33.424</b>	<b>\$34.571</b>	<b>\$35.792</b>	<b>\$37.089</b>
<b>Total, Costo de Producción</b>	<b>\$375.144</b>	<b>\$393.335</b>	<b>\$412.452</b>	<b>\$432.540</b>	<b>\$453.648</b>

Nota. Información tomada de la tabla 62, tabla 64, tabla 68, tabla 79, tabla 89, tabla 96.

#### 7.4.54 Costo unitario de Producción

Para el respectivo cálculo del costo unitario de producción, se empleó la siguiente formula:

$$\text{Costo Unitario de Produccion} = \frac{\text{Costo total de produccion}}{\text{numero de unidades producidas anualmente}}$$

**Tabla 115***Costo unitario de Producción*

Años	Costo total operación	unidades producidas	Costo Unitario
1	\$375.143,90	134.676	2,79
2	\$393.335,25	134.676	\$2,92
3	\$412.451,77	134.676	\$3,06
4	\$432.539,74	134.676	\$3,21
5	\$453.647,72	134.676	\$3,37

*Nota.* Información tomada del Presupuestos de Costos

#### **7.4.55 Precio de Venta.**

Al determinar el precio de venta del producto, se basó principalmente en la competencia. En lugar de considerar el margen de utilidad, además nos adaptamos al precio vigente del mercado y al valor que los consumidores están dispuestos a pagar.

**Tabla 116***Precio de venta en base a la competencia*

Años	Costo Unitario	Precio de Venta en base a la competencia
1	\$2,79	\$3,00
2	\$2,92	\$3,25
3	\$3,06	\$3,50
4	\$3,21	\$3,75
5	\$3,37	\$4,00

*Nota.* Información tomada del costo unitario tabla 115.

#### **7.4.56 Ingresos por ventas.**

A fin de calcular los ingresos por ventas respecto al producto se hizo uso de la formula a continuación:

$$\text{Ingresos} = \text{Numero de unidades producidas anualmente} * \text{precio de venta}$$

**Tabla 117***Ingresos por venta*

Años	Precio de venta en base a la competencia	Unidades producidas	Total, ingresos
1	\$3,00	134.676	\$404.028,00
2	\$3,25	134.676	\$437.697,00
3	\$3,50	134.676	\$471.366,00
4	\$3,75	134.676	\$505.035,00
5	\$4,00	134.676	\$538.704,00

*Nota.* Información tomada del precio de venta tabla 116.

#### 7.4.57 Clasificación de costos y gastos

Las categorías de los costos y gastos se establecen considerando los costos de producción, los costos indirectos de fabricación y los costos operación.

#### 7.4.58 Costo Fijo:

se refiere a los desembolsos de dinero que no es tan entrelazados con el proceso productivo. Estos costos deben ser cubiertos independientemente si hay producción o no.

#### 7.4.59 Costo Variable:

Hace referencia los costos que intervienen directamente en el proceso productivo de la longaniza de cerdo.

**Tabla 118**

*Estructura de costos fijos y variables*

Detalle o Rubro	Año 1		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
<b>Costos de Producción</b>				
<b>Costos Primos</b>				
Materia Prima Directa		\$272.953,80		\$331.777,05
Materia Prima Indirecta		\$13.484,71		\$16.390,75
Mano de Obra Directa		\$21.332,46		\$25.929,74
<b>Total, costo Primo</b>		<b>\$307.770,97</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$374.097,54</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>				
Material de Embalaje		\$29.746,25		\$36.156,75
Agua Potable (Planta)		\$92,40		\$112,31
Energía Eléctrica (Planta)		\$270,00		\$328,19
Indumentaria de Trabajo		\$79,50		\$96,63
Implementos de Producción		\$124,00		\$150,72
Mantenimiento de Maquinaria		\$190,00		\$230,95
Implementos de Seguridad	\$70,00		\$85,09	
Útiles de aseo de producción		\$242,50		\$294,76
Combustible		\$82,20		\$99,91
Arriendo área de producción	\$3.600,00		\$4.375,82	
depreciación maquinaria y equipo	\$499,23		\$499,23	
Depreciación Muebles y Enseres de Planta	\$22,05		\$22,05	
Depreciación de Equipo de Combustión	\$9,00		\$9,00	
<b>Total, Gastos Indirectos de Fabricación</b>	<b>\$4.200,28</b>	<b>\$30.826,85</b>	<b>\$4.991,19</b>	<b>\$37.470,23</b>
<b>Total, Costos de Producción</b>	<b>\$4.200,28</b>	<b>\$338.597,82</b>	<b>\$4.991,19</b>	<b>\$411.567,77</b>
<b>Costos de Operación</b>				

<b>Gastos de Administración</b>				
Sueldo personal Administrativo	\$23.254,96		\$28.266,55	
Agua Potable (Oficina)	\$36,96		\$44,93	
Energía Eléctrica	\$189,00		\$229,73	
Teléfono	\$120,00		\$145,86	
Internet(oficina)	\$336,00		\$408,41	
Útiles de Oficina	\$58,00		\$70,50	
Útiles de Aseo	\$38,50		\$46,80	
Permisos de Funcionamiento	\$64,00		\$77,79	
Arriendo de Administración	\$600,00		\$729,30	
Depreciaciones Muebles y Enseres	\$74,70		\$74,70	
Depreciación Equipo de Oficina	\$19,80		\$19,80	
Depreciación Equipo de Computo	\$155,56		\$155,56	
Depreciación de Equipo de Seguridad	\$10,80		\$10,80	
Amortización Activo Diferido	\$396,00		\$396,00	
<b>Total, Gastos de Administración</b>	<b>\$25.354,28</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$30.676,73</b>	<b>\$0,00</b>
<b>Gastos de Ventas</b>				
Combustibles y Lubricantes		\$634,00		\$770,63
Matricula	\$150,00		\$182,33	
Útiles de Oficina	\$36,00		\$43,76	
Promoción	\$200,00		\$243,10	
Publicidad	\$288,00		\$350,07	
Arriendos Ventas	\$600,00		\$729,30	
Depreciación de Vehiculó	\$2.400,00		\$2.400,00	
<b>Total, Gastos de Ventas</b>	<b>\$3.674,00</b>	<b>\$634,00</b>	<b>\$3.948,55</b>	
<b>Gastos Financieros</b>				
Intereses del préstamo	\$1.483,52		\$234,24	
<b>Total, Gastos Financieros</b>	<b>\$1.483,52</b>		<b>\$234,24</b>	
<b>Total, Costos de Operaciones</b>	<b>\$30.511,80</b>	<b>\$634,00</b>	<b>\$34.859,53</b>	<b>\$0,00</b>
<b>Total, Costos de Producción</b>	<b>\$34.712,08</b>	<b>\$339.231,82</b>	<b>\$39.850,71</b>	<b>\$411.567,77</b>
<b>Total, Costo Fijo y Costo Variable</b>	<b>\$373.943,90</b>		<b>\$451.418,48</b>	

*Nota.* Información tomada del costo unitario tabla

#### **7.4.60 Punto de Equilibrio**

Es un punto de equilibrio entre ingresos y egresos, denominado también como punto neutro, ya que en él no se registran ni pérdidas ni ganancias. En base a la información obtenida de la clasificación de costos y gastos, se lleva a cabo el cálculo considerando tres aspectos fundamentales: las unidades, la capacidad y los ingresos.

A continuación, se detalla un desglose de los cálculos correspondientes al primer y quinto año del proyecto:

Determinación del punto de equilibrio en el Año primer.

**Tabla 119***Datos Punto de Equilibrio año 1*

<b>Datos</b>	<b>Año 1</b>
Costos Fijos Totales	\$34.712,08
Costos Variables Totales	\$339.231,82
Ingresos Totales	\$404.028,00
Precio de Venta	\$3,00
Costo Unitario Variable	\$2,52

*Nota.* Información tomada de la tabla 118 de clasificación de costos y gastos.

**a. Punto de equilibrio en función en unidades**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{precio de venta} - \text{Costo variable unitario})}$$

$$PE = \frac{\$34.712,08}{(\$3,00 - \$2,52)}$$

$$PE = \frac{\$34.712,08}{(\$0,48)}$$

$$PE = 72.148 \text{ unidades}$$

**b. Punto de Equilibrio en función a la capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{ingresos totales} - \text{Costo variable})}$$

$$PE = \frac{\$34.712,08}{(\$404.028,00 - \$339.231,82)}$$

$$PE = \frac{\$34.712,08}{(\$64.796,18)}$$

$$PE = 53,57\%$$

**c. Punto de equilibrio en función de los ingresos**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos Totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{\$34.712,08}{1 - \left(\frac{\$339.231,82}{\$404.028,00}\right)}$$

$$PE = \frac{\$34.712,08}{1 - (0,839624532)}$$

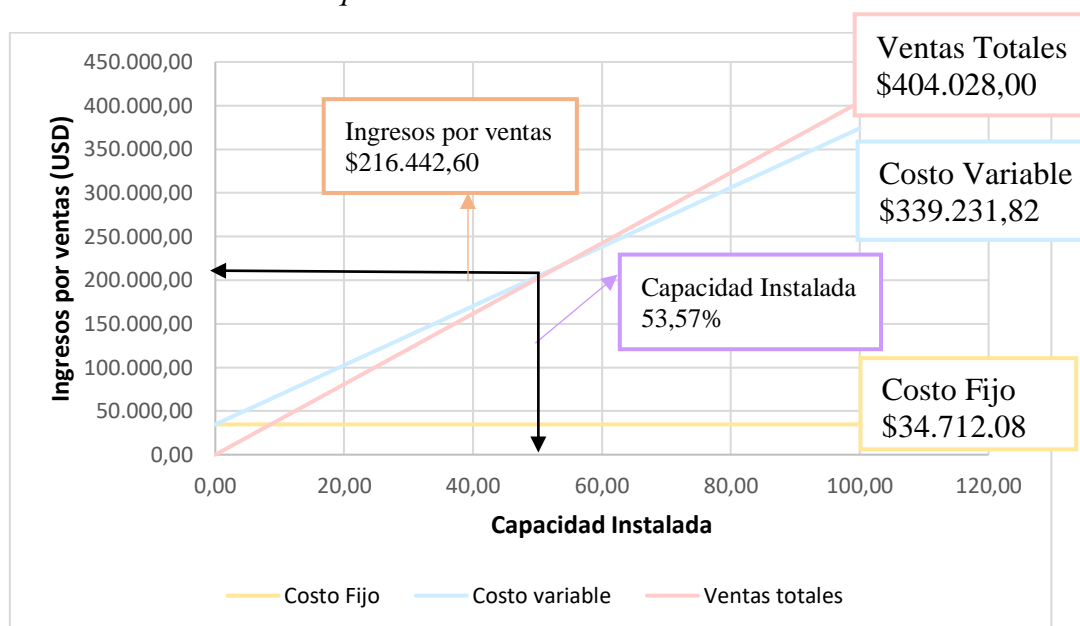
$$PE = \frac{\$34.712,08}{0,160375468}$$

$$PE = \$216.442,60$$

## Gráfico de punto de equilibrio para el primer año

Figura 18

Representación del Punto de Equilibrio del Primer Año



**Nota.** Elaborado por la investigadora.

**Análisis:** Para el primer año, el punto de equilibrio se alcanza con un 53,57% de la capacidad instalada, produciendo 72.148 unidades. Esto resulta en ingresos por ventas de \$216.442,60. En este punto de equilibrio, la empresa va a tener ni pérdidas ni ganancias.

## Determinación del punto de equilibrio en el quinto año

Tabla 120 Datos Punto de Equilibrio año 5

Datos	Año 5
Costos Fijos Totales	\$39.850,71
Costos Variables Totales	\$411.567,77
Ingresos Totales	\$538.704,00
Precio de Venta	\$4,00
Costo Unitario Variable	\$3,37

**Nota.** Información tomada de la tabla 118 de clasificación de costos y gastos.

### a. Punto de equilibrio en función en unidades

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio de venta Unitario} - \text{Costo variable unitario})}$$

$$PE = \frac{39.850,71}{\$4,00 - \$3,37}$$

$$PE = \frac{39.850,71}{\$0,63}$$

$$PE = 63.099 \text{ unidades}$$

**b. Punto de Equilibrio en función a la capacidad**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{ingresos totales} - \text{Costo variable})}$$

$$PE = \frac{39.850,71}{(538.704,00 - 411.567,77)}$$

$$PE = \frac{39.850,71}{(\$127.136,23)}$$

$$PE = 31,34\%$$

**c. Punto de equilibrio en función de los ingresos**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \left(\frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ingresos Totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{39.850,71}{1 - \left(\frac{411.567,77}{538.704,00}\right)}$$

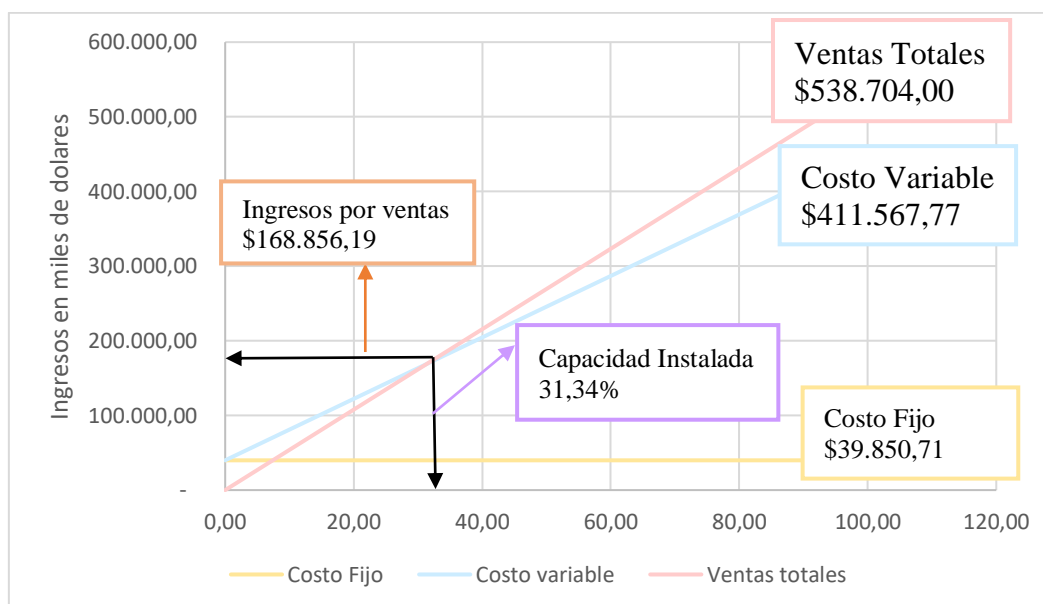
$$PE = \frac{39.850,71}{1 - 0,763996122}$$

$$PE = \$168.856,19$$

**Gráfico de punto de equilibrio para el quinto año**

**Figura 19**

*Representación del Punto de Equilibrio del Quinto Año*



*Nota.* Elaborado por la investigadora.

**Análisis:** Para el quinto año, el punto de equilibrio se alcanza con un 31,34% de la capacidad instalada, produciendo 63.099 unidades. Esto resulta en ingresos por ventas de \$168.856,19. En este punto de equilibrio, la empresa va a tener ni pérdidas ni ganancias.

#### 7.4.61 Estado de Resultados

El propósito principal de elaborar el estado de resultados es brindar un resumen detallado de ingresos y egresos generados durante los primeros cinco años del proyecto. Este informe refleja si la empresa está obteniendo ganancias o incurriendo en pérdidas.

Además, para el cálculo del impuesto a la fracción básica, se considera la siguiente tabla:

**Tabla 121**

*Impuesto a la fracción básica en base a los Ingresos*

Límite Inferior	Límite Superior	Impuesto a la fracción Básica	Tipo Marginal
20.000,00	50.000,00	60,00	1,00%
50.000,00	75.000,00	360,00	1,25%
75.000,00	100.000,00	672,50	1,50%
100.000,00	200.000,00	1.047,50	1,75%
200.000,00	300.000,00	2.797,52	2,00%

Nota. Información obtenida de la Ley Para El Fortalecimiento De La Economía Familiar.

A continuación, se presenta de manera detallada el estado de pérdidas y ganancias

**Tabla 122**

*Estado de Pérdidas y Ganancias*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por concepto de ventas	\$404.028,00	\$437.697,00	\$471.366,00	\$505.035,00	\$538.704,00
<b>Total, Ingresos</b>	<b>\$404.028,00</b>	<b>\$437.697,00</b>	<b>\$471.366,00</b>	<b>\$505.035,00</b>	<b>\$538.704,00</b>
Costos de Producción	\$342.798,10	\$359.911,49	\$377.880,55	\$396.748,07	\$416.558,95
Costos de Operación	\$32.345,80	\$33.423,75	\$34.571,22	\$35.791,67	\$37.088,77
<b>Total, egresos</b>	<b>\$375.143,90</b>	<b>\$393.335,25</b>	<b>\$412.451,77</b>	<b>\$432.539,74</b>	<b>\$453.647,72</b>
(1 - 2) Ganancias Gravables	\$28.884,10	\$44.361,75	\$58.914,23	\$72.495,26	\$85.056,28
(-)15 % Trabajadores	\$4.332,61	\$6.654,26	\$8.837,13	\$10.874,29	\$12.758,44
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$24.551,48</b>	<b>\$37.707,49</b>	<b>\$50.077,09</b>	<b>\$61.620,97</b>	<b>\$72.297,84</b>
(-) Porcentaje de tipo marginal	\$245,51	\$377,07	\$500,77	\$770,26	\$903,72
(-) Impuesto a la fracción Básica	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$360,00	\$360,00
<b>(=) Utilidad antes de Reserva Legal</b>	<b>\$24.245,97</b>	<b>\$37.270,42</b>	<b>\$49.516,32</b>	<b>\$60.490,71</b>	<b>\$71.034,11</b>
(-) 10% de Reservas	\$2.424,60	\$3.727,04	\$4.951,63	\$6.049,07	\$7.103,41



**(=) Utilidad Líquida \$21.821,37 \$33.543,37 \$44.564,69 \$54.441,64 \$63.930,70**

*Nota.* Información tomada de las tablas 115 hasta 117 y tabla 121.

## 7.5 Evaluación Financiera

La evaluación busca determinar si la inversión generará el retorno financiero esperado. Dependiendo de los resultados, se tomará la decisión de llevar a cabo la ejecución del proyecto.

Para ello, se utilizarán varios indicadores financieros, entre los que se incluyen el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC), el Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y el Análisis de Sensibilidad.

### 7.5.1 Flujo de Caja

Representa las entradas y salidas del dinero, es una herramienta básica para iniciar la evaluación financiera. Además, es crucial para evaluar la liquidez y la capacidad de pago de la empresa. A partir de esta información se obtendrá la información para aplicar en los diferentes indicadores:

**Tabla 123**

*Flujo de Caja*

<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>						
Capital Propio	\$39.712,60					
Capital Externo	\$16.000,00					
Ingresos por concepto de ventas		\$404.028,00	\$437.697,00	\$471.366,00	\$505.035,00	\$538.704,00
Valor Residual				\$233,31		\$3.942,66
<b>Total, de entradas de efectivo</b>	<b>\$55.712,60</b>	<b>\$404.028,00</b>	<b>\$437.697,00</b>	<b>\$471.599,31</b>	<b>\$505.035,00</b>	<b>\$542.646,66</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>						
Activo fijo	\$22.762,00					
Activo diferido	\$1.980,00					
Activo circulante	\$30.970,60					
Reinversión del equipo de cómputo					\$709,45	
Costos de Producción		\$342.798,10	\$359.911,49	\$377.880,55	\$396.748,07	\$416.558,95
Costos de Administración		\$26.554,28	\$27.849,15	\$29.208,77	\$30.636,36	\$32.135,34

Costos de Ventas		\$4.308,00	\$4.403,40	\$4.503,57	\$4.608,75	\$4.719,19
Costo Financiero		\$1.483,52	\$1.171,20	\$858,88	\$546,56	\$234,24
Pago del Capital		\$4.644,48	\$4.332,16	\$4.019,84	\$3.707,52	\$3.395,20
Utilidad Trabajadores		\$4.332,61	\$6.654,26	\$8.837,13	\$10.874,29	\$12.758,44
Porcentaje de Tipo Marginal		\$245,51	\$377,07	\$500,77	\$770,26	\$903,72
Impuesto a la fracción Básica		\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$360,00	\$360,00
<b>Total, de salida de Efectivo</b>		<b>\$55.712,60</b>	<b>\$384.426,51</b>	<b>\$404.758,74</b>	<b>\$425.869,52</b>	<b>\$448.961,26</b>
Entradas menos salidas	\$0,00	\$19.601,49	\$32.938,26	\$45.729,79	\$56.073,74	\$71.581,57
Depreciación		\$3.191,14	\$3.191,14	\$3.191,14	\$3.193,24	\$3.193,24
Amortización de activos diferidos		\$396,00	\$396,00	\$396,00	\$396,00	\$396,00
Reserva Legal		\$2.424,60	\$3.727,04	\$4.951,63	\$6.049,07	\$7.103,41
<b>FLUJO DE NETO</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$25.613,23</b>	<b>\$40.252,44</b>	<b>\$54.268,57</b>	<b>\$65.712,05</b>	<b>\$82.274,23</b>

*Nota.* Información tomada de la tabla 80 de presupuestos preformado de costos y gastos, tabla 84 de estructura de costos y gasto.

### 7.5.2 Valor Actual Neto

Con el objetivo de calcular el Valor Actual Neto, consideramos los valores del flujo de caja correspondientes a los cinco años de vida del proyecto. Este cálculo se realiza aplicando el factor de actualización, que en este caso es de 9,76%, el cual es equivalente a la tasa de interés.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el VAN es mayor a uno se acepta la inversión.
- Si el VAN es menor a uno se rechaza la inversión.
- Si el VAN es igual a uno es indiferente para la inversión.

**Tabla 124**  
*Valor Actual Neto*

<b>Valor Actual Neto</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo de Caja</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>Valor Actualizado</b>

0	\$55.712,60	9,76%	
1	\$25.613,23	0,91	\$23.335,67
2	\$40.252,44	0,83	\$33.412,12
3	\$54.268,57	0,76	\$41.040,82
4	\$65.712,05	0,69	\$45.276,06
5	\$82.274,23	0,63	\$51.646,79
<b>Total, Flujos Netos Actualizados</b>			<b>\$194.711,46</b>
<b>(-) Inversión</b>			<b>-\$55.712,60</b>
<b>Valor Actual Neto</b>			<b>\$138.998,86</b>

Nota. Información tomada del flujo de caja tabla 123.

**Análisis:** Luego de realizar los cálculos para este presente proyecto, se obtiene un VAN total de \$138.998,86. Dado que este VAN es positivo mayor que uno, esto indica que se acepta el proyecto. Por lo tanto, se puede tomar la decisión de proceder con la ejecución del proyecto.

### 7.5.3 Tasa Interna de Retorno

Es la tasa interna de retorno que generara el proyecto, es decir el porcentaje de beneficio o perdida que tendrá y funciona como herramienta complementaria al VAN.

Mediante el método de tanteo se busca la tasa de descuento mayor y menor, e base a estas tasas actualizar el valore de flujo neto

Los criterios que se deben considerar para la aceptación de la TIR son los siguientes:

- TIR > a la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto
- TIR = a la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- TIR < a la tasa mínima de rendimiento exigida, debe rechazarse el proyecto.

**Tabla 125**

*Tasa Interna de Retorno*

<b>Tasa Interna de Retorno</b>					
<b>Años</b>	<b>Flujo de Caja</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>VAN Menor</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>VAN Mayor</b>
0		67%		68%	
1	\$25.613,23	0,598802	\$15.337,26	0,595238	\$15.245,97
2	\$40.252,44	0,358564	\$14.433,09	0,354308	\$14.261,78
3	\$54.268,57	0,214709	\$11.651,96	0,210898	\$11.445,12
4	\$65.712,05	0,128568	\$8.448,49	0,125534	\$8.249,13
5	\$82.274,23	0,076987	\$6.334,05	0,074723	\$6.147,77
<b>TOTAL</b>			<b>\$56.204,85</b>		<b>\$55.349,76</b>
<b>(-) INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>-\$55.712,60</b>		<b>-\$55.712,60</b>
<b>TIR</b>			<b>\$492,25</b>		<b>-\$362,84</b>

Nota. Información tomada del flujo de caja tabla 123.

A continuación, se presenta el cálculo de la TIR en base a los valores

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{Diferencia de Tasa} * \left( \frac{\text{Van menor}}{\text{Van menor} - \text{van mayor}} \right)$$

$$\text{TIR} = 67 + 1,00 * \left( \frac{492,55}{(\$492,55) - (-\$362,84)} \right)$$

$$\text{TIR} = 67 + 1,00 * \left( \frac{492,55}{\$855,09} \right)$$

$$\text{TIR} = 67 + 1,00 * (0,58)$$

$$\text{TIR} = 67,58\%$$

**Análisis:** La TIR del proyecto es de 67,58%. Esto indica un rendimiento alto del capital a lo largo de la vida del proyecto. En consecuencia, se puede concluir que la inversión en el proyecto es factible

#### 7.5.4 Relación Beneficio costo (RBC)

La relación beneficio es el indicador que permite determinar el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto

Los criterios de decisión de relación beneficio costo son:

- RBC < 1, el proyecto no rentable
- RCB = 1, Se deja al criterio del inversionista
- RCB > 1, el proyecto es rentable

**Tabla 126** Relación Beneficio-costo

Años	Costo Original	Factor Actualización	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor Actualizado	Ingreso Actualizado
0		<b>9,76%</b>			<b>9,76%</b>	
1	\$375.143,90	0,91108	\$341.785,63	\$404.028,00	0,91108	\$368.101,31
2	\$393.335,25	0,83006	\$326.493,60	\$437.697,00	0,83006	\$363.316,71
3	\$412.451,77	0,75625	\$311.918,32	\$471.366,00	0,75625	\$356.472,44
4	\$432.539,74	0,68901	\$298.022,89	\$505.035,00	0,68901	\$347.972,63
5	\$453.647,72	0,62774	\$284.772,63	\$538.704,00	0,62774	\$338.165,82
<b>Total</b>			<b>\$1.562.993,05</b>			<b>\$1.774.028,91</b>

Nota. Información tomada del costo unitario tabla 115 y ingresos por ventas tabla 117.

Para calcular la RBC, se emplea la siguiente formula.

$$\text{RBC} = \left( \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} \right)$$

$$RBC = \left( \frac{\$1.774.028,91}{\$1.562.993,05} \right)$$

$$RBC = 1,14$$

**Análisis:** De acuerdo con el resultado obtenido, la Relación Beneficio Costo (RBC) es mayor a 1. Esto indica que el proyecto es rentable. En otras palabras, por cada dólar invertido se obtendrá 0,14 centavos.

### 7.5.5 *Periodo de Recuperación de Capital*

El Periodo de Recuperación de Capital (PRC) representa el tiempo que la empresa necesita para recuperar la inversión inicial. Este se determina a través de los valores del flujo de caja y la inversión.

**Tabla 127**

*Periodo de Recuperación*

Años	Flujo de Caja Actualizado	Sumatoria de Flujo Neto
0	\$55.712,60	
1	\$23.335,67	\$23.335,67
2	\$33.412,12	\$56.747,79
3	\$41.040,82	\$97.788,61
4	\$45.276,06	\$143.064,67
5	\$51.646,79	\$194.711,46
<b>Total</b>	<b>\$194.711,46</b>	

*Nota.* Información tomada del flujo de caja tabla 123.

$$PRC = \text{Año Que Supera Inversión} + \left( \frac{\text{Inversión} - \text{Sumatoria Flujo Que Supera Inversión}}{\text{Flujo Neto Que Supera La Inversión}} \right)$$

$$PRC = 3 + \left( \frac{\$55.712,60 - \$97.788,61}{\$41.040,82} \right)$$

$$PRC = 3 + \left( \frac{\$55.712,60 - \$97.788,61}{\$41.040,82} \right)$$

$$PRC = 3 + \left( \frac{-\$42.076,01}{\$41.040,82} \right)$$

$$PRC = 3 + (-1,025)$$

$$PRC = 1,97$$

- El valor de 1,97 indica que la inversión inicial del proyecto se recupera en el transcurso de un año.
- El valor de 0,97 se multiplica por los 12 meses del año, lo que resulta en 11, 64. Esto significa que se recupera la inversión en 11 meses
- Finalmente, el 0,64 restante se lo multiplica por 30 días, dando como resultado 19 días

**Análisis:** Según los cálculos, se estima que la inversión se recupera en un periodo de 1,97 años, esto significa que se necesitará próximamente 1 año 11 meses y 19 días

#### **7.5.6 Análisis Sensibilidad**

En el proyecto es importante efectuar el análisis de sensibilidad ya que es un indicador que mide la resistencia del proyecto ante las situaciones que comúnmente se dan dentro de la economía como la disminución de los ingresos e incremento de los costos.

Los criterios de decisión respecto al análisis de sensibilidad son:

- Sensibilidad  $< 1$ , el proyecto sensible a cambios
- Sensibilidad  $= 1$ , No hay ningún efecto sobre el proyecto
- Sensibilidad  $> 1$ , el proyecto no sensible a cambios

### 7.5.6.1 Análisis de Sensibilidad con el incremento de costos

**Tabla 128**

*Análisis de sensibilidad en el incremento de costos en 5,30%*

Años	Costo Original	Incremento Costos	Ingreso Original	Flujo de Caja	Facto Actualización (Tasa menor)	Valor Actualizado	Factor Actualizado (Tasa Mayor)	Valor Actualizado
<b>0</b>		5,30%			40%	-\$55.712,60	41%	-\$55.712,60
<b>1</b>	\$375.143,90	\$395.026,53	\$404.028,00	\$9.001,47	0,71	\$6.429,62	0,71	\$6.384,02
<b>2</b>	\$393.335,25	\$414.182,01	\$437.697,00	\$23.514,99	0,51	\$11.997,44	0,50	\$11.827,87
<b>3</b>	\$412.451,77	\$434.311,71	\$471.366,00	\$37.054,29	0,36	\$13.503,75	0,36	\$13.218,47
<b>4</b>	\$432.539,74	\$455.464,34	\$505.035,00	\$49.570,66	0,26	\$12.903,65	0,25	\$12.541,46
<b>5</b>	\$453.647,72	\$477.691,05	\$538.704,00	\$61.012,95	0,19	\$11.344,41	0,18	\$10.947,79
					<b>VAN</b>	<b>\$466,26</b>	<b>VAN</b>	<b>\$-792,99</b>

*Nota.* Información tomada de la relación Beneficio-Costo, tabla 126.

Para realizar el análisis de sensibilidad en relación al incremento en costos, se efectúa el siguiente procedimiento:

#### **Nueva TIR**

$$\text{NTIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencias de tasas} * \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 40 + 1,00 * \left( \frac{466,26}{(466,26) - (-792,99)} \right)$$

$$\text{NTIR} = 40 + 1,00 * \left( \frac{466,26}{1259,26} \right)$$

$$\text{NTIR} = 40 + 1,00 * 0,37$$

$$\text{NTIR} = 40 + 0,37$$

$$\text{NTIR} = 40,37$$

#### **Diferencia de Tasa**

$$\text{Diferencia de Tasa} = \text{TIR del proyecto} - \text{NTIR}$$

$$\text{Diferencia de Tasa} = 67,58 - 40,37$$

$$\text{Diferencia de Tasa} = 27,21$$

#### **Porcentaje de Variación**

$$\% \text{ Variación} = \frac{27,21}{67,58}$$

$$\% \text{ Variación} = 0,402592$$

#### **Análisis de Sensibilidad**

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{NTIR}}$$

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{0,4026}{40,37}$$

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = 0,997248$$

#### **Análisis:**

En base a los valores obtenidos en relación al incremento de costos se determinó que el presente proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de Longaniza no es sensible debido a que soporta hasta un 5,30% de incremento de costo.



### 7.5.6.2 Análisis de sensibilidad con Disminución en Ingresos

**Tabla 129**

*Análisis de Sensibilidad con Disminución en Ingresos en 4,73%*

<b>Años</b>	<b>Costo Original</b>	<b>Incremento Ingreso Original</b>	<b>Disminución Ingresos</b>	<b>Flujo de Caja</b>	<b>Facto Actualización (Tasa menor)</b>	<b>Valor Actualizado</b>	<b>Factor Actualizado (Tasa Mayor)</b>	<b>Valor Actualizado</b>
<b>0</b>			4,73%	-\$55.712,60	40%	-\$55.712,60	41%	-\$55.712,60
<b>1</b>	\$375.143,90	\$404.028,00	\$384.917,48	\$9.773,57	0,714286	\$6.981,12	0,709220	\$6.931,61
<b>2</b>	\$393.335,25	\$437.697,00	\$416.993,93	\$23.658,69	0,510204	\$12.070,76	0,502993	\$11.900,15
<b>3</b>	\$412.451,77	\$471.366,00	\$449.070,39	\$36.618,62	0,364431	\$13.344,98	0,356732	\$13.063,05
<b>4</b>	\$432.539,74	\$505.035,00	\$481.146,84	\$48.607,11	0,260308	\$12.652,83	0,253002	\$12.297,68
<b>5</b>	\$453.647,72	\$538.704,00	\$513.223,30	\$59.575,58	0,185934	\$11.077,15	0,179434	\$10.689,88
					<b>VAN</b>	<b>\$414,24</b>	<b>VAN</b>	<b>-\$830,23</b>

Nota. Información tomada de la relación Beneficio-Costo, tabla 126.

Para realizar el análisis de sensibilidad en relación a la disminución de Ingresos, se efectúa el siguiente procedimiento:

### Nueva TIR

$$NTIR = \text{Tasa menor} + \text{diferencias de tasas} * \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{Van mayor}} \right)$$

$$NTIR = 40 + 1,00 * \left( \frac{414,24}{(414,24) - (-830,23)} \right)$$

$$NTIR = 40 + 1,00 * \left( \frac{414,24}{1.244,47} \right)$$

$$NTIR = 40 + 1,00 * 0,33$$

$$NTIR = 40 + 0,33$$

$$NTIR = 40,33$$

### Diferencia de Tasa

$$\text{Diferencia de Tasa} = \text{TIR del proyecto} - \text{NTIR}$$

$$\text{Diferencia de Tasa} = 67,58 - 40,33$$

$$\text{Diferencia de Tasa} = 27,24$$

### Porcentaje de Variación

$$\% \text{ Variación} = \frac{27,24}{67,58}$$

$$\% \text{ Variación} = 0,403145$$

$$\% \text{ Variación} = 40,31$$

### Análisis de Sensibilidad

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variacion}}{NTIR}$$

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{40,31}{40,33}$$

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = 0,999545$$

**Análisis:**

Una vez concluido el análisis de sensibilidad, relacionado en la disminución de los ingresos, se ha establecido que el actual proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de longaniza no es sensible debido a que puede soportar un incremento del 4,73%.

## 8. Conclusiones

Tras la culminación del presente estudio de investigación, se llegó a las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja, se determinó que existe una demanda potencial de 53.393 hogares que consumen embutidos. De estos, la demanda real es de 43.761 hogares que consumen longaniza de cerdo. Si se implementara la empresa, se estima una demanda efectiva de 42.917 hogares que adquirirán el producto, lo que representa una demanda efectiva en producto de 1.115.830 libras, con un consumo promedio anual de 26 libras de longaniza por hogar durante el primer año de vida útil del proyecto. Además, con una estimación de la oferta de 662.475 libras anuales. Sin embargo, existe una demanda insatisfecha de 453.355 libras que no está siendo cubierta por los proveedores existentes.
- Según el estudio técnico, se estableció que la empresa cuenta con una capacidad instalada de 1.506.720 libras, operando las 24 horas del día. No obstante, para este proyecto, se ha estimado una capacidad utilizada de 134.676 libras anuales. Esto implica que, durante el primer año de operaciones, se espera alcanzar una participación de mercado del 30%.
- En el estudio financiero se calculó que se necesita realizar una inversión de \$55.712,60, el cual se financiera con dos fuentes por medio de capital propio con un 71,28% y el 28,72% financiador por el BanEcuador con un 9,76% de tasa de interés.
- En la evaluación financiera se obtuvo los siguientes resultados: el Valor Actual Neto es de \$138.998,86. La Tasa Interna de Retorno es de 67,58%. En cuanto a la Relación beneficio-Costo por cada dólar invertido, se obtendrá 0,14 centavos. El Periodo de Recuperación de Capital indica que la inversión se recupera en un 1 año 11 meses y 19 días. Finalmente, el análisis de sensibilidad respecto al incremento en costos se determinó que soporta un aumento del 5,30%, y una disminución en los ingresos del 4,73%.

## **9. Recomendación**

- Recomendaría que, debido a la existencia de una demanda insatisfecha significativa de longaniza, sería beneficioso considerar la puesta en marcha de la empresa propuesta para satisfacer la demanda no cubierta.
- Además, se aconseja no descartar la posibilidad de llevar a cabo estudios técnicos con el objetivo de mejorar la capacidad de producción, sería aconsejable considerar estrategias que permitan incrementar el uso de dicha capacidad y lograr una mayor participación en el mercado, por lo tanto, se recomienda trabajar en la diversificación de la línea de productos, expandirse a nuevos mercados.
- Al momento de tomar la decisión de invertir, se aconseja asegurarse que el rendimiento esperado de la inversión brinde la rentabilidad necesaria para poder cumplir con todas las obligaciones de la empresa. Se recomienda a las instituciones financieras apoyar estas iniciativas con créditos con tasas bajas de interés, y con la puesta en marcha de nuevas empresas aportan en el crecimiento social y económico de la ciudad de Loja.
- Se recomienda estar en una constante revisión de los indicadores financieros y gestionar de forma eficiente los costos e ingresos de la empresa, para lograr la recuperación del capital en el tiempo establecido.

## 10. Referencias Bibliográficas

- ACNUR. (2022). *Análisis de la situación local. Situación de las personas refugiadas y otras en movilidad humana en Ecuador, Loja*. Loja: R4V. <https://shre.ink/2983>
- Alcántara, P., Calderón, M., y López, C. (2024). Aplicación del Design Thinking en el emprendimiento. Diseño y mejora de alimentos bajo un enfoque sustentable. *ciencias Administrativas. Teoría Y Praxis*, 20(1), 14-34. <https://acortar.link/V91OwJ>
- Alcaraz, R. (2011). *El Emprendedor de Exito*. McGraw-Hill Companies, Inc. <https://acortar.link/x8Fwp>
- Altamirano, D., Arteaga, R., Arteaga, R., y Zambrano, C. (2020). Características sensoriales de un embutido ahumado a partir de diferentes formulaciones. 6(4). <https://acortar.link/ZOFboL>
- Andrade, C., Parada, J., y Yulán, V. (2010). proyecto de produccion y comercializacion de refrito en conserva. Guayaquil: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA. <https://bit.ly/3Z4rNmg>
- (s.f.). *Aplicación del Design Thinking en el emprendimiento. Diseño y mejora de alimentos bajo un enfoque sustentable\**.
- ASPE . (2022). Beneficios Nutricionales de la Carne. ASPE. <https://acortar.link/elEfaw>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Bazan, E. (2008). Nitritos Y Nitratos: Su uso, control y alternativas en embutidos carnicos. *NACAMEH*, 161.
- Briones Mera, L. (2014). “Plan de negocio para la instalación de una planta procesadora y comercializadora de longanizas en la parroquia San Camilo, cantón Quevedo.

Universidad Tecnica Estatal de Quevedo. Facultad de Ciencias Empresariales.

<https://bit.ly/3r7ywz7>

Bustacara, A., y Joya, F. (2007). Elaboración de tr ación de tres productos cárnicos: choriz os cárnicos: chorizo, longaniza y o, longaniza y. *Elaboración de tr ación de tres productos cárnicos: choriz os cárnicos: chorizo, longaniza y o, longaniza y*. Bogota: Universidad de La Salle, Bogotá. rom <https://ciencia.lasalle.edu.co/>

Camerati, P., y Garcés, R. (2017). Determinación histológica y planimétrica de la composición. *REDVET-Revista electrónica de Veterinaria -*, 18(8).  
<https://acortar.link/6CgHYk>

Centro Ecuatoriano de Eficiencia de Recursos. (2022). *Guia de Fabricacion de Embutidos*. ASOBANCA. <http://bit.ly/44rfaCx>

Chiavenato, I. (2009). . *Administración de recursos humanos. Novena ed. Bogotá: McGraeHill*. Bogotá. <https://bit.ly/3Pz88Ys>

Ciribeli, J., y Miquelito, S. (2015). La Segmentacion del Mercado por el Criterio Psicografico: Un ensayo teorico sobre los principales enfoques psicograficos y su relacion con los criterios de comportamiento. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 19(1), 33-50. <https://acortar.link/MmEFLM>

Coral, T. (2013). Modelo de Negocio para "Produccion y comercializacion de Productos Embutidos y Ahumados Doña Feli, en la Ciudad de Esmeralda.[ Tesis Pregrado]. Pontificia Universidad Catolica del Ecuador.

Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.  
<https://bit.ly/3Z5LKJc>

Corporacion Favorita. (2024). Llapingachos con chorizo. *Revista Maxi Online*.

Corporacion Financiera Nacional. (2018). *Fabricacion de Productos Cárnicos*.  
<https://acortar.link/vZ2zFi>

- Corporacion Financiera Nacional. (2019). *Ficha Sectorial: Fabricacion de Productos Carnico\_Embutidos*. <https://acortar.link/4rskmJ>
- EL UNIVERSO. (21 de marzo de 2023). Consumo de carne de cerdo desplaza del segundo lugar a la de res en las preferencias de los ecuatorianos. EL UNIVERSO. <https://acortar.link/G0b0x0>
- Gerhardt, H. (1975). *ESPECIES Y CONDIMENTOS*. . Zaragoza España: Acribia.
- Gianelli María Pía, V. S. (2012). Volatile Compounds Present in Traditional Meat Products. *BRAZILIAN ARCHIVES OF*, Vol.55(n.4), pp.603-612,.
- Goyburo, E., y German, M. (30 de 08 de 2018). Análisis gastronómico de la longaniza artesanal típica del cantón Mocache provincia de. Guayaquil : UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/36099>
- INEC. (2022). *Encuesta de Superficie y Produccion Agropecuaria Continua (ESPAC)*. <https://acortar.link/Hn1q3J>
- INEC. (2023). *IPC - Canastas 2023*. INEC. <https://shre.ink/256l>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (17 de diciembre de 2014). *RTE INEN 022 “Rotulado de Productos Alimenticios Rotulados, Envasados Y Empaquetados”*. <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/reglamentos/RTE-022-2R.pdf>
- Jimenez Francisco, J. C. (1989). Principios básicos de elaboración de embutidos. *Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Servicio de Extensión Agraria*. (num.4).
- Lago, T., Pimenta, C., Nogueira, I., Correa, A., y SOusa, M. (2016). Residuos de Tilapia como materia prima para producción de salchichas: rendimiento y costo. *Scielo*, 34-39. <https://bit.ly/3sLC22o>
- Lita, C. (2023). Efecto de la adición de zumo de naranja agria sobre las características físico, químicas, organolépticas y capacidad antioxidante de la longaniza. <https://acortar.link/O3ZIdL>



- López Viviana, M. J. (2019). EVALUACIÓN DE LOS FACTORES QUE AFECTAN LA CALIDAD. Calceta: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ. <https://bit.ly/44RIQdH>
- Malhotra, N. (2008). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. México: PEARSON EDUCACIÓN. <https://bit.ly/45WWUIF>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (2013). *Estudio de Cadena Pecuarias de Ecuador*. <https://acortar.link/sLuusr>
- Morales, J., y Morales, A. (2009). *Proyectos de inversión Evaluación y Formulación*. The McGraw-Hill. <https://bit.ly/461xjZ6>
- Moreno, N., Sánchez, L., y Velosa, J. (2016). *Introducción a la gerencia de proyectos: conceptos y aplicación*. EAEN.
- Organización Internacional de Normalización. (2023). Carne y sus derivados. Embutidos. Generalidades. <https://acortar.link/1kZ1Ff>
- Pasaca Mora, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* ((Segunda ed.) ed.). Loja: GRAFICPLUS.
- Pasaca Mora, M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.
- Pesca, M. d. (2020). *Resultados Encuesta Tendencias de Consumo Funcionarios Públicos Primer Semestre 2020*. <https://bit.ly/40X3Rlp>
- Plazas, H. (2017). *Diseño de Procesos*. Fondo editorial Areandino. <https://acortar.link/h99MQc>
- Prieto, M. M. (2008). Concepto de calidad en la industria Agroalimentaria. *Interciencia*, 33(4), 258-264. <https://bit.ly/45TXSzl>
- Reyes Ramos, O. (2013). *Nuevas Tendencias en el negocio electrónico*. Palibrio. <https://bit.ly/452jada>

- Riofrio, M., Viñañ, J., y Aguilar, J. (2017). *Planeación Financiera y Presupuestaria*. ESPOCH.
- Rivadeneira, R. e. (2017). Estudio de mercado de la Industria Cárnica en Manabí, Ecuador. *Revista de Producción Animal*, 25-31.
- Rodríguez Jhoanna. (2018). Utilización de papa Kiwicha (*amaranthus caudatus*) y carne de llama. *Utilización de papa Kiwicha (amaranthus caudatus) y carne de llama*. Lima, Perú:: UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA.  
<https://bit.ly/3Z3cObT>
- Rodríguez, D., Erazo, J., y Narváez, C. (2019). Técnicas cuantitativas de investigación de mercados aplicadas al consumo de carne en la generación millennial de la ciudad de Cuenca (Ecuador). *Revista Espacios*, 40 (32), 20.
- Sainz, R. (1974). *Chacinería Práctica. B*. Barcelona – España.: Sintés, S.A.
- Superintendencia de Compañías y Valores. (2024). *Ley de Compañías*.  
<https://acortar.link/RKLgdU>
- Tovar, A. (2003). *Guía de proceso para la elaboración de productos cárnicos*. Bogota: Convenio Andres Bello.
- Trading Economics. (2024). Ecuador-Tasa de inflación. <https://acortar.link/uhdeEc>
- Vélez, M. (2019). Porcentaje óptimo de propóleos como agente bioconservante en la. Calceta, Manabí:: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ. <https://bit.ly/3R5MgVN>
- Vidal, J. (2009). TECNOLOGÍA DE LOS EMBUTIDOS CURADOS. *CYTA - Journal of Food*, Vol.1(num.5), 129-133. <https://bit.ly/44sWtys>
- Viñán Villagrán, J., y Puente Riofrio, M. I. (2018). *Proyectos de inversión: Un enfoque práctico*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Vitela, R., Verónica, N., Angelica, V., y María, R. (2011). Prevalencia de Salmonella y Staphylococcus aureus en chorizo y longaniza. *Dialnet*, Vol 5(num 1), 96-107.

<https://bit.ly/45VcPRG>

Viuda, M. (2023). Productos cárnicos crudo-curados. *Nacameh*, 17(1), 13-27.

<https://acortar.link/qli3bD>

## 11. Anexos

### Anexo 1 Encuesta Demandantes



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Como estudiante, solicito muy comedidamente responder las siguientes preguntas ya que es un requerimiento para obtener mi título de licenciado en Administración de Empresas, que tiene como objetivo conocer el interés que tienen los consumidores en comprar longaniza empacada al vacío en la ciudad de Loja. Por favor conteste con toda sinceridad.

**1. ¿Usted consume embutidos? (demanda potencial)**

- Si
- No

Si su respuesta es negativa, se le agradece por el tiempo, puede finalizar la encuesta.

**2. Usted consume longaniza a base de carne de cerdo**

- Si

- No

**3. ¿Cuál es la cantidad de longaniza de cerdo que usted adquiere mensualmente?**

	Alternativas	
	225 gr (½ libra)	450 gr (1 lb)
De 1 a 3 unidades		
De 4 a 6 unidades		
De 7 a más unidades		

**Nota.** Para calcular el consumo promedio mensual, anual

**4. ¿De cuántos gramos usted adquiere la longaniza y a qué precio?**

Precios	Cantidad	
	225 gr (½ libra)	450 gr (1 lb)
Entre \$ 1,50 y \$ 2,00		
Entre \$ 2,01 y \$ 2,50		
Entre \$ 2,51 y \$ 3,00		
Entre \$ 3,01 y \$ 3,50		
Entre \$ 3,51 y \$ 4,00		
Entre \$ 4,01 y \$ 4,50		
Entre \$ 4,51 y \$ 5,00		

**Nota.** Para calcular el precio promedio

**5. ¿Normalmente en que lugares adquiere longaniza de cerdo?**

- Tiendas
- Micro mercados
- Supermercado
- Frigoríficos
- Puestos de mercados locales

**6. ¿Qué factores influyen al momento de realizar la compra de longaniza de cerdo?**

- Precio
- Calidad
- Marca
- Empaque
- Sabor

**7. De las siguientes marcas de longaniza, ¿Cuál es la de su preferencia?**

- IMPETU (Empresa Publica)
- Italiana
- Cafrilosa
- Zerimar
- Supermaxi
- El pozo alimentación ( Importadas)

**Otras:**

- Tienda de Carnes Würstchen
- Mercado pequeño productor

- Mercado del Centro Comercial
- Mercado San Sebastián
- Mercado Gran Colombia
- Mercado Tebaida
- Mercados de la Ciudad de Loja
- Familiares
- Artesanales
- Piggí's
- Gran Aki

**8. ¿Cuándo adquiere la longaniza de cerdo usted ha recibido alguna promoción?**

- Descuentos en compras
- Cupones para futuras compras
- Participación en sorteos
- Degustaciones gratuitas en tiendas
- Ninguna

**9. Porque medios de comunicación usted conoció sobre la venta de longaniza**

**9.1 Porque medios digitales de comunicación usted conoció sobre la venta de longaniza**

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Tik Tok
- Ninguna

**9.2 Porque medios tradicionales de comunicación usted conoció sobre la venta de longaniza**

- Radio
- Televisión
- Boca a Boca
- Hojas Volantes

**10. En caso de implementar una empresa productora y comercializadora de longaniza de cerdo en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?**

- Si
- No

**11. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la longaniza de cerdo?**

- Envases de cartón
- Envase de plástico
- Empacado al vacío

**12. ¿Qué tipo de promoción preferiría al comprar el producto?**

- Descuentos en compras
- Cupones para futuras compras
- Participación en sorteos
- Degustaciones gratuitas en tiendas
- Ninguna

**13. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre la venta de longaniza de cerdo?**

**13.1 ¿A través de qué medios digitales le gustaría conocer sobre la venta de longaniza de cerdo?**

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Tik Tok

**13.2 ¿A través de qué medios tradicionales le gustaría conocer sobre la venta de longaniza de cerdo?**

- Radio
- Televisión
- Boca a Boca
- Hojas Volantes

**Anexo 2 Entrevista dirigida a los oferentes**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

1. ¿En su empresa vende longaniza de cerdo o también conocida como chorizo tradicional?
2. ¿Cuál es la cantidad promedio de longaniza de cerdo que usted vende en u local?
3. ¿De cuántos gramos usted vende la longaniza y a qué precio?
4. ¿En qué presentación vende la longaniza de cerdo?
5. ¿Qué tipo de promociones ofrece en su negocio?
6. ¿Quiénes son sus clientes?
7. ¿Cuáles son sus principales proveedores de longaniza?

8. ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de longaniza en la ciudad de Loja, usted estaría dispuesto a adquirir el producto para comercializarlo?

**Anexo 3 Certificado de Traducción**

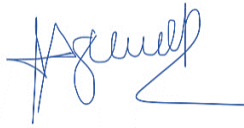
Loja, 23 de febrero de 2024

Juan Carlos Agurto Rivera  
CERTIFICADO GRADE B2 – CAMBRIDGE ENGLISH LANGUAGE ASSESSMENT

CERTIFICO

Haber realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado “**Proyecto de Factibilidad para la Producción Y Comercialización de Longaniza en la Ciudad de Loja**”, de autoría de la señorita estudiante Paola Silvana Valverde Vásquez con cédula 1150761771

Se autoriza al interesado hacer uso del presente documento para los trámites que considere conveniente.



.....  
Juan Carlos Agurto