



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja.

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas.

AUTORA:

Diana Maribel Herrera Ordoñez

DIRECTOR:

Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz MAE.

LOJA-ECUADOR

2024

Certificación

Loja, 01 de febrero del 2024

Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz MAE.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración de Trabajo de Integración Curricular denominado: **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, de la autoría de la estudiante **Diana Maribel Herrera Ordoñez**, con cédula de identidad Nro. **1105248445**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz MAE.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Diana Maribel Herrera Ordoñez**, 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 o acciones legales, por el contenido de la mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional-Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105248445

Fecha: 01 de febrero del 2024

Correo electrónico: diana.m.herrera@unl.edu.ec

Celular: 0992800388

Carta de autorización por parte de la autora para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Diana Maribel Herrera Ordoñez**, declaro ser la autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Estudio de factibilidad para la implementación de la empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja**, como requisito para optar por el título de **Licenciada en Administración de Empresas**; autorizo al 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 de la siguiente manera en Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en 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 treinta y un días del mes de enero del dos mil veinticuatro.

Firma:

Autora: Diana Maribel Herrera Ordoñez

Cédula: 1105248445

Dirección: Loja

Correo electrónico: diana.m.herrera@unl.edu.ec

Teléfono: 0992800388

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz MAE.

Dedicatoria

Con gran esfuerzo, el presente trabajo de titulación se lo dedico primeramente a Dios por darme la sabiduría, la fortaleza y salud, para poder cumplir con esta grande ilusión de mi vida. En ocasiones sentía que no podía más, pero cuento con una familia hermosa quienes han sido mi más grande apoyo que me impulsan a seguir adelante, es por ello que quiero agradecer infinitamente a mi esposo Luis Chuquimarca por estar dispuesto a escucharme, enseñarme y sobre todo a estar presente en mis momentos más vulnerables e importantes, quiero agradecer a una personita muy especial que se ha convertido en mi más grande inspiración, mi hijo Dylan Chuquimarca quien llegó a mi vida para llenarla de felicidad y esperanza.

Quiero expresar mi gratitud a Dios que me ha dado la fuerza y la valentía para despertar día a día durante todo este trayecto, mismo que me ha permitido conocer a personas maravillosas con quienes pude compartir momentos increíbles llenos de sonrisas, aunque también hubo ciertos momentos complicados que con su aliento y apoyo pude mantenerme firme para culminar con esta meta.

Finalmente, quiero dedicarle este triunfo a mi linda madre Laura Ordoñez, quien desde pequeña me inculco valores enseñándome a luchar por lo que me propongo, siendo mi pilar fundamental, agradecerle eternamente por nunca dejarme sola, por nunca soltar mi mano, por convertirse en padre y madre a la vez y este triunfo no solo es mío es de las dos, juntas lo hicimos posible. A mi padre Alonso Herrera que desde el cielo me acompaña y está presente en mi corazón, a mis hermanos gracias por estar presentes durante estos cuatro años y brindarme su apoyo.

Gracias por estar siempre para mí y por ser un soporte en esta etapa universitaria, estoy eternamente agradecida por su inmenso apoyo incondicional.

Diana Maribel Herrera Ordoñez

Agradecimiento

Primeramente, quiero agradecer a Dios por darme salud y vida, expreso mi agradecimiento a la prestigiosa Universidad Nacional de Loja quien me abrió sus puertas y me dio una oportunidad de superación en el ámbito profesional, a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas quienes me impartieron sus conocimientos los cuales son reflejados hoy en día en mi trabajo de integración curricular.

De manera especial agradezco al Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz MAE., mediante sus conocimientos, paciencia y en calidad de director de mi Trabajo de Integración Curricular me brindo su tiempo, dedicación, compromiso para guiarme de la mejor manera en la culminación de mi tesis.

Finalmente agradezco a todas las personas de la ciudad de Loja, que me colaboraron con la información necesaria para llevar a cabo este proyecto con la finalidad de lograr mi objetivo de graduarme.

Diana Maribel Herrera Ordoñez

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras.....	xii
Índice de anexos.....	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1. Marco referencial.....	6
4.2. Marco conceptual	7
4.2.1. Empresa.....	7
4.2.2. Proyecto.....	8
4.2.3. Definición estudio de factibilidad	9
4.2.4. Etapa de inversión	10
4.2.5. Etapa de operación	11
4.2.6. Los proyectos y la planificación.....	11
4.2.7. Estudios del proyecto de inversión.....	12
4.2.8. Estudio de mercado	12
4.2.9. Muestreo.....	14
4.2.10. Producto	14
4.2.11. Mercado.....	14
4.2.12. Oferta.....	15
4.2.13. Comercialización del producto.....	15
4.2.14. Estudio técnico	16
4.2.15. Diseño organizacional	18

4.2.16.	Estudio financiero	19
4.2.17.	Evaluación financiera.....	22
4.2.18.	Análisis PESTEL.....	24
4.2.19.	Matriz Ansoff	25
4.3.	Información del producto	26
4.3.1.	Veganismo.....	26
4.3.2.	Orígenes del veganismo	26
4.3.3.	Embutidos.....	27
4.3.4.	Longaniza.....	28
4.3.5.	Procedencia de la quinua.....	28
4.3.6.	Procedencia de los champiñones.....	28
5.	Metodología	30
5.1.	Área de estudio	30
5.2.	Enfoque metodológico.....	30
5.3.	Tipo de investigación.....	30
5.4.	Instrumentos de investigación	30
5.5.	Fuentes de información	31
5.6.	Proceso de muestreo	31
5.7.	Procedimiento.....	34
6.	Resultados.....	35
6.1.	Resultados de las encuestas	35
6.2.	Entrevista realizada al encargado de la sección de carnes y embutidos	49
7.	Discusión	50
7.1.	Estudio de mercado	50
7.2.	Estudio técnico	66
7.3.	Diseño organizacional	76
7.4.	Estudio financiero.....	87
7.5.	Evaluación Financiera	110
8.	Conclusiones	119
9.	Recomendaciones	121
10.	Bibliografía	122
11.	Anexos	124

Índice de tablas

Tabla 1. Proyecciones de las familias de Loja	32
Tabla 2. Supermercados de la ciudad de Loja - Tasa de crecimiento 3,5%	35
Tabla 3. Consumo de embutidos veganos.....	35
Tabla 4. Embutidos veganos de más consumo	36
Tabla 5. Consumo semanal de embutido vegano.....	37
Tabla 6. Precio del embutido a pagar en la localidad	38
Tabla 7. Preferencias de marca	39
Tabla 8. Consumo de longaniza vegana a base de quinua con champiñones	40
Tabla 9. Lugares que compra los embutidos veganos	41
Tabla 10. Implementación de la nueva empresa.....	42
Tabla 11. Empaque de presentación de la longaniza	43
Tabla 12. Características de la longaniza vegana	44
Tabla 13. Precio que pagarían por el producto	45
Tabla 14. Promociones al comprar el embutido vegano.....	46
Tabla 15. Medios de comunicación	47
Tabla 16. Horario más utilizado.....	48
Tabla 17. Demanda potencial.....	53
Tabla 18. Demanda real	54
Tabla 19. Demanda efectiva y demanda efectiva proyectada.....	54
Tabla 20. Promedio semanal del embutido vegano	55
Tabla 21. Proyección de la oferta anual de la longaniza vegana en la ciudad de Loja	55
Tabla 22. Demanda insatisfecha	56
Tabla 23. Capacidad instalada	66
Tabla 24. Capacidad instalada en unidades anuales	67
Tabla 25. Capacidad utilizada.....	67
Tabla 26. Áreas requeridas.....	72
Tabla 27. Manual de funciones del gerente	81
Tabla 28. Manual de funciones del Asesor jurídico.....	82
Tabla 29. Manual de funciones de la contadora.....	83

Tabla 30. Manual de funciones del jefe de producción	84
Tabla 31. Manual de funciones del obrero.....	85
Tabla 32. Manual de funciones del vendedor	86
Tabla 33. Maquinaria y equipo	87
Tabla 34. Herramientas	88
Tabla 35. Equipo de computo	88
Tabla 36. Reinversión de equipo de cómputo con la tasa de inflación del 3,07%	88
Tabla 37. Equipo de oficina	89
Tabla 38. Muebles y enseres	89
Tabla 39. Equipo de seguridad.....	89
Tabla 40. Resumen de activos fijos	90
Tabla 41. Activos diferidos	90
Tabla 42. Materia prima directa.....	91
Tabla 43. Mano de obra directa	92
Tabla 44. Resumen de costos de primo.....	92
Tabla 45. Materia prima indirecta.....	93
Tabla 46. Rol de pagos de mano de obra indirecta	93
Tabla 47. Servicios básicos de producción	94
Tabla 48 Suministro de trabajo	94
Tabla 49. Resumen de costos indirectos de fabricación	94
Tabla 50. Presupuesto de sueldos y salarios	95
Tabla 51. Presupuesto de honorarios profesionales	95
Tabla 52. Presupuesto de servicios básicos de administración	96
Tabla 53. Presupuesto de útiles de oficina	96
Tabla 54. Útiles de aseo y limpieza	97
Tabla 55. Presupuesto de permisos de funcionamiento	97
Tabla 56. Presupuesto de insumos de seguridad.....	97
Tabla 57. Arriendo	98
Tabla 58. Resumen de presupuesto de gastos de administración	98
Tabla 59. Presupuesto de distribución	98
Tabla 60. Publicidad y propaganda.....	99

Tabla 61. Resumen de presupuesto de gastos de venta	99
Tabla 62. Resumen de la inversión	99
Tabla 63. Financiamiento.....	101
Tabla 64. Depreciación de activos fijos	101
Tabla 65. Amortización de activos diferidos	101
Tabla 66. Amortización del crédito.....	102
Tabla 67. Presupuesto de costos	103
Tabla 68. Costo unitario de producción	104
Tabla 69. Precio de venta.....	104
Tabla 70. Ingreso por ventas	105
Tabla 71. Clasificación de costos.....	105
Tabla 72. Datos del punto de equilibrio año 1	106
Tabla 73. Datos de punto de equilibrio año 5	108
Tabla 74. Estado de pérdidas y ganancias.....	110
Tabla 75. Flujo de caja.....	111
Tabla 76. Valor actual neto (VAN).....	112
Tabla 77. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	112
Tabla 78. Relación beneficio costo (RBC)	113
Tabla 79. Periodo de recuperación (PRC)	114
Tabla 80. Analisis de sensibilidad – Incremento del 5,70% en costos	115
Tabla 81. Análisis de sensibilidad con la disminución del 4,95% en los ingresos	117

Índice de figuras

Figura 1. Consumo de embutidos veganos	36
Figura 2. Embutidos veganos de más consumo	37
Figura 3. Consumo de embutido vegano	38
Figura 4. Precio del embutido vegano que paga	39
Figura 5. Preferencias de marca.....	40
Figura 6. Consumo de longaniza vegana a base de quinua con champiñones.....	41
Figura 7. Lugares de compra de los embutidos veganos	42
Figura 8. Implementación de la nueva empresa	43
Figura 9. Empaque de presentación de la longaniza vegana	44
Figura 10. Características de la longaniza vegana.....	45
Figura 11. Precio que pagarían por el producto.....	46
Figura 12. Promociones al comprar la longaniza vegana	47
Figura 13. Medios de comunicación.....	48
Figura 14. Horario más utilizado	49
Figura 15. Gráfico de las estrategias y tácticas.....	58
Figura 16. Gráfico de tácticas estrategias	59
Figura 17. Presentación de la imagen corporativa.....	60
Figura 18. Presentación de la marca	61
Figura 19. Presentación del slogan	61
Figura 20. Etiqueta del producto.....	62
Figura 21. Presentación del producto	62
Figura 22. Canales de distribución	64
Figura 23. Red de Facebook	65
Figura 24. Red de Instagram.....	66
Figura 25. Macro localización	68
Figura 26. Micro localización.....	68
Figura 27. Proceso simbólico producción longaniza vegana quinua con champiñones..	71
Figura 28. Distribución física de la planta.....	73
Figura 29. Olla de presión industrial de 40 litros	73

Figura 30. Mezcladora industrial de embutidos.....	74
Figura 31. Máquina selladora al vacío.....	74
Figura 32. Licuadora.....	74
Figura 33. Cocina industrial.....	75
Figura 34. Olla inoxidable	75
Figura 35. Embutidora de salchichas.....	75
Figura 36. Organigrama estructural de la empresa “LOJANIZA” CIA. LTDA.....	78
Figura 37. Organigrama funcional de la empresa “LOJANIZA” CIA. LTDA.	79
Figura 38. Organigrama posicional de la empresa “LOJANIZA” CIA. LTDA.	80
Figura 39. Gráfica del punto de equilibrio para el año 1	107
Figura 40. Gráfica del punto de equilibrio para el año 5	109

Índice de anexos

Anexo 1. Encuesta a los consumidores.....	124
Anexo 2. Entrevista a los oferentes	127
Anexo 3. Ficha de observación.....	128
Anexo 4. Testeo del producto.....	129
Anexo 5. Certificado de traducción del resumen.....	130

1. Título

“Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja”.

2. Resumen

El veganismo en Ecuador es una tendencia que se ha ido introduciendo en los últimos años. Se realizó un “Estudio de Factibilidad para la implementación de una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja”, tomando en consideración que existen productos sustitutos en SUPERMAXI, los objetivos son; realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta y plan de comercialización; un estudio técnico para conocer tamaño, localización e ingeniería del proyecto y organización legal de la empresa; el estudio financiero para conocer su inversión y financiamiento; la evaluación financiera para determinar la factibilidad o no del proyecto mediante los indicadores financieros. La investigación fue exploratoria descriptiva con enfoque mixto, se usó encuesta, entrevista y observación para la recolección de datos; el segmento seleccionado para el estudio es la población de Loja por familias. Se conoció la demanda insatisfecha de 21.905,00 unidades al año, el tamaño es de 14.940,00 paquetes de longaniza vegana de 250 gramos, ubicada en las calles Sucre entre Catacocha y Lourdes. Se constituirá como una compañía de Responsabilidad Limitada, La inversión inicial es de \$ 9.200,82 con financiamiento propio de \$ 3.680,33 y externo de \$ 5.520,49 con crédito al Banco del Loja a una tasa de interés del 12%. El presupuesto de operación es \$ 41.994,89 el primer año con un costo unitario de \$ 2,81 y un ingreso de 49.386,00. Finalmente, la evaluación financiera el VAN es de \$ 12.981,94; la TIR es de 57,45; la RBC es 1,15 obteniendo una ganancia de 0,15 centavos por cada dólar invertido; el PRC es 2 años, 7 meses y 17 días; el AS indica que el proyecto soporta un incremento de costos del 5,70% una disminución de ingresos del 4,95%. El proyecto si es factible.

Palabras clave: Factibilidad, vegano, champiñones, proyecto de inversión

2.1. Abstract

Veganism in Ecuador is a trend that has been gaining traction in recent years. A "Feasibility Study for the Implementation of a Vegan Sausage Production Company based on Quinoa with Mushrooms and its Commercialization in the City of Loja" was conducted, considering substitute products in SUPERMAXI. The objectives include conducting a market study to determine demand, supply, and marketing plan; a technical study to understand the size, location, project engineering, and legal organization of the company; a financial study to assess investment and financing; and a financial evaluation to determine the feasibility of the project through financial indicators. The research employed an exploratory-descriptive approach with a mixed focus, utilizing surveys, interviews, and observations for data collection. The selected segment for the study was the population of Loja by families. The study revealed an unmet demand of 21,905.00 units per year, with a size of 14,940.00 packages of 250 grams of vegan sausage, located on Sucre Street between Catacocha and Lourdes. The company will be established as a Limited Liability Company, with an initial investment of \$9,200.82, comprising self-financing of \$3,680.33 and external financing of \$5,520.49 with a 12% interest rate from Banco del Loja. The operating budget is \$41,994.89 in the first year, with a unit cost of \$2.81 and revenue of \$49,386.00. Finally, the financial evaluation indicates a Net Present Value (VAN) of \$12,981.94; an Internal Rate of Return (TIR) of 57.45%; a Benefit-Cost Ratio (RBC) of 1.15, yielding a profit of 0.15 cents for every dollar invested; a Payback Period (PRC) of 2 years, 7 months, and 17 days; the Sensitivity Analysis (AS) suggests that the project can withstand a 5.70% increase in costs and a 4.95% decrease in revenue. In conclusion, the project is feasible.

Key words: Feasibility, vegan, mushrooms, investment project.

3. Introducción

En la actualidad, el auge del veganismo a nivel global ha generado un notable cambio en los estilos de vida de las personas, quienes buscan mejorar su alimentación adoptando dietas más saludables y ricas en proteínas y minerales. Esta tendencia no solo está orientada hacia un beneficio individual, sino también a la conciencia colectiva, promoviendo la detención del sufrimiento y la crueldad animal asociada al sacrificio para la obtención de alimentos. Además, tiene un enfoque a la protección del medio ambiente, rechazando prácticas que contribuyan a su degradación.

La creciente popularidad del consumo de productos veganos se debe a una combinación de factores, incluyendo las consideraciones éticas, medioambientales, de salud y tendencias culturales, a lo que el veganismo busca constantemente innovaciones con la intención de tener diferentes alternativas de origen vegetal.

En este contexto, Ecuador se ha sumado progresivamente a esta tendencia internacional por lo que existen organizaciones que luchan a favor del anti-especismo y promueven el veganismo, entre ellas están Movimiento Animalista Nacional del Ecuador (MAN) Activista por la Defensa y Liberación Animal (ADLA) y Libera Ecuador.

Este estudio se desarrolla en respuesta a esta transformación cultural y busca determinar la viabilidad de implementar una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones en la ciudad de Loja. La iniciativa surge con la intención de ofrecer a la sociedad un producto novedoso que no solo cambiará su estilo de vida en términos alimentarios, sino que también abraza la filosofía de aprovechar el 100% de los vegetales, rechazando cualquier forma de explotación animal.

El presente trabajo parte sobre un “Estudio de Factibilidad para la implementación de una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja”.

Los objetivos del presente proyecto se basan en; en realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta de la longaniza vegana, por consiguiente, el plan de comercialización; elaborar un estudio técnico para conocer el tamaño, localización y la organización legal de la empresa; finalmente se procederá al estudio financiero y evaluación financiera para determinar si es factible el proyecto.

El estudio de mercado se lo efectuó con el desarrollo de aplicación de 384 encuestas, con su debido tamaño muestral que se lo adquirió con la fórmula hacia la población considerada dentro de la ciudad de Loja, estudio que ayudo a conocer la demanda por medio de un análisis sobre el consumo promedio del producto.

El estudio técnico se encuentra el tamaño y localización del proyecto, en el cual contiene la capacidad instalada, capacidad utilizada, porcentaje de participación en el mercado, la distribución de la planta y la ingeniería del proyecto.

En el estudio organizacional se incluye la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las cuales serán fundamentales para buen funcionamiento de la empresa.

Así mismo se determinó la inversión para la puesta en marcha el proyecto, costo total, valor unitario e ingresos por ventas dentro del respectivo presupuesto, elementos clave de la evaluación financiera mediante los indicadores como: con un VAN (Valor actual neto) \$ 12.981,94 , TIR (tasa interna de retorno) 57,45, RBC (relación beneficio costo) es de 1,15 obteniendo una ganancia de 0,15 centavos por cada dólar invertido, el PRC (periodo de recuperación del capital) es de 2 años, 7 meses y 17 días; el AS (análisis de sensibilidad) indica que el proyecto soporta un incremento de costos del 5,70% una disminución de ingresos del 4,95%. para decidir la viabilidad del proyecto.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones, en las que se describe los resultados obtenidos del proyecto conociendo si es factible para aprovechar las oportunidades dentro del mercado, juntamente con las bibliografías que se utilizaron para la recopilación de información necesaria para la ejecución del proyecto, la cual se usó libros, sitios web, revistas, artículos y anexos de la presente investigación.

4. Marco teórico

4.1. Marco referencial

Para proceder al estudio de investigación de debe partir de un punto de referencia de trabajos similares que ayuden a sustentar el tema que se ha tomado en cuenta para el desarrollo del proyecto de inversión.

Según Ortega (2015), en su trabajo de investigación denominado “Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa para elaboración de chorizo parrillero y mortadela a partir de proteína de soya (glycine max), en la ciudad de Loja, cantón y provincia de Loja”, tuvo como objetivo realizar una investigación de mercado para conocer la oferta del cultivo de soya necesaria para realizar la fábrica de embutidos y la demanda dentro de la población de este producto. En el proceso efectuó una metodología de métodos científico, inductivo, descriptivo y estadístico; su segmento de mercado son 195 familias de la ciudad de Loja. Los resultados arrojaron que el 95% consume soya a lo que el 68 % de la población estaría dispuesto a consumir los embutidos a base de soya.

así también, Gutiérrez (2016) plantea en su trabajo de investigación denominado “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de carne vegetal y su comercialización en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe”, tiene como objetivo ofrecer a la ciudadanía de Yantzaza una empresa de carne vegetal fresca de exquisito sabor y con una presentación acorde a las necesidades del cliente; implementó una metodología en cual uso los métodos inductivo, deductivo, analítico, estadístico y descriptivo; además utilizó las técnicas de observación directa y encuestas; su segmento de mercado fue dirigido a las familias del cantón Yantzaza. En los resultados obtenidos existe una demanda efectiva de 172.585 libras de carne vegetal, con una oferta de 35.112 y demanda insatisfecha de 137.473 libras de carne vegetal por año; con un VAN de 84.189,95; la TIR es de 58,11%; la RBC es de 1,14% a lo que se determina que es proyecto si es factible.

Por otro lado, Rosciano y Villegas (2021) en su trabajo de investigación denominado “Desarrollo de un embutido vegetal estilo longaniza manabita, a base de proteína de soya texturizada”, tiene como objetivo desarrollar un embutido vegetal tipo longaniza manabita, a base de proteína de soya texturizada y evaluar la aceptación el mercado; la metodología se realizó la

recolección de datos bibliográficos, análisis de fórmulas previas para esta clase de productos y pruebas de formulación con variaciones en el contenido de almidones, gluten de trigo y carboximetilcelulosa. Enfocándose a una investigación cuantitativo, documental y experimental. Por lo tanto, se usaron métodos y materiales como son las materias primas, con técnicas de pruebas preliminares. En base a los resultados el perfil de textura que mostró que se ubica en 864 g para la muestra 800 y 850 g en la muestra 200; de la misma forma el análisis proximal de proteínas arrojando un 21,99% de contenido proteico en la muestra 800 y 19,57% para la muestra 200; se evidencio que el gluten en una proporción de 25%, cm al 0,3% y almidón de papa al 3% tuvieron una participación fundamental en la textura consistente, mientras que la proteína de soya en una proporción de 25% le confiere la fibrosidad al producto desarrollado.

Por último, Diaz y Pino (2020) en su trabajo de investigación con el título “Estudio de factibilidad técnico-económico para el establecimiento de una microempresa productora de alimentos veganos en la región centro-sur del estado Anzoátegui, Venezuela”, tiene como objetivo principal efectuar un estudio de factibilidad técnico y económico de una microempresa productora de productos veganos en el estado de Anzoátegui; la metodología es tipo descriptiva trabaja sobre las realidades de hechos presentando una interpretación correcta y con el uso de técnicas como encuestas, entrevistas, cuestionario, técnica de recolección de datos y análisis de datos; es decir se debe encuestar a 130 individuos para conocer si es factible es proyecto.

4.2. Marco conceptual

4.2.1. Empresa

Una empresa es aquella que está establecida por una o más personas para producir bienes o servicios con o sin fines de lucro y para satisfacer las necesidades de la sociedad (Peñañiel, 2021).

4.2.1.1. Clasificación de empresas.

4.2.1.1.1. Actividad o giro. Peñañiel (2021), menciona que la empresa se clasifica de acuerdo con sus actividades o giro de la siguiente manera:

- **Industriales:** Se encargan de la transformación de materias primas para la producción de bienes.

- **Comerciales:** Se caracterizan por ser intermediario de compra y venta de bienes entre productores y consumidores, dividido en mayoristas, minoristas y comisionistas.
- **Servicio:** Ofrecen un servicio a la sociedad, con la finalidad de cubrir necesidades requeridas por el consumidor final.

4.2.1.1.2. Origen de capital. Surgen de las aportaciones de su capital quienes dirigen las empresas para ello se tiene la clasificación del origen del capital. Según Peñafiel (2021), menciona lo siguiente:

- **Públicas:** Propiedad del gobierno y tiene como objetivo satisfacer las necesidades del público.
- **Privada:** No pertenecen al estado, es decir, es propiedad de los inversores que la financian.
- **Mixtas:** Es una empresa cuyo capital es aportado por inversionistas privados y el Estado.

4.2.2. Proyecto

Según Baca Urbina (2010), “Un proyecto es la búsqueda de una solución al planteamiento de un problema, para resolver una necesidad” (p. 2).

4.2.2.1. Proyectos de inversión. “El Proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad” (Baca Urbina, 2010, p. 2).

4.2.2.2. Objetivo de evaluación de un proyecto de inversión. El objetivo es determinar la rentabilidad económica y social para asegurar que necesidades humanas sean satisfechas satisfactoriamente de una manera eficiente y segura, que esto permite analizar los limitados recursos financieros disponibles en la industria (Baca Urbina, 2010).

4.2.2.3. El ciclo de los proyectos. Pasaca (2017) menciona que el ciclo del proyecto se clasifica en las siguientes etapas:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

4.2.2.4. Etapa de pre inversión. Pasaca (2017) define esta etapa como un proceso que, consta en la recopilación de información con el propósito de analizarla, con la finalidad de mejorar los aspectos de mercado dentro de la planificación de proyectos de inversión, en esta etapa se pueden encontrar fases:

4.2.2.4.1. Identificación de ideas básicas de proyectos. Se identifica las necesidades que existen en el mercado para solucionar y a la vez satisfacer a los consumidores, es decir que esta fase trata de dar solución ante algún problema encontrado en el entorno para identificar oportunidades comerciales.

4.2.2.4.2. Estudio a nivel de perfil. Tiene como objetivo evaluar las ideas con el fin de seleccionar las más oportunas para llevarlas a cabo, examinando las ideas sus efectos, por otro lado, son sometidas a un análisis para detectar el impacto que tendrá costos para obtener información relevante al llevar a cabo un proyecto de inversión (Pasaca, 2017).

4.2.2.4.3. Estudio de prefactibilidad. Dentro de este punto es analizado más a fondo, para evaluar las variables de nivel de perfil desde el aspecto tecnológico, económico y social.

Para Córdoba (2011), “la investigación de fuentes primarias y secundarias en el estudio de mercado detalla la tecnología que se emplea, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto. Es la base que apoyan los inversionistas para tomar una decisión”.

4.2.3. Definición estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad ayuda a determinar la viabilidad de un negocio y evaluar su inversión. Además, se debe realizar un análisis para determinar si el proyecto propuesto es bueno o malo a fin de comprender las condiciones desarrolladas para su implementación exitosa (Baca, 2016).

Los estudios de factibilidad se utilizan para recopilar datos relevantes para el desarrollo del proyecto de modo que se puedan tomar decisiones óptimas. El análisis se realiza cuando el sistema se desarrolla sin una determinada justificación económica y existen altos riesgos técnicos, operativos, legales o no existen alternativas claras de implementación (Duvergerz y Argota, 2017).

La formulación y evaluación de un proyecto de inversión involucra un análisis detallado basado en las mejores alternativas previamente seleccionadas en el estudio de factibilidad, donde

se requiere una evaluación cuantitativa clara y detallada de beneficios y costos. Esto se refiere a su rendimiento y, entre otras cosas, se deben tener en cuenta aspectos relacionados con el trabajo físico, el tamaño o la ubicación, y la capacidad de manejar la inversión; en esta etapa, las inversiones se analizan como incertidumbre en la asignación de recursos, debido a que, al considerar la necesidad de satisfacer todos estos recursos, se deben aplicar y utilizar en su ejecución (Pasaca, 2017).

4.2.4. Etapa de inversión

En este apartado se pueden describir las características y alcance de las inversiones realizadas, tanto al inicio del proyecto como en etapas posteriores. Implica dos cosas: desarrollar la investigación final o documentación técnica e implementar actividades. Así como las actividades de evaluación y aprobación de estudios y registros, asignación de recursos, seguimiento y monitoreo de las actividades planificadas y el uso de los recursos asignados (Enríquez, 2018). Según Pasaca (2017) “esta etapa se utiliza para decidir si invertir en el proyecto, ya que su aplicación debe analizarse en las etapas anteriores, y aquí se da el consentimiento final” (p. 23).

4.2.4.1. Proyecto de ingeniería. En los proyectos de ingeniería, esta es la etapa donde las ideas se materializan en trabajos de física luego de investigaciones previas. “Para la realización de un proyecto de inversión primero se debe completar las fases arquitectónicas bien estructuradas y detalladas, por consiguiente, estudios de ingeniería y áreas base del proyecto que fueron analizadas anteriormente” (Pasaca, 2017, p. 24).

4.2.4.2. Negociación del financiamiento. “Esto le permite analizar cada tarifa que se ofrece en el mercado donde se está desarrollando el proyecto para decidir cuál sería la mejor y cuál se utilizaría en beneficio del proyecto” (Pasaca, 2017, p. 24).

4.2.4.3. Implementación. Es poner en práctica todo lo que se ha venido planteado durante la ejecución del proyecto, es decir se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad producción cuente con todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se hacen pruebas a finalidad de comprobar que todos los componentes trabajen óptimas condiciones para

que en la fase de operación no se originen desfases o causen problemas durante la puesta en marcha (Pasaca, 2017, p. 24-25).

4.2.5. Etapa de operación

Pasaca (2017) en su libro manifiesta que se trata de una “obra física diseñada en la etapa de preinversión ha sido desarrollada e implementada durante la inversión planificada, se generan los beneficios específicos estimados en el período de preinversión” (p. 25).

4.2.5.1. Seguimiento y control. Conjunto de actividades aplicadas al proyecto respecto de los recursos y cronogramas utilizados. Además, se pretende encontrar posibles desviaciones en relación con la programación inicial del proyecto que puedan causar problemas durante su ejecución (Pasaca, 2017, p. 25).

4.2.5.2. Evaluación ex-post. Es un proceso posterior al proyecto con el objetivo de determinar la validez de las acciones desarrolladas de acuerdo con los objetivos establecidos. Su objetivo es “perfeccionar todas las actividades para poner en marcha el proyecto, con el fin de ayudar en la planificación, programación e implementación de proyectos futuros” (Pasaca, 2017, p. 25).

4.2.5.3. Evaluación post – posterior. Este plan se lo aplica una vez que “todos los valores hayan sido desembolsados y todos los beneficios esperados se reciban, dicha revisión proporcionará a los futuros proyectos sobre información que les permita tener una visión clara del entorno en el que se desarrollará la nueva unidad de producción” (Pasaca, 2017, p. 26).

4.2.6. Los proyectos y la planificación

De acuerdo con Pasaca (2017), “la ubicación y el contexto en el cual nos estamos desarrollando dentro del país la región la provincia y este caso el cantón en el cual se encontrará la empresa” (p. 26), dentro de la planificación se toman en cuenta una serie de actividades:

- 1. Seleccionar y ordenar:** No todas las actividades que se han planificado desarrollar pueden ser válidas y convenientes para el cumplimiento del objetivo propuesto.
- 2. Determinar los recursos a utilizar:** Para la realización de cualquier actividad se deben de integrar o destinar una serie de recursos tanto económicos como humanos para el cumplimiento del cometido.
- 3. Cumplimiento de metas:** Cada paso que se vaya cumpliendo debe de ser medible y cuantificable para el cumplimiento de los objetivos.

- 4. Objetivo determinado:** Todo desarrollo de un proyecto debe de contar en su estructura con lo que es un objetivo el mismo que debe de ser claro y conciso y que dé a conocer lo que se persigue con el desarrollo del trabajo.

4.2.7. Estudios del proyecto de inversión

En un proyecto de inversión, es necesario detallar varios aspectos esenciales, a saber: el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio financiero y, finalmente, la evaluación financiera; estos elementos desempeñan un papel fundamental y de gran importancia dentro del proyecto mencionado (Pasaca, 2017).

4.2.8. Estudio de mercado

El estudio de mercado es una acción que analiza y observa una un sector muy importante en concreto al cual se va a satisfacer con la prestación de un producto o servicio, para esto se necesita de variables precisas acerca de la necesidad que se desea resolver, toda la información que se recoja nos servirá para determinar el futuro de la empresa (Sánchez, 2019).

4.2.8.1. Información base. Según Pasaca (2017), la presente información se compone de los resultados obtenidos de fuentes primarias, los cuales han sido recopilados mediante múltiples técnicas de investigación. A su vez, este autor con respecto a la aplicación de encuestas menciona que es indispensable tener en cuenta lo siguiente:

- Cuando se debe de trabajar con poblaciones muy pequeñas es más recomendable encuestar a toda la población.
- Cuando la población es demasiado grande se recomienda tomar en cuenta un muestreo.

4.2.8.2. Tamaño de la muestra. Es importante tener en cuenta que, independientemente del tamaño de la muestra utilizada en la encuesta, no se garantiza necesariamente la efectividad. La validez de la información depende en gran medida de la responsabilidad y sinceridad de los encuestados, ya que recae sobre ellos la tarea crucial de proporcionar datos precisos (Pasaca, 2017).

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

$$n = \frac{Z^2 * pq}{d^2}$$

$$n = \frac{NZ^2 * pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 * pq}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal. Llamado también nivel de confianza.

S² = varianza de la población en estudio (que es el cuadrado

de la desviación estándar y puede obtenerse de estudios similares o pruebas piloto)

d = nivel de precisión absoluta. Referido a la amplitud del intervalo de confianza deseado en la determinación del valor promedio de la variable en estudio.

4.2.8.3. Estimación de la proporción. Pasaca (2017), plantea que la evaluación de la proporción permite identificar la capacidad de producción de la planta es decir con que proporción se iniciará el proyecto.

Para su desarrollo se establece la siguiente fórmula:

a)
$$P = \frac{Ex}{Mt}$$

Donde:

- Ex: Éxitos
- Mt: Muestra total

b)
$$Q = 1 - P$$

c)
$$Sp = \sqrt{P * \frac{Q}{M}}$$

d)
$$Lc = P \pm Z * Sp$$

Donde:

- Lc: Limite de confianza
- P: proporción de la muestra
- Z: Nivel de confianza
- Sp: Error estándar

4.2.9. Muestreo

Dentro de este punto se detallarán los tipos de muestreo más comunes y utilizados para el desarrollo del proyecto. Constituye una de las herramientas fundamentales dentro de la investigación y la finalidad básica de esta es determinar o seleccionar una pequeña parte de la población para la aplicación de un instrumento de recolección de información. (Pasaca, 2017, p. 38)

4.2.10. Producto

Según lo señalado por Pasaca (2017), en la estructura del proyecto de inversión se incluyen las categorías que se relacionan con la generación de valor para el público objetivo. Dentro de estas categorías, se distinguen el producto principal, el producto complementario o secundario, y el producto sustituto, dicha clasificación desempeña un papel de gran importancia en las empresas.

4.2.10.1.Producto principal. “Es una descripción detallada del producto proporcionada por el fabricante para satisfacer las necesidades de un cliente o consumidor” (Pasaca, 2017, p. 41).

4.2.10.2.Productos secundarios. “Los productos secundarios son los restos de materias primas, cuya construcción está delimitada por el proceso de fabricación” (Pasaca, 2017, p. 44).

4.2.10.3.Producto complementario. “Son los productos que facilitan la utilización del producto principal. Se debe tener en cuenta que no todos los productos principales tienen un producto complementario” (Pasaca, 2017, p. 44).

4.2.11. Mercado

“El mercado es el lugar en el cual vamos a dar a conocer el producto y está conformado por nuestros clientes, competidores. Este está estructurado por; la segmentación geográfica, la demografía, la cuantificación y participación del mercado y las proyecciones con las que cuenta a futuro” (Pasaca, 2017, p. 29).

4.2.11.1. Análisis de la demanda y la oferta. Dentro de esta rama de los proyectos de inversión destaca lo que es:

- **La demanda potencial:** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrán consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.
- **La demanda real:** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado.
- **La demanda efectiva:** Se refiere a la cantidad de un bien o servicio de una nueva unidad de producción, demandada por el mercado. Se conforma por personas que tienen la intención y capacidad de comprar, también parte de la demanda insatisfecha por la acción del proyecto.

4.2.12. Oferta

“Se considera como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocarse en el mercado en un determinado tiempo para su venta con un precio determinado” (Pasaca, 2017, p. 50).

Permite determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado o un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción. (Baca, 2016, p. 114)

4.2.13. Comercialización del producto

Salvador-Pérez et al. (2017), menciona que las características que son parte del producto son muy importantes ya que mediante un buen desarrollo de publicidad se podrán generar buenos resultados que se esperan del mismo. Además, indica los siguientes conceptos para cada una de las estrategias a desarrollar mismas que son las siguientes:

- **Producto:** es todo lo que la empresa u organización elabora para que de esta manera se pueda ofrecer al público y que de esta manera se pueda satisfacer las necesidades de consumidores.
- **Plaza:** es decir el traslado del producto hasta el consumidor final, mismos que facilitan la llegada de los productos a los clientes.

- **Precio:** es importante el establecimiento de este para que de esta manera se pueda generar mayor competitividad en el mercado.
- **Promoción:** se detallan diversos medios para dar a conocer los productos a cada uno de los consumidores.

4.2.14. Estudio técnico

La investigación de ingeniería es la segunda fase de un proyecto de inversión, en la que los aspectos de ingeniería operativa son necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para producir el bien deseado o determinar la escala óptima del sitio de producción, la ubicación, las instalaciones y la organización requeridas (Gómez, 2014).

4.2.14.1. Tamaño. Está relacionado con la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un período que se considera normal por la naturaleza del proyecto en cuestión, y se mide en unidades de producción por año, a su vez, en este punto dirá. la ubicación exacta de la nueva unidad de producción (Pasaca, 2017).

- **Capacidad instalada**

“Este tipo de capacidad está determinada por la capacidad de producir los componentes tecnológicos en un tiempo determinado” (Pasaca, 2017, P. 56).

- **Capacidad utilizada**

“La capacidad utilizada es la eficiencia del componente tecnológico para atender un nivel de demanda de en un tiempo determinado. En los proyectos nuevos es común que su capacidad instalada sea menor en los primeros años, luego esta capacidad se irá estabilizando en el tiempo” (Pasaca, 2017, P. 56).

- **Capacidad financiera**

“Dentro de cualquier tipo de proyecto empresarial es de vital importancia repasar las condiciones financieras las mismas que se disponen, esto quiere decir la determinación de la capacidad financiera para la inversión ya sea con un capital propio o por medio de una entidad financiera” (Pasaca, 2017, P. 56).

- **Capacidad administrativa**

En su libro Pasaca (2017), manifiesta que se debe de “tener en claro lo que es el panorama respecto a la operación de la nueva unidad productiva se puede acudir a lo que es Talento humano que haga posible el funcionamiento de este sobre la actividad en la que se quiere comprender” (p.57).

4.2.14.2. Localización. “Se refiere a establecer geográficamente el lugar exacto en donde se implementará la unidad productiva, aquí se debe de tomar en cuenta factores como es el porqué de esa ubicación, así como también los factores que engloba el lugar” (Pasaca, 2017, p. 57).

a. Micro localización

“En este punto nos apoyamos de lo que tiene que ver el cantón, la ciudad, parroquia, barrio, sector, calles, esto en donde se va a ubicar la unidad de negocio”, (Pasaca, 2017, p. 58).

b. Macro localización

“Es conveniente que la empresa este dentro de un mercado a un nivel local, frente a otro mercado de carácter regional, nacional o ya sea internacional”. (Pasaca, 2017, p. 58).

c. Factores de localización

“Todos los aspectos que permiten la normalidad de funciones de la empresa, dentro de esto se toma en cuenta lo que es el abastecimiento de materia prima y las vías de comunicación el personal que trabajará en nuestra unidad y los servicios básicos” (Pasaca, 2017, p. 60).

4.2.14.3. Ingeniería del proyecto. Pasaca (2017), en su libro señala que dentro de la ingeniería se debe de tomar en cuenta lo que es el componente tecnológico, así como también la infraestructura física y el proceso de producción los mismos que son fundamentales para determinar que recursos son los que se deben de implementar en la empresa.

a. Componente tecnológico

“Dentro de este punto de determina lo que es la maquinaria y el equipo adecuado dentro de los requerimientos del proceso, la tecnología que se ocupe debe de responder a condiciones propias del mercado, con esta maquinaria se debe de evitar al máximo los desperdicios de la capacidad

instalada y por otro lado es de considerar la posible expansión de la unidad a futuro” (Pasaca, 2017, pp. 60-61).

b. Infraestructura física

“Tiene estrecha relación con la parte física con la empresa y se determinan las áreas requeridas para el desempeño de las actividades dentro de la fase operativa, para esto se debe de contar siempre con lo que es el asesoramiento de profesionales de construcción” (Pasaca, 2017, p. 63).

c. Distribución en planta

“La distribución en planta hace referencia a la capacidad y disponibilidad de la maquinaria y las herramientas para un buen desarrollo del proceso productivo, dentro de esto se engloba lo que es el proceso productivo el área física, así como maquinarias y equipos” (Pasaca, 2017, p. 64).

d. Proceso de producción

Pasaca (2017), señala que el proceso productivo son los pasos a seguir para la obtención del producto final o ya sea servicio, aquí se detallan cada una de las fases del proceso, no es necesario el detalle máximo de cada una de ellas, esto debe ser manejado de una manera confidencial dentro del manejo interno.

e. Diseño del producto

“El bien por ofrecer debe de ser diseñado de tal forma que se reúna todas las características que el consumidor desee, estas pueden ser; componentes, formas medidas, dimensión, unidad de medida y tiempo” (Pasaca, 2017, p. 65).

f. Flujograma de proceso

“Constituye una herramienta por la cual se describe paso a paso las actividades del cual consta el proceso de producción” (Pasaca, 2017, p. 65).

4.2.15. Diseño organizacional

“Se conoce que el diseño organizacional se basa en un proceso el cual implementa una estructura la cual administra tareas y responsabilidad a miembros de la empresa, debe de incluir lo

que es una base legal, estructura organizativa organigramas y manuales de funciones” (Pasaca, 2017, p. 29)

a. Base legal

Este aspecto busca la determinación de la viabilidad del proyecto a Lam luz de las normas de regulación de origen, mediante la utilización de productos, subproductos y patentes. Además, se menciona y analiza lo que es la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación y demás obligaciones en cuestión. (Pasaca, 2017, p. 68)

b. Estructura empresarial

b.1. Niveles jerárquicos de autoridad

“Se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la ley de compañías en cuanto a la administración, aquí se encuentra el nivel legislativo, nivel directivo, nivel ejecutivo, nivel asesor, nivel de apoyo, nivel operativo” (Pasaca, 2017, p. 70).

b.2. Organigrama estructural funcional y posicional

“Constituyen la representación gráfica de la estructura organizativa de la nueva unidad productiva, entre los más utilizados se encuentran el estructural, el funcional y el de posición” (Pasaca, 2017, p. 70).

b.3. Manuales de funciones

“En la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, ya que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de cada uno de los inversionistas” (Pasaca, 2017, p. 73).

4.2.16. Estudio financiero

“El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual, predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos” (Nava, 2009, p. 607)

4.2.16.1. Inversiones. Esta sección del proyecto se ocupa de los gastos que ocurrieron u ocurrieron durante la fase, “previa a la operación y operativa de la vida de un proyecto y representa desembolsos en efectivo para la adquisición de activos tales como: edificios, maquinaria, terrenos, para costos de puesta en marcha y para capital de trabajo” (Pasaca, 2017, p. 29).

a. Inversiones en activos fijos

“Representa inversiones que se realizan en bienes tangibles los mismos que serán destinados en bienes tangibles que serán aplicados en el proceso productivo y son un complemento muy importante para la empresa” (Pasaca, 2017, p. 76).

b. Inversión en activos diferidos

“Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación” (Pasaca, 2017, p. 82).

c. Inversiones en capital de trabajo

“Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas” (Pasaca, 2017, p. 82).

4.2.16.2. Financiamiento. Según Pasaca (2017), una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, donde se tiene dos fuentes:

- 1. Fuente interna:** Constituida por el aporte de los socios.
- 2. Fuente externa:** Constituida por las entidades financieras estatales y privadas.

4.2.16.3. Análisis de costos. Para este análisis se recurre a la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que se encarga del manejo de los costos totales de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto (Pasaca (2017).

a. Costo total de producción o fabricación

“El costo total de producción tiene dos componentes básicos que son el costo de producción, fabricación o transformación y los costos de operación” (Pasaca, 2017, p. 91).

b. Costo unitario de producción

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, de forma se tiene:

CUP = Costo unitario de producción

CUP = Costo total de producción

NUP = Número de unidades producidas

c. Determinación del precio de venta

Para establecer el precio de venta se debe considerar como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad y para ello existen dos métodos:

1. Método rígido

Denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinado

PVP = CUP + MU

PVP = Precio de venta al público

CUP = costo unitario de producción

MU = margen de utilidad

2. Método flexible

Toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios etc.

4.2.16.4. Estado de pérdidas y ganancias. “Permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos, se considera los valores a cubrir por efectos de cargas tributarias y otras obligaciones fiscales” (Pasaca, 2017, p. 97).

4.2.16.5. Determinación del punto de equilibrio. En todo momento y circunstancias la gestión directiva empresarial no puede ni dejar las cosas por inercias, se debe de utilizar métodos y herramientas específicas adecuadas para poder anticiparnos a los resultados para la toma de decisiones. (Pasaca, 2017, p. 99-101).

a. En función de ventas: Se basa en el volumen de ventas e ingresos.

$$PE = \text{Costos Fijos} / (1 - \text{Costo de venta} / \text{Precio de venta})$$

- b. En función capacidad instalada:** Se define en la capacidad de producción de la plata en si determina el porcentaje de capacidad al cual trabaja la maquinaria para que su producción puede generar ventas y esta cubrir sus costos.

$$PE = \text{Costos Fijos Totales (Mensuales)} / \text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}$$

- c. En función de la producción:** este método se basa en el volumen de producción y cuantifica la cantidad mínima de producción para que al realizar la venta los ingresos puedan cubrir costos ocasionados.

$$PE = CFT / PV_u - CV_u$$

4.2.17. Evaluación financiera

Consiste en la evaluación que como ya se conoce busca el análisis y el retorno financiero que presente rentabilidad para las personas que deseen la inversión en el proyecto, esta evaluación puede estar sujeta a la decisión si el proyecto tiene factibilidad o no, con una operación matemática combinada para la obtención de indicadores financieros, específicamente están basados en los flujos de lo que es los ingresos y los egresos con una formulación del precio en el mercado. (Pasaca, 2017, p. 108)

4.2.17.1. Flujo de caja. Da a conocer la diferencia que presentan los ingresos y los egresos dichos flujos intervienen de manera directa en el funcionamiento de la empresa, para realizar el cálculo no se toman identifica como egresos o depreciaciones ni amortizaciones de los activos diferidos ya que estos no representan desembolsos para la empresa, esto se compone de los siguientes elementos; lo que es la inversión inicial, ingresos y egresos de operación las reinversiones y el valor residual de salvamento (Pasaca, 2017).

4.2.17.2. Valor actual neto (VAN). Este valor representa el valor presente en los beneficios después de haberse recuperado o capitalizado la inversión, los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en lo que es valores actuales mediante una formula matemática, también se define como la sumatoria de los flujos netos los mismos que son multiplicados por el factor de descuento (Pasaca, 2017).

Fórmula

$$VAN=FC(1+i)^{-n}$$

Criterios basados en el VAN

1. Si el Van es positivo se acepta el proyecto ya que esto significa que el valor de la empresa aumentara.
2. Si el Van es negativo se rechaza la inversión ya que esto significa que el valor de la empresa disminuyera con el pasar del tiempo.
3. Si el Van es igual a cero, la inversión que dará a criterio del inversionista ya que la empresa mantendrá su valor durante su vida útil.

4.2.17.3. Tasa interna de retorno (TIR). Constituye la tasa de rendimiento el mismo que será ofertado en el proyecto, se lo considera también como una tasa de interés la misma que se podría pagarse por un crédito, un primer referente para realizar el cálculo es utilizar la tasa para su actualización el cual es necesario para el cálculo del VAN del proyecto (Pasaca, 2017, p. 115-116).

Fórmula

$$TIR=T_m +DT \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

Donde:

TIR= Tasa Interna de Retorno

T_m= Tasa menor de descuento para actualización

DT= Diferencias de tasas de descuento para actualización

VAN T_m= Valor actual a la tasa menor

VAN T_M= Valor actual a la tasa mayor.

4.2.17.4. Análisis de sensibilidad. Cualquier tipo de análisis, requiere estimaciones sobre algunas variables las mismas que intervienen en el proceso las mismas que pasan por una serie de cambios por las fluctuaciones que se producen durante la vida útil del proyecto, la más importante y de alto impacto es la rentabilidad del proyecto, la finalidad es la medición de la alteración de la rentabilidad (Pasaca, 2017).

Fórmula de Porcentaje de Variación (%V)

$$\%V = (TIR.R / TIR.O) \times 100$$

Fórmula de Valor de Sensibilidad (S)

$$S = (\%V / NTIR.)$$

4.2.17.5. Relación beneficio costo. Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

- Si la relación ingresos/ egresos es = 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es mayor 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es menor 1 el proyecto no es rentable

4.2.17.6. Periodo de recuperación de capital. “Permite conocer el tiempo en el que se recuperara el capital invertido para realizar dicho calculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de inversión” (Pasaca, 2017, p. 122).

Formula

$$PRC = ASI + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum FASI}{FNASI} \right)$$

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.

4.2.18. Analisis PESTEL

Según Amador (2022), el análisis PESTEL es una herramienta estratégica que permite a las organizaciones examinar y evaluar los factores que pueden influir en su negocio tanto en el presente como en el futuro. PESTEL es un acrónimo que abarca seis categorías de factores externos: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Este análisis se

utiliza para analizar cómo estos factores impactan en la situación comercial de la organización. Al explorar estas dimensiones, el análisis PESTEL proporciona una visión integral que revela oportunidades y amenazas que pueden surgir. Los resultados de este análisis son esenciales para llevar a cabo investigaciones de mercado, elaborar estrategias de marketing, desarrollar productos y tomar decisiones más fundamentadas para el beneficio general de la organización.

- **Políticos:** Examina el impacto de factores políticos y gubernamentales en la organización, como políticas fiscales, estabilidad política, regulaciones comerciales y políticas laborales.
- **Económicos:** Evalúa las condiciones económicas que podrían influir en la organización, como tasas de interés, inflación, tasas de cambio, niveles de ingresos y tendencias económicas.
- **Sociales:** Analiza los aspectos socioculturales que pueden afectar a la organización, como valores culturales, demografía, cambios en el estilo de vida, actitudes del consumidor y tendencias sociales.
- **Tecnológicos:** Considera el impacto de avances tecnológicos en la industria y cómo la organización puede adaptarse a ellos. Incluye innovaciones, desarrollos tecnológicos, automatización y cambios en la tecnología de la información.
- **Ecológicos:** Examina el impacto ambiental y las consideraciones relacionadas con la sostenibilidad. Incluye regulaciones ambientales, conciencia ambiental, cambio climático y prácticas sostenibles.
- **Legales:** Analiza el marco legal que puede afectar a la organización, como regulaciones gubernamentales, leyes laborales, normativas de seguridad y cualquier otro aspecto legal relevante.

4.2.19. Matriz Ansoff

Para Ortiz (2013), la Matriz Ansoff, también conocida como la Matriz de Crecimiento, es un modelo estratégico desarrollado por Igor Ansoff. Esta matriz proporciona un marco para que las empresas analicen y elijan entre diversas estrategias de crecimiento. La matriz se compone de cuatro estrategias principales, las cuales se pueden parafrasear de la siguiente manera:

- **Penetración de mercado:** Buscar incrementar las ventas de productos o servicios existentes en los mercados actuales. Se centra en atraer a más clientes o aumentar la frecuencia de compra.
- **Desarrollo de productos:** Concentrarse en la introducción de nuevos productos o mejoras significativas en los productos existentes. El objetivo es atraer a los clientes existentes y captar nuevos segmentos de mercado.
- **Desarrollo de mercado:** Buscar expandir la presencia de la empresa llegando a nuevos segmentos de mercado o a nuevas geografías. Implica llevar los productos o servicios existentes a áreas donde la empresa aún no tiene presencia.
- **Diversificación:** Explorar nuevas oportunidades de crecimiento a través de la introducción de nuevos productos en nuevos mercados. Puede ser diversificación relacionada (productos o mercados relacionados) o no relacionada (productos o mercados no relacionados).

4.3. Información del producto

4.3.1. *Veganismo*

Según Fuentes (2021), el veganismo es un nuevo estilo de vida que demanda de disciplina y compromiso, debido a que se encuentra en una creciente preocupación y conciencia por el cuidado de la naturaleza y los animales. A lo largo de los años 2000 se pudo determinar que, gracias a la globalización y los avances tecnológicos, se ha ido fortaleciendo el compromiso de una población más joven respecto a su interés por crear un impacto positivo al planeta.

El veganismo es un movimiento político favorable a los derechos de los animales que se practica sobre la base de ciertas reglas en el consumo de fuertes valores morales.

4.3.2. *Orígenes del veganismo*

El término vegano fue propuesto por Donald Watson y su esposa Elsie Shrigley 1910-2005 en el primer número de Vegan News, en el año 1944, en donde se puede diferenciar de manera clara el vegetarianismo del veganismo, siendo el primero, en muchos casos, solo una dieta: un vegetariano es aquel que se abstiene de comer animales, pero generalmente sólo por motivaciones de salud o ecológicas, sin llevar necesariamente su decisión a otras instancias de consumo, como para que su dieta pueda convertirse en un estilo de vida basado en la ética. Esta amplitud del

concepto como algo que supera meramente una forma de alimentación es remarcada en las definiciones completas del veganismo como leemos en la siguiente cita: “Debido a que el veganismo abarca todos los aspectos de la vida diaria, no sólo la dieta, es inexacto que las personas se definan como [vegana] simplemente porque han adoptado el modo de comer vegan” (Stepaniak, citado en McDonald, 2000, p. 3).

Sin embargo, el término no contaba con una definición oficial. Para esto, en 1949 Leslie Cross publicaba el artículo *In search of Veganism* como una forma de establecer la definición de veganismo como: “el principio de la emancipación de los animales de la explotación a la que les somete el hombre”.

4.3.3. Embutidos

Se conoce como embutidos los productos y derivados cárnicos preparados a partir de una mezcla de carne picada, grasas, sal, condimentos, especias y aditivos e introducidos en tripas naturales o artificiales (Jiménez y Carballo, 2021). Mediante un estudio realizado de la OMS considera que carne procesada es "cualquier tipo de carne que ha sido transformada con salazón, curado, fermentación, ahumado u otros procesos para mejorar el sabor y preservar el alimento" (Martín, 2015, p. 2). Esto incluiría beicon, salchichas, hamburguesas y también embutidos; ahora que es importante mencionar en este punto que es diferente referirnos a productos embutidos y no embutidos: el embutido es un producto procesado crudo o cocido, ahumado o no, introducido a presión en tripas; aunque en el momento de expendio o consumo carezca de la envoltura empleada. Mientras que el no embutido, es un producto cárnico procesado crudo o cocido que en su proceso de elaboración no se introduce en tripas.

Con respeto al contenido de grasa, la cantidad establecida en la Norma (INEN Ecuador (1344:96), 1996) refiere que no debe ser mayor a 20%. Los embutidos son elaboraciones las cuales podemos consumirlas de forma curada o aplicando técnicas de cocción, pudiéndose hervir, freír, hornear y someterlo al calor de las brasas en la parrilla. No obstante, al contener cantidades elevadas de grasa y sal son productos que deben de ser consumidos con moderación, por eso es importante saber cómo es su proceso de elaboración y saber si pasan por algún proceso adicional (Normalización INEN, 2018).

4.3.4. Longaniza

La longaniza es un embutido que se consume en todo el territorio ecuatoriano. Pero principalmente se elabora en las provincias de Manabí y Loja. Las personas dedicadas a esta actividad mencionan que la elaboración de longaniza forma parte de tradiciones y costumbres antiguas. Los usos gastronómicos de la longaniza dependerán del lugar en donde se prepare con la finalidad de consumirla. La longaniza preparada en la región costa se suele degustar con arroz, menestra, verde frito, yuca frita, choclo asado y ensaladas. Y las longanizas 18 preparadas en la región sierra por lo general se acompaña con tortilla de papa, mote, maíz tostado, arroz y ensaladas (López, 2020).

4.3.5. Procedencia de la quinua

En Ecuador, la quinua es cultivada por pequeños hogares y comunidades indígenas en las provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Carchi, Imbabura y Pichincha. El 95% de la tierra agrícola es de propiedad privada, el resto pertenece a arrendatarios. En 2018, el 36% de los cultivos de quinua se realizaron en Chimborazo y el 24% en Imbabura (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018). Su altura de 2.500 a 3.200 metros les permite obtener la temperatura adecuada para la producción de quinua orgánica (Peralta, 2009).

4.3.5.1. Composición nutricional de la quinua. La quinua es un alimento con un alto valor nutricional, primeramente, por su mayor contenido de proteína (14 –18%). El valor proteico de un alimento se mide con base a dos intervalos: el balance de los aminoácidos y el contenido de los llamados aminoácidos esenciales. Debido a que la quinua es un cereal que sobrepasa estos dos factores, puesto que contiene 16 de los 24 aminoácidos existentes. Por otro lado, la quinua posee hierro, calcio, fósforo, zinc aportando vitaminas, minerales que cuenta con un gran soporte en fibra soluble o insoluble (Peralta, 2018).

4.3.6. Procedencia de los champiñones

La producción nacional de champiñones está enfocada entre las provincias de Pichincha y Carchi para el consumo de los habitantes del Ecuador; esta producción es del 80%, siendo el 20% restante procedente de otros países según el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

4.3.6.1. Beneficios de los champiñones. El champiñón es un hongo formado por un sombrero de forma semiesférica o plana y pie cilíndrico, normalmente blanco. Se puede consumir

tanto crudo como cocinado en numerosos platos y resulta adecuado para dietas bajas en calorías. Los champiñones son bajos en calorías por lo que se recomiendan en dietas hipocalóricas. Además, aportan proteínas, vitaminas, sobre todo del grupo B, minerales y fibra (Medail, 2022).

4.3.6.2. Proceso del producto. El proceso del producto de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones es el siguiente:

- **Recepción de la materia prima:** Es un proceso que implica la aceptación y entrega de materiales necesarios para la fabricación de un producto.
La quinua es la principal materia prima para la elaboración de la longaniza vegana; secundarios (champiñones), mismos que contiene un alto valor nutricional.
- **Cocción:** Es el acto de cocinar que utiliza el calor para hacer los alimentos ricos, apetecibles, comestibles y digeribles, al tiempo que lo conserva.
En una olla de presión de 40 litros se coloca directamente la quinua durante 30 minutos, seguidamente procedemos a saltear los champiñones con aceite de oliva, durante un tiempo determinado.
- **Picado y mezcla de ingredientes:** Proceso de disolver, emulsionar una serie de alimentos e ingredientes.
Picamos las verduras requeridas y mezclamos en una olla inoxidable conjuntamente con los condimentos y los ingredientes mencionados anteriormente, a lo cual se procede a hervir durante cinco minutos.
- **Enfriamiento:** Consiste en conservar los alimentos en una temperatura media
Dejar reposar durante 30 minutos para proceder al empaquetado.
- **Empaquetado:** Para empacar el producto se hace uso primeramente de una envoltura de vegetal. Se los realiza por un empaquetado al vacío para lograr conservar el producto.
- **Etiquetado:** Este permite conocer el alimento, origen, su modo de conservación, los ingredientes que lo componen o los nutrientes que aportan para el consumidor.
Se coloca las etiquetas en cada empaque de la longaniza vegana.
- **Almacenamiento:** Es la acción de entrada y salida del producto para su venta o distribución.

5. Metodología

5.1. Área de estudio

El estudio se lo realizó en la ciudad de Loja con sus coordenadas geográficas de Loja se encuentran en la latitud -3.99313 y longitud -79.20422, hace parte del continente de América del sur y ubicado en el hemisferio sur.

5.2. Enfoque metodológico

En el desarrollo de la investigación se utilizó los siguientes enfoques.

- **Enfoque cuantitativo**

Este enfoque permitió la aplicación de encuestas a un cierto número de personas, con el fin de obtener respuestas cuantitativas precisas, mediante los cuales se obtuvo información relevante.

- **Enfoque cualitativo**

Se obtuvo los datos necesarios acerca del producto a través de una entrevista, la cual permitió recopilar información necesaria para conocer la oferta de hoy en día del producto.

5.3. Tipo de investigación

- **Exploratorio:** permitió puntualizar los temas de estudio por lo que se hizo uso de los libros, revistas, artículos científicos etc.
- **Descriptivo:** ayudo a determinar la información cuantitativa de los principales estudios a tratar: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, el estudio y evaluación financieros de esta forma llevar un orden sistemático en el proyecto.

5.4. Instrumentos de investigación

Las técnicas que se utilizarán dentro del proyecto de investigación se muestran a continuación:

- **Encuesta:** La encuesta permitió recopilar información del mercado consumidor de productos veganos en la ciudad de Loja, la cual proporcionó información de los gustos y preferencias, así como del producto (longaniza vegana) inexistente en el mercado lojano.
- **Observación directa:** Mediante esta técnica se determinó de forma directa a la demanda como la oferta de mercado.
- **Entrevista:** Se aplicó la entrevista con la finalidad de conocer la demanda diaria, cuáles son sus clientes potenciales y entre otras variables.
- **Bibliografía:** Esta técnica consiste en la correlación de información secundaria, la cual se obtiene a través de libros, revistas, folletos, artículos científicos etc., y que represento un soporte significativo a este trabajo, en el marco referencial y marco teórico.

5.5. Fuentes de información

Para la realización del proyecto se usó información de dos fuentes:

- **Primarias:** Se basa en información básica obtenida directamente de los partícipes de la investigación, dado a que las herramientas anteriores se utilizan para recopilar datos precisos sobre cómo se encuentra la oferta y demanda del producto en la ciudad.
- **Secundarias:** Son las referencias bibliográficas utilizadas anteriormente como: proyectos similares de factibilidad, revistas, libros, sitios web, artículos científicos para esto se pudo recabar la información necesaria.

5.6. Proceso de muestreo

De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INEC) en su último censo realizado en el 2010, la población de la ciudad de Loja es de 170.280 habitantes dividida para cuatro miembros por familia que es el promedio de 4.257 de familias y su tasa de crecimiento 2.65%, en el presente proyecto se proyectó el número de familias desde el último censo del año 2010 al 2022.

Se ha considera como población objetivo al segmento poblacional de familias de la ciudad de Loja, que para el momento de realizar la proyección basándonos en datos y proyecciones del

censo 2010 del INEC representaban a 4 integrantes por familia. Productos como la longaniza o los embutidos en general tienen una lógica de consumo y compra a nivel familiar.

A continuación, se detallada el procedimiento de universo por familias:

Pf= Población final

Po= Población inicial

n= Número de años

I= Constante matemática

Población final

$$Pf = (1 + i) n$$

$$Pf = Po 2010(1 + 0.0265)^{12}$$

$$Pf = 170.280 (1.0265)^{12}$$

$$Pf = 170.280 (1,36869740)$$

$$Pf = 23.3062 (2022) \text{ habitantes.}$$

Por lo tanto, para el año 2022 se estimó que la población de la ciudad de Loja es de 23.3062 habitantes.

Tabla 1

Proyecciones de las familias de Loja

Año	Población	Tasa de Crecimiento	Integrantes por familia	Nro. de familias
2010	170.280	0,0265	4	42570
2011	174792	0,0265	4	43698
2012	179424	0,0265	4	44856
2013	184179	0,0265	4	46045
2014	189060	0,0265	4	47265
2015	194070	0,0265	4	48518
2016	199213	0,0265	4	49803
2017	204492	0,0265	4	51123
2018	209911	0,0265	4	52478
2019	215474	0,0265	4	53868
2020	221184	0,0265	4	55296
2021	227045	0,0265	4	56761

2022	233.062	0,0265	4	58265
------	---------	--------	---	-------

Nota. Datos tomados del INEC censo (2010)

Tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Número de elementos del universo

Z 2= Valor crítico (1,96)

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E2 = Margen de error (0,05)

(N-1) = Factor de corrección

N= población total. 58.265

Se aplica la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2(0,5)(0,5)(58.265)}{0,05^2(58.265-1) + (1.96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{55.957}{0,0025(58.264) + (3.8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{55.957}{146.62}$$

$$n = 383$$

Para aplicar las encuestas con base a la muestra obtenida se procedió a realizar un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple entre la población de familias de la ciudad de Loja.

Al concluir con el tamaño de muestra se determina que se debe aplicar 383 encuestas a las familias de la ciudad de Loja, mismo que nos permitirá conocer la aceptación de la longaniza vegana. Para la respectiva investigación se usó el método probabilístico aleatorio simple.

5.7. Procedimiento

Se obtuvo datos precisos mediante la aplicación de encuestas y una entrevista, por consiguiente, se procedió a realizar tablas y figuras con sus respectivos análisis estadísticos para determinar la oferta y demanda insatisfecha con la finalidad de establecer nuevas estrategias de mercado.

Dentro del estudio técnico se hizo un análisis del tamaño y localización del proyecto, tomando en cuenta los factores que se consideran en el estudio; se establecerá el análisis de ingeniería del proyecto entre ellos: el componente tecnológico, el proceso productivo, los flujogramas de procesos entre otros.

Se estableció la constitución legal, la estructura Orgánica – Funcional y manuales de funciones de la empresa en estudio. Dado esto se realizó un análisis económico – financiero para conocer el monto de la inversión y la manera de cómo se va a financiar la empresa: así como también se desarrolló en base a esta información los presupuestos de ingresos y gastos.

Entre los bancos del Ecuador tenemos el: Banco Pichincha, Banco Loja, Banco de Fomento. Por lo que se acudió al banco de Loja con el 12% de tasa de interés

Una vez recabada esta información se realizó los cálculos financieros como son: VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, PRC y Análisis de Sensibilidad, ya que se los elabora en base al flujo de caja. Finalmente, se concluyó con las conclusiones y recomendación.

6. Resultados

Para realizar la investigación a los ofertantes, se tomó en cuenta SUPERMAXI de la ciudad de Loja, siendo el único supermercado en ofertar este tipo de productos, mismo que supo dar la información necesaria acerca de la oferta de embutidos veganos. De los cuales, se los detalla a continuación:

Tabla 2

Supermercados de la ciudad de Loja - Tasa de crecimiento 3,5%

SUPERMAXI
Salchicha vegana
Chorizo parrillero vegano

Nota. Datos obtenidos de la entrevista realizada.

De acuerdo con datos realizados en el año 2021 por el INEC la tasa de crecimiento de los supermercados en la Ciudad de Loja es de 3,5%, lo cual se tomó como referencia para el presente estudio.

6.1. Resultados de las encuestas

A continuación, se mostrarán los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas en la ciudad de Loja mediante tablas y gráficos estadísticos que permitirán realizar un análisis efectivo y preciso en cuando a la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

1. ¿En su familia consumen embutidos veganos?

Tabla 3

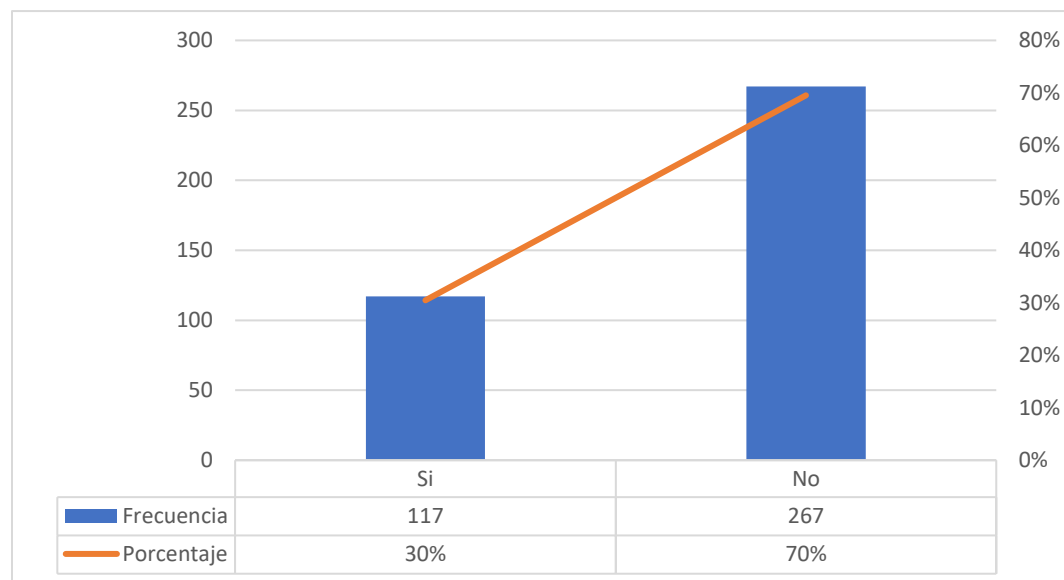
Consumo de embutidos veganos

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	117	30%
No	267	70%
Total	384	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 1

Consumo de embutidos veganos



Nota. La figura muestra el consumo de embutidos veganos.

Análisis

De los 384 encuestados de la ciudad de Loja que representa el 100%, el 30% afirman que, si consumen embutidos veganos, mientras que el 70% respondió que no consumen, en la que se puede deducir que más del 50% no consumen embutidos veganos, acogiendo estos resultados de la población de la ciudad de Loja tiene un bajo consumo de embutidos veganos. En esta pregunta se determinó la demanda potencial primera segmentación para el estudio de mercado.

2. ¿Qué tipo de embutidos veganos ha consumido?

Tabla 4

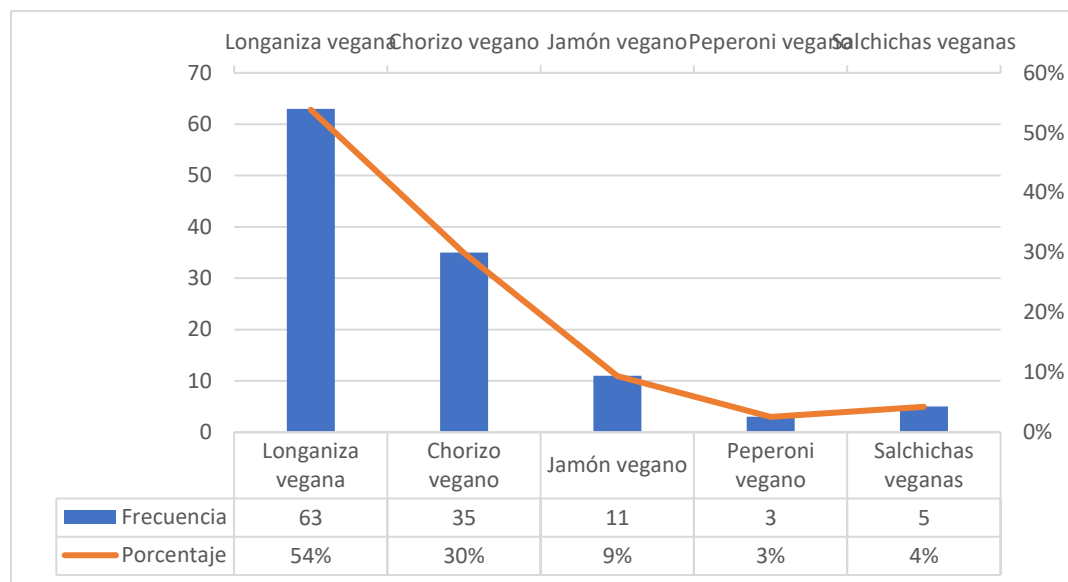
Embutidos veganos de más consumo

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Longaniza vegana	63	54%
Chorizo vegano	35	30%
Jamón vegano	11	9%
Pepperoni vegano	3	3%
Salchichas veganas	5	4%
Total	117	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 2

Embutidos veganos de más consumo



Nota. La figura muestra el embutido vegano de preferencia de la ciudadanía.

Análisis

De los 136 encuestados que, si consumen embutidos veganos dentro de la ciudad de Loja, se obtiene que prefieren consumir longaniza vegana en un 54%, seguido el chorizo vegano con el 26%, jamón vegano con el 9%, salchichas veganas con el 4% y pepperoni vegano con el 2%, se puede detectar que mayor preferencia que tienen es el consumo de longaniza vegana siendo un embutido más conocido.

3. ¿Qué cantidad de embutido vegano de 300g consume semanalmente?

Tabla 5

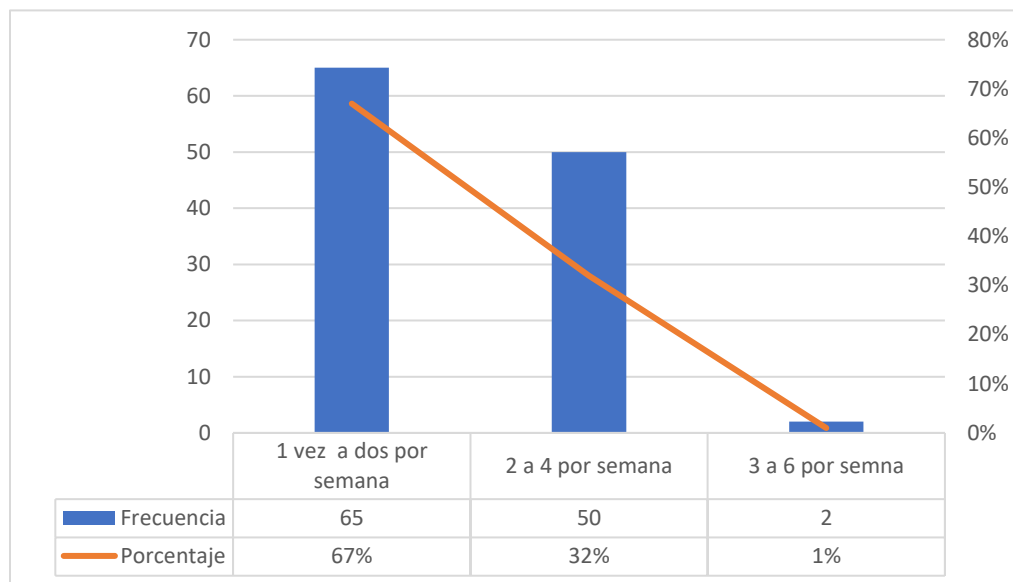
Consumo semanal de embutido vegano

Variables	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 veces por semana	65	67%
2 a 4 veces por semana	50	32%
3 a 6 veces por semana	2	1%
Total	117	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 3

Consumo de embutido vegano



Análisis

El 67% representa que consumen 1 a 2 veces por semana la cantidad de embutido vegano de 300g los miembros de las familias de la ciudad de Loja, 2 a 4 veces por semana el 32% y el 1% 3 a 6 veces por semana. A lo que se concluye que los miembros de las familias de la ciudad de Loja consumen embutidos veganos solamente una vez a la semana.

4. ¿Cuánto paga por el embutido vegano de 300g?

Tabla 6

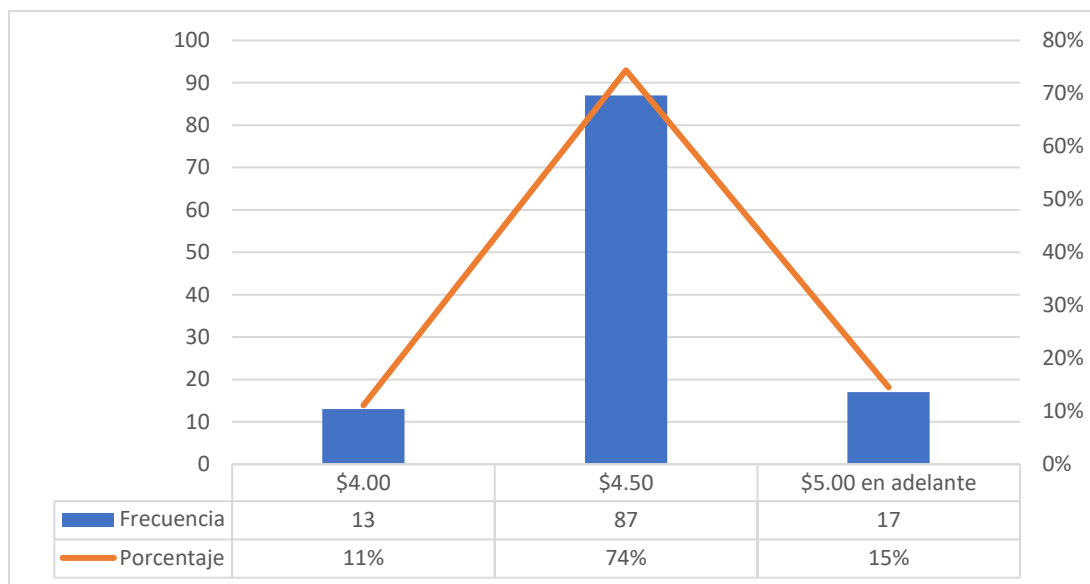
Precio del embutido a pagar en la localidad

Variables	Frecuencia	Porcentaje
\$ 4,00	13	11%
\$ 4,50	87	74%
\$ 5,00 en adelante	17	15%
Total	117	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 4

Precio del embutido vegano que paga



Nota. La figura muestra el precio del embutido vegano que pagan.

Análisis

Los resultados que pagan por el embutido vegano representan que el 76% paga en un precio de \$ 4,50 seguido con el 14% que pagan \$ 5,00 en adelante, el 10% tiene como precio a pagar de \$ 4,00 dólares, por el embutido vegano que adquieren en la localidad.

5. De las marcas existentes ¿Cuál es la de su preferencia?

Tabla 7

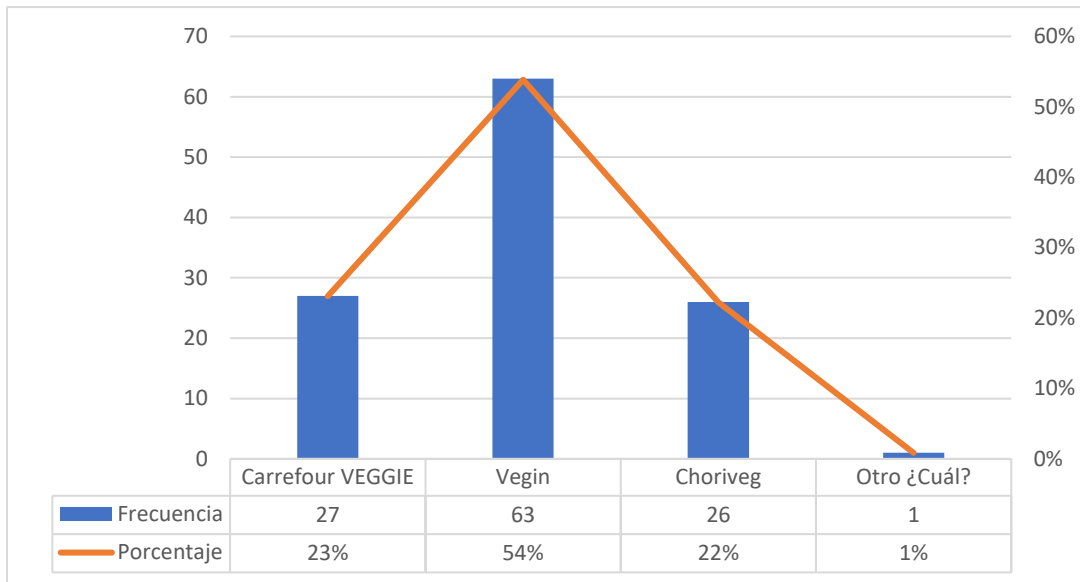
Preferencias de marca

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Carrefour VEGGIE	27	23%
Vegin	63	54%
Choriveg	26	22%
Otro	1	1%
Total	117	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 5

Preferencias de marca



Nota. La figura muestra las marcas de preferencia de los consumidores de embutido vegano.

Análisis

Con respecto a las marcas que más preferencia tienen los consumidores representa que el 56% prefieren el embutido vegano de la marca Vegin, el 22% prefieren la marca de Carrefour VEGGIE, el 21% la marca Choriveg, el 1% consumen otra marca, lo que significa que más preferencia de la marca de embutidos veganos es Vegin.

6. ¿Usted consumiría la longaniza vegana elaborado a base de quinua con champiñones?

Tabla 8

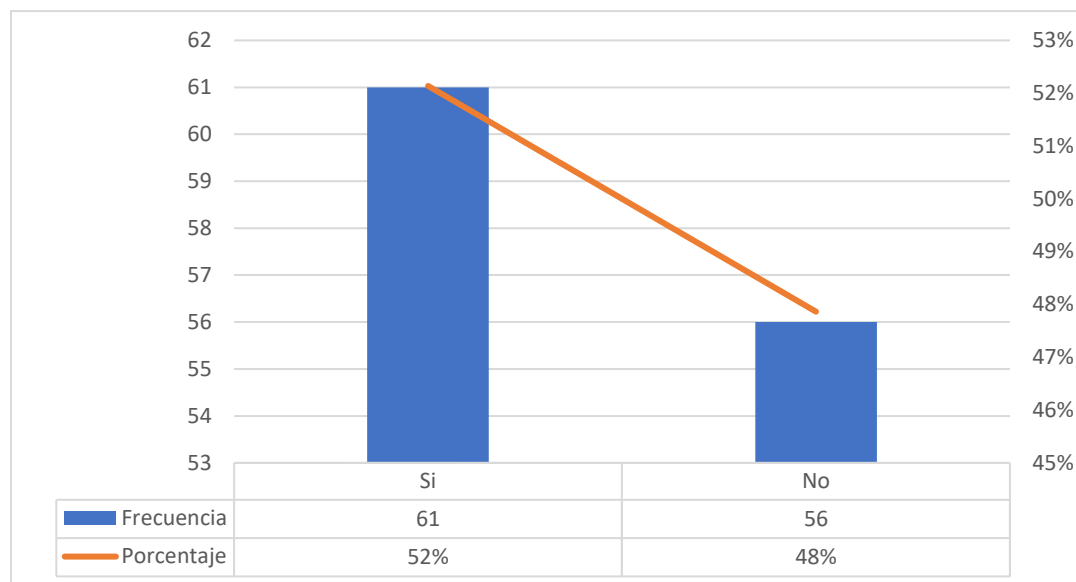
Consumo de longaniza vegana a base de quinua con champiñones

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	61	52%
No	56	48%
Total	117	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 6

Consumo de longaniza vegana a base de quinua con champiñones



Nota. La figura muestra quienes consumirían de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones.

Análisis

Se determinó que el 79% si estaría dispuesto a consumir la longaniza vegana a base de quinua con champiñones y el 21% que no. Esta pregunta es una parte de segmentación para determinar la demanda real, enfocado al estudio de mercado, debido a que toma a las personas que si consumirían la longaniza vegana a base de quinua con champiñones.

7. ¿Normalmente en qué lugar adquiere el producto?

Tabla 9

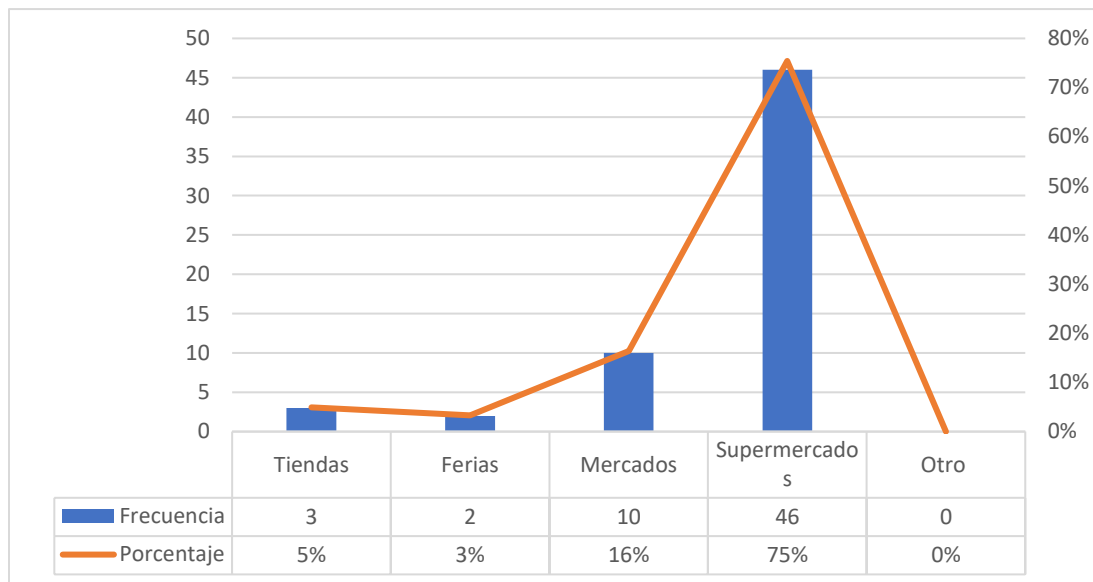
Lugares que compra los embutidos veganos

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	3	5%
Ferias	2	3%
Mercados	10	16%
Supermercados	46	75%
Otro	0	0%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja

Figura 7

Lugares de compra de los embutidos veganos



Nota. La figura muestra los lugares en donde adquieren el producto.

Análisis

El 81% de los encuestados prefieren comprar los embutidos veganos en los Supermercados, seguida con el 13% en Mercados, el 4% en tiendas, el 2% en ferias a lo que se concluye que la mayor parte de las familias de la ciudad de Loja prefieren adquirir el producto dentro de los supermercados.

- 8. En caso de implementar una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?**

Tabla 10

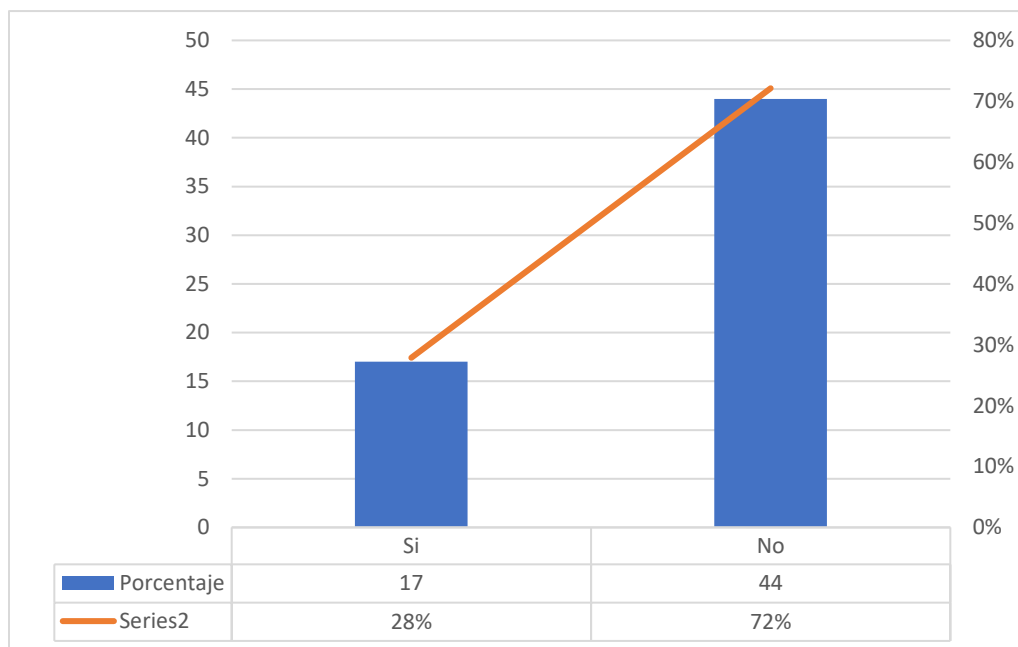
Implementación de la nueva empresa

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	17	28%
No	44	72%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 8

Implementación de la nueva empresa



Nota. La figura muestra la implementación de la nueva empresa.

Análisis

Los resultados muestran que de las 136 personas que consumirían la longaniza vegana a base de quinua con champiñones el 42% estarían dispuestos a ser clientes y a consumir el producto, mientras tanto el 58% no estarían dispuestos a comprar el producto.

9. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la Longaniza vegana?

Tabla 11

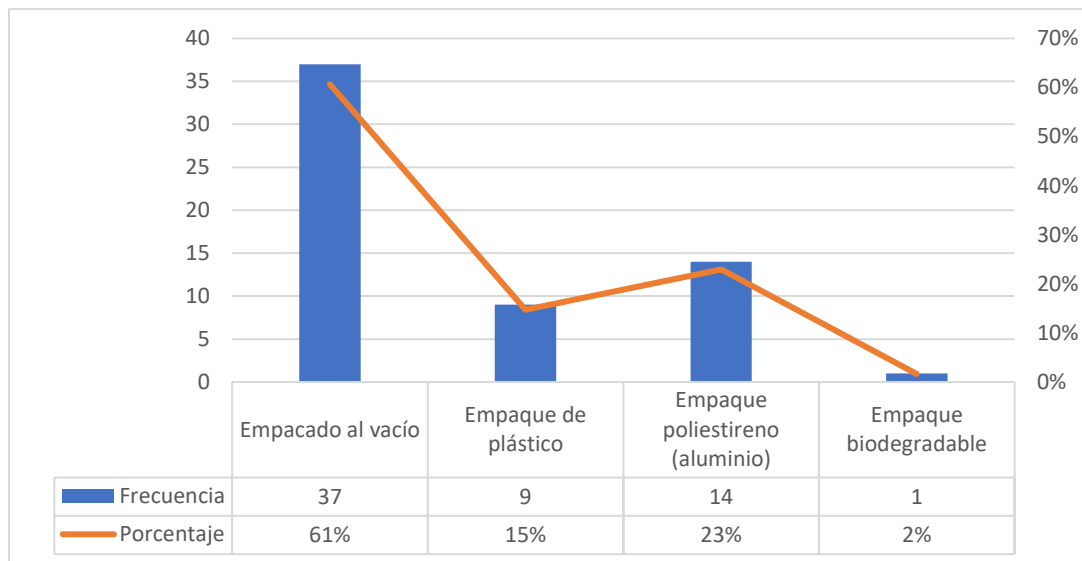
Empaque de presentación de la longaniza

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Empacado al vacío	37	61%
Empaque de plástico	9	15%
Empaque poliestireno (aluminio)	14	23%
Empaque biodegradable	1	2%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 9

Empaque de presentación de la longaniza vegana



Nota. La figura muestra la presentación del empaque.

Análisis

El 66% de las familias de la ciudad de Loja prefieren adquirir la longaniza vegana al empacado al vacío, mientras que el 19% empaque de plástico, Empaque poliestireno (aluminio) el 15% y el 1% empaque biodegradable. Estos resultados muestran las preferencias que los consumidores de la ciudad de Loja tienen en cuenta al momento de adquirir el producto de su preferencia.

10. Al momento de adquirir la longaniza vegana ¿Qué característica considera de mayor relevancia?

Tabla 12

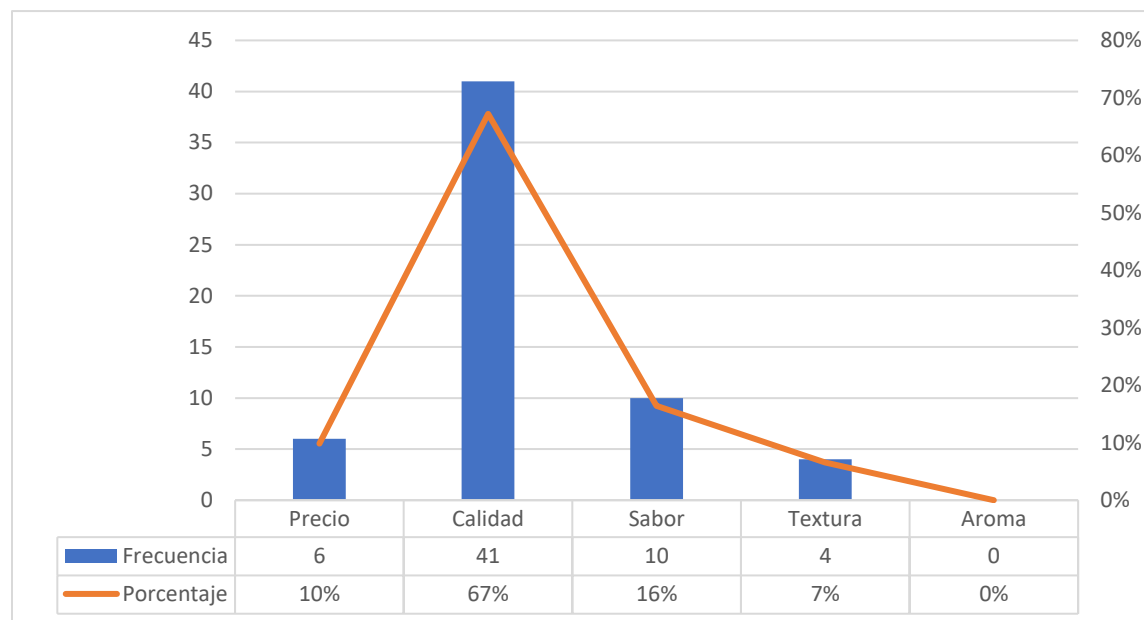
Características de la longaniza vegana

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Precio	6	10%
Calidad	41	67%
Sabor	10	16%
Textura	4	7%
Marca	0	0%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 10

Características de la longaniza vegana



Nota. La figura muestra las características más consideraras por el cliente.

Análisis

Los resultados reflejan que el 64% está en calidad, 23% en sabor, el 9% en el precio al momento de adquirirlo, el 4% la textura del producto.

11. ¿Cuánto le gustaría pagar por el producto de 300g?

Tabla 13

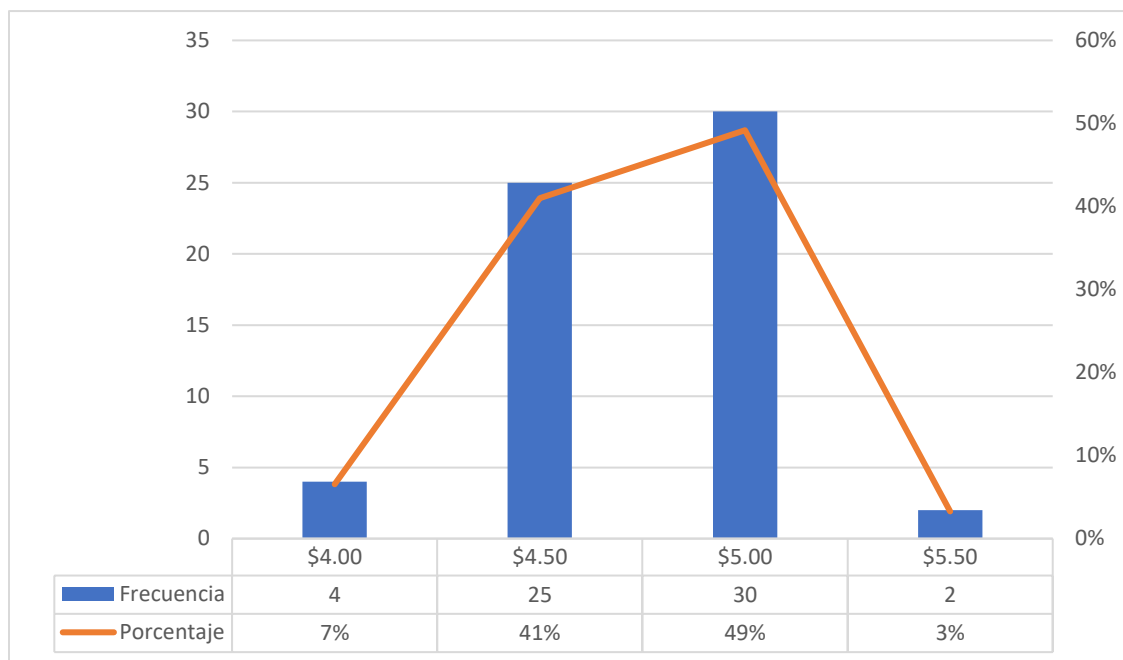
Precio que pagarían por el producto

Variables	Frecuencia	Porcentaje
\$ 4,00	4	7%
\$ 4,50	25	41%
\$ 5,00	30	49%
\$ 5,50	2	3%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 11

Precio que pagarían por el producto



Nota. La figura muestra el precio que pagarán por el embutido vegano.

Análisis

El 46% manifiesta que estarían dispuestos a pagar la longaniza vegana en un precio de 5,00 dólares americanos, el 45% pagaría 4,50 dólares, el 6% pagaría 4,00 y el 6% 5,50 dólares.

12. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir?

Tabla 14

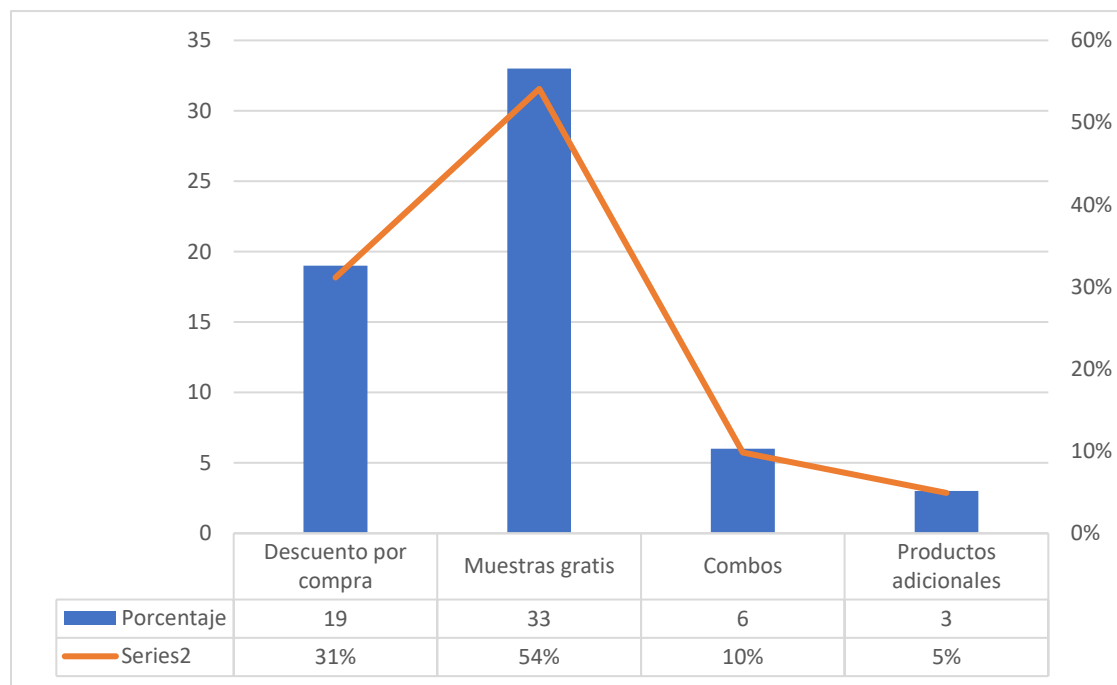
Promociones al comprar el embutido vegano

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Descuento en compra	19	31%
Muestras gratis	33	54%
Combos	6	10%
Productos adicionales	3	5%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 12

Promociones al comprar la longaniza vegana



Nota. La figura muestra las promociones al comprar la longaniza vegana.

Análisis

La ciudadanía manifiesta que el 50% prefieren promociones mediante muestras gratis, el 36% descuentos por compra, 10% combos y el 4% productos adicionales.

13. ¿En qué red social le gustaría recibir información sobre la longaniza vegana?

Tabla 15

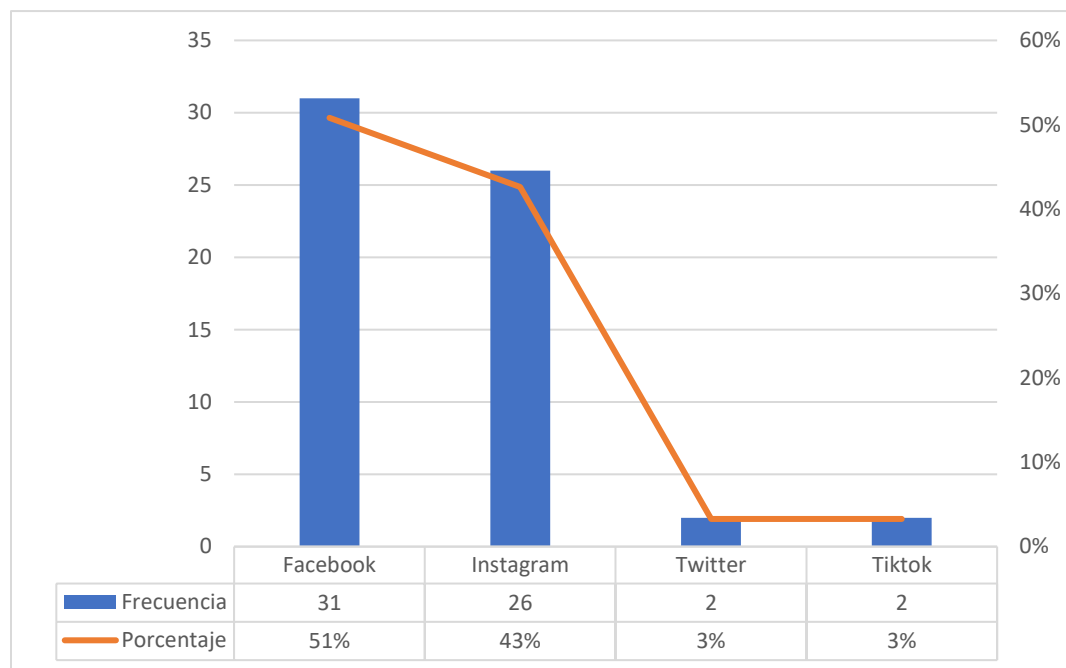
Medios de comunicación

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	31	51%
Instagram	26	43%
Twitter	2	3%
Tik Tok	2	3%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 13

Medios de comunicación



Nota. La figura muestra el medio de comunicación.

Análisis

La ciudadanía encuestada prefiere informarse por las redes sociales con mayor frecuencia que es Facebook con el 61%, seguida por Instagram con el 34%, Twitter con el 3% y tik tok con el 2%, siendo este tipo de comunicación más utilizado por las personas hoy en día.

14. ¿En qué horario usted accede a las redes sociales?

Tabla 16

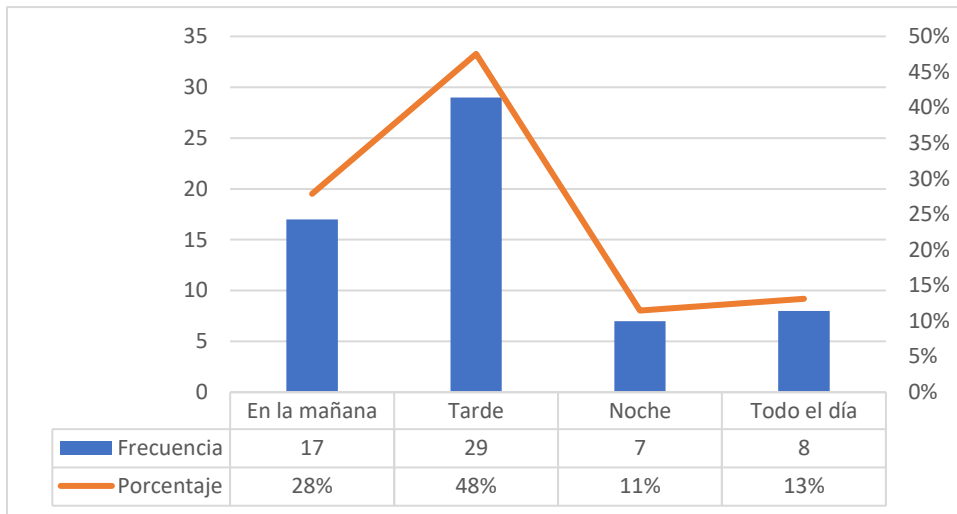
Horario más utilizado

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	17	28%
Tarde	29	48%
Noche	7	11%
Todo el día	18	13%
Total	61	100%

Nota. Encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Loja.

Figura 14

Horario más utilizado



Nota. La figura muestra el horario más utilizado.

Análisis

El 41% de los encuestados manifiestan que utilizan las redes sociales con mayor frecuencia en el horario de la tarde, seguida con la mañana con un 31%, en la noche con el 15% y en todo el día el 10%, sirviendo como referencia para dar a conocer el producto de longaniza vegana.

6.2. Entrevista realizada al encargado de la sección de carnes y embutidos

La entrevista fue realizada al encargado de la sección de carnes y embutidos del SUPERMAXI de la ciudad de Loja supo manifestar que entre el embutido vegano más vendidos tienen la salchicha vegana de hot dog y el chorizo vegano parrillero con una venta diaria de 25 cajas, cada una tiene el valor de \$ 4.50 dólares americanos la cual se la vende en una presentación de una caja de cartón de 250gr siendo la adecuada para el mismo.

Dado a la investigación correspondiente se concluyó que es el único supermercado en la ciudad de Loja que comercializa este tipo de productos veganos obteniendo directamente de los productores, además que entre sus clientes potenciales están entre los extranjeros, deportistas y personas que les gusten llevar una alimentación sana que les beneficie para su salud. Así mismo nos respondió que están en proceso para poner a la venta deditos a base de quinua, fritada a base de cereales y milanesas veganas las cuales contienen un alto valor de proteína.

7. Discusión

7.1. Estudio de mercado

En el presente estudio de mercado nos permite recopilar datos, análisis y proyecciones sobre la oferta y la demanda del producto en el mercado, con el respectivo estudio permitirá conocer si la longaniza vegana a base de quinua con champiñones tiene una considerable aceptación, para con ello detectar los posibles clientes del producto a elaborar, el precio que estaría dispuestos a pagar por el mismo, identificación de los canales de distribución que se utilizará, el lugar donde los clientes prefieren realizar su compra y que tipo de promociones le gusta al adquirir el producto.

A través de las encuestas aplicadas en la ciudad de Loja se ha determinado que el 35% de las familias de Loja consume embutidos veganos, el 88% de las familias de la ciudad de Loja están dispuestos a consumir la longaniza vegana a base de quinua con champiñones y por último el 40% les gustaría adquirir el producto si se implementara una empresa productora y comercializadora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones por lo que la mayor parte de los encuestados estarían dispuestos adquirir el producto en los supermercados y conocerlo mediante la red social de Facebook e Instagram con la información requerida.

Así mismo se realizó un análisis PESTEL, con la finalidad de identificar las fuerzas externas y a la vez conocer el contexto de la empresa: A continuación, se presenta el respectivo estudio desarrollado.

Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta de análisis estratégico que analiza el entorno macroeconómico en el que se opera la empresa. Permite detectar factores externos sobre los que la empresa no tiene influencia, por lo que identifica las posibles amenazas y oportunidades que la empresa podría tener. Dicho análisis consta de una serie de factores que permitirán a la empresa entender el entorno y, por consiguiente, saber cómo puede verse afectado por él, como puede reaccionar y como puede desenvolverse en él.

Político

El gobierno actual de Ecuador está trabajando en la recuperación económica después de los efectos negativos en el comercio provocados por la pandemia del Covid-19. Este esfuerzo se

lleva a cabo mediante la aplicación de la “Estrategia Ecuador Emprendedor, Innovador y sostenible” (EEIS) 2030, que impulsa la Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI). Mediante las políticas que beneficien al comercio fundamental para fomentar el crecimiento de los emprendimientos del país.

Económico

El efecto de los aranceles hacia el emprendedor es evidente y directo, por lo que conlleva una consecuencia al incremento del precio de las materias primas.

El impuesto a la renta afecta a los emprendedores, debido a que una parte de sus ganancias está sujeta a tributación y deben declarar y pagar el impuesto a la renta sobre sus utilidades. Además, los emprendedores deben cumplir con diversas obligaciones formales, como presentar declaraciones periódicas, llevar registros contables y emitir comprobantes de venta electrónicos, en caso de no cumplimiento de estas obligaciones puede resultar en sanciones o multas.

Social

Dado a la pandemia del Covid-19 gran parte de la población tiene el interés en la adquisición de alimentos saludables y naturales. Las personas están optando por un nuevo estilo de vida, es decir mejorando sus hábitos alimenticios, llevando una dieta sana, equilibrada que le beneficie a su salud.

El emprendimiento también se lo realiza con la finalidad de generar mano de obra, creando así fuentes de trabajo con la finalidad de mejorar la calidad de vida tanto del propietario como para las personas que trabajan para él.

Tecnológico

El avance de la tecnología incrementa las oportunidades de acceso de información y virilización de datos.

A través de la IA se podría llevar un mejor marketing haciendo uso de las plataformas de publicidad manteniendo informado de las nuevas actualizaciones y cambios del mercado, asegurando una publicidad enfocada al segmento de mercado seleccionado.

Ecológico

La IA ayuda optimizar procesos de producción reduciendo el desperdicio de recursos y minimizando el impacto ambiental, desarrollando una eficiente gestión de cadena de suministro, asegurando el abastecimiento sostenible de ingredientes y reduciendo la huella ecológica.

El diseño de productos sostenibles a través de la IA puede contribuir al diseño de productos veganos más sostenibles al analizar y sugerir alternativas de ingredientes que tengan un menor impacto al ambiente.

Legal

Las leyes pueden tener un impacto significativo en un emprendimiento, ya que establecen leyes y regulaciones que deben seguirse en el ámbito empresarial. Estas leyes abarcan una amplia gama de áreas, como la constitución de la empresa, la contratación de los derechos de la propiedad intelectual y la contratación de empleados a lo que estas leyes acatan dentro de la empresa.

Mercado demandante

La longaniza vegana a base de quinua con champiñones tiene como mercado principal a las familias de la ciudad de Loja comprendida por cuatro integrantes en cada hogar, debido a que es un producto 100% natural que aporta proteínas, vitaminas que nos ayudan a llevar una alimentación sana, está se la puede degustar ya sea en reuniones familiares o entre amigos acompañada con ensaladas, salsas entre otras; siendo un alimento saludable que brinda muchos beneficios para cualquier persona que lo desee consumir por lo que contiene un alto nivel de valor nutricional.

Análisis de la demanda

Mediante el análisis de la demanda se conocerá la demanda potencial, real y efectiva, misma que determinar la situación actual de la demanda del producto a ofertar y la cantidad considerable del producto requerido en el mercado, con la finalidad de saber la demanda insatisfecha del producto de acuerdo con el análisis de la oferta.

Demanda potencial

Para determinar la demanda potencial se tomará en cuenta la población de la ciudad de Loja por familias lo cual según los datos del INEC en el año 2010 existían 170.280 habitantes dividida por los cuatro miembros por familia que es el promedio de miembros por familia, es por ello que para proyectar la población de la ciudad de Loja, desde el año 2010 hasta el año 2022, se toma como referencia el número total de familias del año 2010 y se aplica la tasa de crecimiento establecida por el INEC, misma que es de **2.65 %** $\text{Número de familias} = \text{Población} / \text{número de miembros de una familia}$. $\text{Número de habitantes proyectado 2022 (233.062) / Número de familias} = 233.062 / 4 \text{ familias} = 58.265$.

En la tabla 1 hace referencia a la demanda potencial con un porcentaje del 30% que consumen embutidos veganos, considerando como los demandantes potenciales, lo cual se toma el dato de la población de la ciudad de Loja proyectada para el 2022, es decir para sacar el año 0 la demanda potencial sería:

$$58.265 \text{ habitantes} * 30\% = 17.480 \text{ demandantes potenciales.}$$

Tabla 17

Demanda potencial

Año	Población 2,65% (tasa de crecimiento anual)	Demanda potencial 30%
0	58.265	17.480
1	59.809	17.943
2	61.394	18.418
3	63.021	18.906
4	64.691	19.407
5	66.406	19.922

Nota. Datos de la encuesta (tabla 1).

Demanda real

Para determinar la demanda real se debe tomar en cuenta la demanda potencial que es de 58.265 habitantes y multiplicada con el porcentaje de 52% que representa la tabla 6 de las personas que si estarían dispuestos a consumir la longaniza vegana a base de quinua con champiñones se determina como resultado la demanda real de 9.089.

Tabla 18*Demanda real*

Años	Demanda potencial	Demanda Real 52%
0	17.480	9.089
1	17.943	9.330
2	18.418	9.577
3	18.906	9.831
4	19.407	10.092
5	19.922	10.359

Nota. Datos de la encuesta (tabla 6).

Demanda efectiva

Se conoce la demanda efectiva a través del resultado de la demanda real 9.089 multiplicado por el porcentaje de la tabla 8 de la implementación de una empresa de longaniza vegana a base de quinua con champiñones, donde el 28% afirma que, si les gustaría adquirir el producto, haciendo referencia a la demanda efectiva. Para determinar la demanda efectiva proyectada se multiplica la demanda efectiva por el consumo promedio del embutido vegano de acuerdo con la tabla 3.

Tabla 19*Demanda efectiva y demanda efectiva proyectada*

Años	Demanda potencial	Demanda Real (52%)	Demanda efectiva (28)	Consumo promedio anual (unidades 250 gr)	Demanda efectiva proyectada
0	17.480	9.089	2.545	12	30.540
1	17.943	9.330	2.612	12	31.349
2	18.418	9.577	2.682	12	32.180
3	18.906	9.831	2.753	12	33.033
4	19.407	10.092	2.826	12	33.908
5	19.922	10.359	2.901	12	34.807

Nota. Datos de la encuesta (tabla 3 y 8).

Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de un bien o servicio que un productor está dispuesto a llevar al mercado en un período de tiempo dado a un precio determinado.

Es decir, la oferta de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones es un producto nuevo en el mercado lojano debido a que no se lo encuentra comúnmente en los supermercados,

pero existe comercialización de productos similares a lo que conlleva como único oferente a Supermaxi de estos derivados de embutido vegano.

Estimación de la oferta

De acuerdo con los resultados obtenidos de la entrevista aplicada hacia el oferente existente en la localidad se determinó la oferta de productos similares de embutidos veganos siendo información requerida para el proyecto de inversión, seguidamente se detalla:

Tabla 20

Promedio semanal del embutido vegano

Venta de embutido vegano	Días del año	Promedio anual por caja de 250 gr
25	365	9.125

Fuente: La entrevista

Elaborado: La autora

Se determinó que el distribuidor existente tiene una oferta anual de 9.125 cajas de 250gr, para lo cual este resultado se lo obtuvo mediante la multiplicación de la venta diría que es de 25 cajas con una presentación de 250 gr por los 365 días laborables para el año 2022.

Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se la realiza a base de los resultados de la estimación de oferta que de 9.125 cajas de 250gr vendidas anualmente, multiplicando con una tasa de crecimiento de 3,50% en supermercados, y este resultado se lo suma con la estimación de la oferta obteniendo un resultado 9.444 cajas para el año 1.

Tabla 21

Proyección de la oferta anual de la longaniza vegana en la ciudad de Loja

Venta diaria	25
Oferta anual	9.444
Tasa de crecimiento	3,50%

Años	Demanda Efectiva	Oferta
0	30.540	
1	31.349	9125
2	32.180	9444
3	33.033	9775
4	33.908	10117
5	34.807	10471

Nota: Datos obtenidos de la tabla 27.

Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha de la Longaniza vegana a base de quinua con champiñones en la ciudad de Loja se debe tomar en cuenta la fórmula de la Demanda insatisfecha: Oferta-Demanda efectiva ($D_i = O - D_e$) para conocer la cantidad de unidades que se debe producir para satisfacer las necesidades de los futuros clientes.

Tabla 22

Demanda insatisfecha

Años	Oferta	Demanda efectiva	Demanda insatisfecha
0		30.540	
1	9125	31.349	22224
2	9444	32.180	22736
3	9775	33.033	23258
4	10117	33.908	23791
5	10471	34.807	24336

Nota. Datos obtenidos de la tabla.

De los datos arrojados se pudo determinar la demanda insatisfecha restando la demanda menos la oferta obteniendo los datos reales de la demanda insatisfecha.

Plan de comercialización

El plan de comercialización se basa en generar estrategias a partir de los gustos, preferencias y necesidades del consumidor con la finalidad de inducirse con mejores resultados en el mercado, por lo cual se enfoca en cuatro elementos fundamentales que son; producto, precio, plaza y promoción del producto a ofertar con el fin de llegar hacia el cliente.

– Matriz de Ansoff

La matriz Ansoff es una herramienta estratégica que ayuda a las empresas analizar y planificar sus estrategias de crecimiento.

Tabla 23

Matriz de Ansoff

		PRODUCTO	
		Actual	Nuevo
MERCADO	Actual	Penetración de mercado	Desarrollo de producto
	Nuevo	Desarrollo de mercado	Diversificación

Nota. Elaborado por la autora.

Según la matriz de Ansoff la marca de la empresa LOJANIZA se encuentra en un mercado actual con un producto nuevo, es decir que la principal estrategia será el desarrollo de producto.

Desarrollo de producto

La presente estrategia de desarrollo del producto para la longaniza vegana se enfoca en crear una alternativa basada en vegetales que sea atractiva, sabrosa, nutritiva y éticamente alineada con las preferencias de los consumidores veganos y aquellos que buscan opciones más sostenibles. A lo que también implica que al crear un producto nuevo se debe satisfacer las necesidades del mercado, por consiguiente, se presenta las diferentes estrategias para su desarrollo:

- Generar una imagen corporativa
- Se realizó una investigación de mercado
- Perfeccionar la receta de la longaniza vegana para garantizar un sabor auténtico y una textura agradable. Considerando opciones innovadoras que se diferencie en el mercado.
- Se hizo una observación directa de los posibles productos sustitutos, con la finalidad de hacer un producto diferente.
- Transmitir un empaque sostenible y atractivo que refleje la naturaleza vegana del producto.
- Se realizó pruebas de sabor y textura con profesionales a cargo, con la finalidad de obtener críticas constructivas antes del lanzamiento.
- Se desarrolló estrategias de marketing que destaquen características únicas del producto. Además, se hizo uso de las plataformas digitales y redes sociales para llegar a la audiencia vegana y a aquellos interesados en alimentarse de una forma deferente.
- Se hizo el lanzamiento del producto a través de una feria d emprendimiento, teniendo una buena aceptación.

- Estrategia y táctica

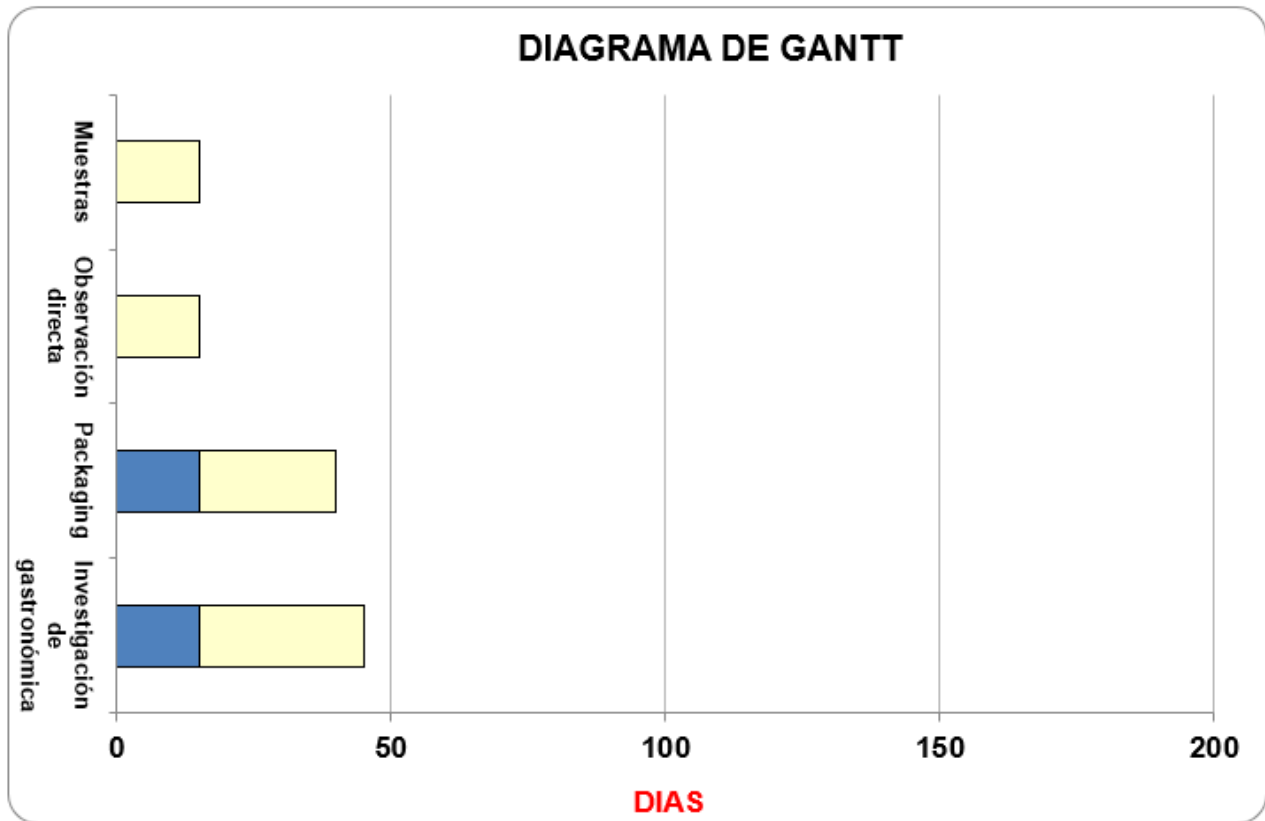
Figura 15

Gráfico de las estrategias y tácticas

"CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN"																
<table border="1"> <tr> <th colspan="2">Estrategia desarrollo de productos</th> </tr> <tr> <td>PROYECTO</td> <td>TÁCTICA: Focus group y Innovación de producto</td> </tr> <tr> <td>UNIDAD DE TIEMPO</td> <td>DÍAS</td> </tr> <tr> <td>FECHA DE INICIO</td> <td>18/7/2022</td> </tr> </table>									Estrategia desarrollo de productos		PROYECTO	TÁCTICA: Focus group y Innovación de producto	UNIDAD DE TIEMPO	DÍAS	FECHA DE INICIO	18/7/2022
Estrategia desarrollo de productos																
PROYECTO	TÁCTICA: Focus group y Innovación de producto															
UNIDAD DE TIEMPO	DÍAS															
FECHA DE INICIO	18/7/2022															
<p>Matriz donde se ubican actividades, tiempo programado para realizarlas y responsables del cumplimiento de las mismas</p>																
ACTIVIDAD	NOMBRE	DURACION (EN DÍAS)	ACTIVIDAD	INICIO	FINALIZACION	RESPONSABLE	Descripción	COSTO	INSTRUCCIONES							
A	Muestras	15	D	18/7/2022	1/8/2022	Chef de la empresa	Realizar pequeñas muestras para poder entregar integrando todos los ingredientes para su posterior entrega a los participantes del focus group	\$50,00	INTRODUCIR POR ORDEN:							
B	Observación directa	15		18/7/2022	1/8/2022	Colaboradores	Se realizará una observación hacia los clientes con la finalidad de visualizar la reacción al momento de consumir el producto	\$10,00	1 - TITULO DEL PROYECTO							
C	Packaging	25	B	2/8/2022	26/8/2022	Diseñador	una nueva presentación que sea ideal para venta del p	\$150,00	2 - FECHA DE INICIO							
D	Investigación de gastronómica	30	B	2/8/2022	31/8/2022	Chef de la empresa	Realizar una investigación gastronómica que permita tener sabores como también para poder mejorar e innovar en sus presentaciones.	\$200,00	3 - ACTIVIDAD POR ORDEN I							
Total Costo de la Estrategia de Productos de la Táctica Focus group y Innovación de producto								\$410	4 - DURACION EN DIAS							
									5 - ACTIVIDAD PRECEDENTE							

Figura 16

Gráfico de tácticas estratégicas



Nota. Elaborado por la autora.

- **Imagen corporativa**

La imagen corporativa es la percepción que la sociedad tiene de la empresa, que es el conjunto de creencias, opiniones, ideas, prejuicios y emociones de los consumidores hacia esta organización.

La imagen corporativa de la marca vegana representa claridad y transparencia es lo que es veganismo, lo cual está basado en valores éticos, en el bienestar de los seres vivos y consciencia medioambiental.

Figura 17

Presentación de la imagen corporativa



Nota. La figura muestra la imagen corporativa de la empresa.

- **Producto**

El presente producto es la longaniza vegana elaborada a base de quinua con champiñones, la cual contiene vitaminas (A, E, D) con un alto valor nutricional en proteína, hierro y calcio, siendo un producto 100% natural, cuenta con materia prima seleccionada de calidad y con las respectivas normas de higiene que garantice un producto elaborado apto para el consumo y bienestar del cliente, brindando múltiples beneficios para nuestra salud, debido a que le permite llevar una mejor alimentación sana libre de grasas.

Características del producto

- Nombre del producto es Longaniza vegana.
- Ingrediente principal: Quinua.
- Es 100% natural y no contiene conservantes con un alto valor nutricional para llevar una dieta sana rica en proteínas y hierro que aportan el principal ingrediente (quinua), y a la vez por los ingredientes con la cual está elaborada.
- Libre de gluten y grasas saturadas con una textura exquisita.

Marca

La marca es un distintivo por el cual es identificado el producto, es decir la diferencia entre la competencia, para esto la longaniza vegana a base de quinua con champiñones hace un énfasis en llevar un nuevo estilo de vida saludable y con ello ayudar al medio ambiente, a continuación, se presentará su respectiva marca del producto:

Figura 18

Presentación de la marca



Nota. La figura muestra el logo que asemeja la marca del producto.

Slogan

Este se representa mediante una frase misma que permita identificar el producto ofertado, dando conocer la misión que tiene la marca para sus consumidores, lo cual se ha seleccionado el siguiente slogan “Go vegan”, motivando a las personas a que consuman este producto 100% vegano y saludable.

Figura 19

Presentación del slogan

GO VEGAN

Nota. La figura muestra al slogan que representa al producto.

Etiqueta

La etiqueta tendrá toda la información requerida que el consumidor necesite saber antes de adquirirlo como son: su semaforización de alimentación, su valor nutricional, cuanto contiene de grasa, carbohidratos, proteína, calorías esto base de una investigación previa de los ingredientes de cuál ha sido elaborado.

Figura 20

Etiqueta del producto

BAJO en AZÚCAR

BAJO en GRASA

BAJO en SAL

INGREDIENTES:
Quinoa, Lenteja, champiñones, tomate, ajo, cebolla, pimiento y condimentos entre ellos comino, sal, canela molina, pimienta, hojas de laurel, aceite de oliva mismos que poseen grandes vitaminas entre ellas A, D, E, hierro, calcio, zinc

Fecha de caducidad:
10-09-2022
Peso:
240g

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Valores medios	Por gramos
Valor energético	544kj
Grasa	0,05
Calorías	144
Carbohidratos	12g
Proteínas	5g

1105248445

Nota. La figura muestra la etiqueta del producto.

Presentación del producto

Para la presentación del producto se utilizará empacado al vacío, para apreciar de mejor manera la longaniza vegana y que la ayude a preservar en un buen estado, el peso será de 250gr con una textura delgada y blanda con su debida etiqueta, siendo hoy en día una tendencia el consumo de productos veganos a lo que se elaborado este producto con la finalidad de ofrecer algo nuevo en mercado lojano.

Figura 21

Presentación del producto



Nota. La figura muestra la presentación del producto

- **Precio**

Para poder establecer un precio justo de venta hacia al público de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones se tomó en cuenta los costos y gastos que se manipularon para el proceso productivo y con ello se dividió el número de unidades producidas para obtener un costo unitario total.

El precio del producto se lo calculará a través del costo unitario y el margen de utilidad, a lo cual se tomará el precio de la competencia como una estrategia para introducir el producto en el mercado a un precio menor o igual que la competencia con la finalidad que tenga una buena acogida, acogiendo la capacidad adquisitiva del cliente.

El precio final de venta hacia el público de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones es de \$3,37 centavos, pero para los intermediarios es a \$3,31 centavos, considerando el desarrollo de los ingresos.

- **Plaza**

Es el lugar donde la empresa pretende colocar el producto o servicio para la venta al consumidor final, además se plantea el proceso de distribución con la finalidad de posicionar el nuevo producto en puntos de ventas cercanos del cliente.

Debido a los datos obtenidos de la investigación de mercado en la tabla 7 el 75% de las familias de Loja respondieron que prefieren adquirir el producto en supermercados el cual es un intermediario entre el productor y consumidor final.

La empresa pretende llegar con el producto hacia el lugar adecuado para lograr que los clientes lo adquieran con mayor facilidad, tomando en cuenta los gustos y preferencias y los lugares más concurridos para las familias de la ciudad de Loja siendo el mercado objetivo meta.

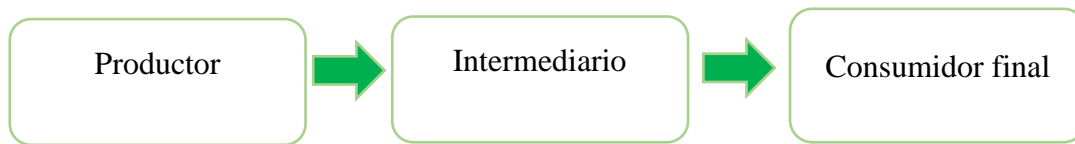
Para su comercialización de la longaniza vegana se utilizará la estrategia de negocio (B2B), la cual se basa en vender la longaniza vegana a base de quinua con champiñones a otras empresas, para establecer alianzas estratégicas con los supermercados, es decir que mediante los resultados

obtenidos de investigación se detectó que el segmento de mercado seleccionado realiza sus compras dentro de los mismos.

Figura 22

Canales de distribución

La comercialización se llevará a cabo mediante los siguientes canales:



Nota. Elaboración propia

- **Promoción**

Para realizar una buena promoción para el producto lo primero es despertar e incentivar a la sociedad al consumirlo y de esta manera lograr entrar en el mercado ganando un posicionamiento para generar un buen incremento en ventas en un corto plazo, a lo cual la empresa es nueva, mismo que se debe estar evolucionando y trabajando mucho más en este punto estratégico que es la promoción.

Además, se acogerá como referencia los resultados arrojados de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja, con ello se detalla a continuación las promociones que se realizarán:

Muestras gratis del producto: Esto se lo realizará para conocer la opinión del público, como también hacer que deguste del producto y nos pueda dar sus críticas con el fin de ir mejorando día a día

Beneficio para el consumidor final:

- **Producto natural:** Ayuda al buen funcionamiento del sistema digestivo debido a que aporta una gran composición nutricional y no contiene conservantes.
- **Producto empacado al vacío:** permite mantener el producto en buen estado y que tenga una mayor durabilidad.

- **Publicidad**

La publicidad se efectuará con el objetivo de hacer conocer este nuevo producto, es decir llamando la atención de los usuarios que hacen de las redes sociales.

Las estrategias que se utilizarán para dar información acerca de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones son las siguientes:

- Se utilizará la estrategia de publicidad push, con el objetivo de dar a conocer la existencia del nuevo producto a los distribuidores, para lograr el posicionamiento en el mercado haciendo uso los medios de comunicación como la página web.
- Se creará una página de Facebook e Instagram, mismas que permitirán dar a conocer las características y beneficios del producto, a lo cual se escogió un horario vespertino, considerando que es el más adecuado para hacer uso de las redes sociales según los resultados obtenidos de la investigación de campo.

Las respectivas publicaciones se transmitirán a través de las redes de Facebook e Instagram las cuales han sido las más seleccionas mediante la aplicación de encuestas. A continuación, se presentará las páginas creadas en Instagram y en Facebook con el fin de que llegue toda información hacia al usuario.

Figura 23

Red de Facebook



Nota. Elaboración propia

Figura 24

Red de Instagram



Nota. Elaboración propia.

7.2. Estudio técnico

Su propósito es crear un conjunto óptimo para los servicios ofrecidos por la empresa y para satisfacer las necesidades del mercado emergente, que define los principales aspectos de la ingeniería del proyecto como se define a continuación:

Tamaño y localización

Tamaño

Para establecer el tamaño de la empresa se toma como referencia la demanda insatisfecha, la capacidad y disponibilidad de la materia prima en el sector de la ciudad de Loja, siendo la materia principal para la elaboración de la longaniza vegana, el tamaño del proyecto es de 14.940 paquetes de 250 gr anualmente obtenido en la capacidad instalada, misma que da a conocer el resultado de producción al año.

Tabla 23

Capacidad instalada

Ollas de cocción	Número de procesos	Horas de producción	Producción de gr por procesos	Producción diaria en gr	Producción en cajas de 250 gr	Total, de unidades al día	días Laborables	Total de unidades al año
1	2	4	7500	15000	250	60	249	14940

Nota: Capacidad instalada anual en base a la capacidad de producción

Tabla 24*Capacidad instalada en unidades anuales*

Años	Capacidad instalada 100%	% Capacidad instalada	Capacidad Instalada
0	14940		
1		100%	14940
2		100%	14940
3		100%	14940
4		100%	14940
5		100%	14940

Nota. Elaboración propia**Tabla 25***Capacidad utilizada*

Procesos diarios	Horas diarias	Producción diaria de 250 gr por paquete	Días anual de trabajo	Producción anual
2	8	60	249	14940
2	8	60	249	14940
2	8	60	249	14940
2	8	60	249	14940
2	8	60	249	14940

Nota. Elaboración propia

Las unidades para producir anualmente están en relación con la capacidad a la producción de unidades producidas por hora, a lo cual se obtiene 30 unidades de longaniza vegana, por 8 horas diarias se tendría un total de 60 al día multiplicando por los 249 días laborables al año se tendrá un total de 14940 unidades producidas al año.

Localización de la empresa

Es la ubicación geográfica donde se pretende implementar la empresa.

Macro localización

Como es de conocimiento, en la actualidad la localización es muy importante debido a que por medio de este punto se conocerá en donde se ubicará la empresa, para lo cual se debe de analizar de forma detenida, debido a que, de esto dependerá el éxito o fracaso de la empresa. A

continuación, se mostrará la Macro localización que en este caso corresponde a la ciudad de Loja respectivamente.

Figura 25

Macro localización



Nota. La figura muestra la ubicación geográfica de la ciudad de Loja.

Micro localización

Al seleccionar un lugar específico dentro del área geográfica se debe de establecer un domicilio comercial para realizar las actividades comerciales del presente proyecto.

Figura 26

Micro localización



Nota. La figura muestra las la dirección de la empresa. Fuente: Google maps (2020).

Factores de localización

Los factores de localización son aquellos que permiten el funcionamiento de la empresa, como lo son: abastecimiento de la materia prima, canales de comunicación adecuados y por consiguiente los servicios básicos.

- **Disponibilidad de la materia prima:** Contar con la materia prima adecuada para la elaboración del producto es decir con la quinua, lenteja y champiñones, mismo que se los adquiere mediante proveedores de otras ciudades a un buen precio.
- **Servicios básicos:** Para la elaboración del producto se cuenta con todos los servicios básicos requeridos, los cuales son el agua potable, energía eléctrica, internet y alcantarillado para tener un eficiente proceso de producción.
- **Canales de comunicación:** Estos nos permiten a tener mejores accesos que posibiliten operaciones para la adquisición de la materia prima y comercialización del producto

Ingeniería del proyecto

Consiste en determinar los recursos utilizados en el proceso productivo a partir de la determinación de materias primas, mano de obra, insumos, maquinaria, equipos y herramientas. Además, se planifica la infraestructura física de la planta, distribución de equipos, procesos de producción, diseño de productos y diagrama de flujo de procesos.

Proceso de producción.

Se basa en describir detenidamente punto por punto todo el proceso de la transformación de la materia prima hasta llegar al producto terminado.

Recepción de la materia prima

Se procede a seleccionar la materia prima a utilizar tomando en cuenta la cantidad que se va a producir.

Selección y limpieza

De esta forma se procede a colocar la quinua y lenteja en un colador con la finalidad de quitar cualquier partícula dañina que contenga el grano para logra evitar la contaminación que la materia prima pueda tener.

Cocción de la quinua

Se procede a la cocción de la quinua durante un tiempo estimado de 30 minutos.

Saltear los champiñones

Se debe picar los champiñones en forma de cuadros, la cual se procederá a colocar en una sartén con un poco de aceite de oliva y una pizca de sal durante un tiempo predeterminado.

Picar las verduras o legumbres

En esta etapa se procede a picar en cuadros el pimiento, ajo, cebolla y tomate con la finalidad de hacer la mezcla con los otros ingredientes.

Mezcla de ingredientes

Durante este proceso vamos a colocar todos los ingredientes antes mencionados es decir la quinua, las verduras y con los condimentos respectivos para que vaya tomando forma el contenido de nuestro producto.

Hervir

Vamos a colocar en una olla toda la mezcla de los ingredientes durante cinco minutos a temperatura media.

Enfriamiento

Se dejará que repose al menos 30 minutos para proceder a realizar el envasado

Empaquetado

Se procede a colocar su respectiva cantidad en la envoltura vegetal para nuestra Longaniza. La preparación de la Longaniza vegana es una libra por empaque. La vida útil es de al menos dos

semanas en refrigeración. Una vez abierto el envase el producto debe ser guardado en refrigeración para poder consumirlo.

Etiquetado

En este paso se procede a colocar sus etiquetas en cada paquete empleando un tiempo de 20 minutos, para que el producto sea diferenciado y que los clientes puedan adquirirlo con una buena presentación.

Almacenamiento






Finalmente, al tener el producto ya etiquetado se procede a colocar las longanizas veganas en refrigeración para almacenarlo y después sean despachos según orden de compra que realice cada consumidor.

Diagrama flujo de procesos

Representación gráfica donde se describe el proceso productivo de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones, mediante la simbología y secuencia lógica.

Figura 27

Proceso simbólico de la producción de longaniza vegana a base de quinua con champiñones

N°	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SÍMBOLOS					TIEMPO (MIN)
		operación	trasporte	demora	recepción	Almacén	
							
1	Selección de materia prima e ingredientes	*					15
2	Selección y limpieza	*					10
3	Cocido de quinua			*			30
4	Picar verduras	*					20
5	Saltear los champiñones	*					10

6	condimentar y mezclado de ingredientes	*					25
7	Hervir			*			25
8	Enfriamiento			*			30
9	Control de calidad				*		10
10	Empaquetado			*			35
11	Etiquetado	*					20
12	Almacenamiento					*	10
	total						240 min

Nota. Investigación y elaboración propia

Infraestructura Física

Esta es el área que requiere la infraestructura física de la empresa, donde existe una secuencia de acciones para un trabajo adecuado y organizado, que requiere 120 metros cuadrados de área para la producción de longaniza vegana a base de quinua con champiñones, la cual se divide de la siguiente manera:

Tabla 26

Áreas requeridas

Área	Metros
Recepción de Materia Prima	12 m ²
Bodega de Insumos	15 m ²
Área de producción	40 m ²
Almacenamiento del producto terminado	20 m ²
Área de contabilidad	10 m ²
Gerencia	15 m ²
Baños	8 m ²
TOTAL	120 m²

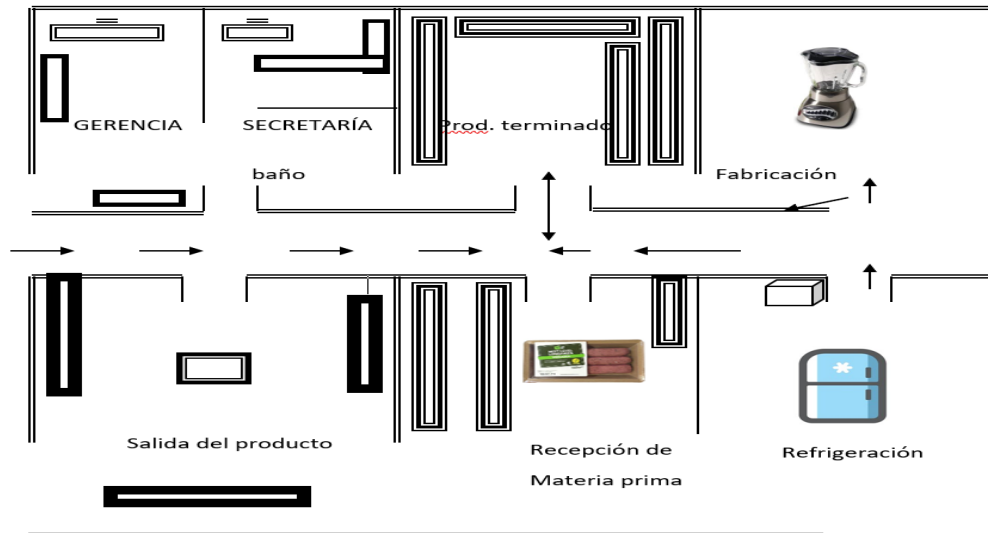
Nota. La tabla representa los metros cuadrados de la infraestructura física de la planta.

Distribución de planta

Es importante determinar la distribución de la planta, para encontrar la forma más ordenada de los equipos y áreas de trabajo. La misma nos proporciona una fácil movilidad de los productos, trabajadores, herramientas y maquinaria. A continuación, se mostrará la distribución de la planta de la empresa.

Figura 28

Distribución física de la planta



Nota. La figura muestra el diseño de la infraestructura y distribución de la empresa.

Componente tecnológico

Se determina la maquinaria a utilizar para el proceso de la elaboración de longaniza vegana a base de quinua con champiñones.

Maquinaria y equipo

Figura 29

Olla de presión industrial de 40 litros



Actividad: Esta máquina ayuda a la cocción de la quinua la cual permite la optimización de tiempo.

Costo por unidad: \$400,00

Figura 30

Mezcladora industrial de embutidos



Actividad: Genera óptimos procesos de trabajo con tiempos mínimos al mezclar los ingredientes.

Costo por unidad: \$168,99

Figura 31

Máquina selladora al vacío



Actividad: Esta permite sellar los productos a elaborar eliminando el aire de los huecos del envase; habitualmente ayuda a conservar y facilitar su almacenamiento.

Costo por unidad: \$79,19

Figura 32

Licuada



Actividad: Triturar las verduras juntamente con los condimentos correspondientes

Costo por unidad: \$50

Figura 33

Cocina industrial



Actividad: Permite hervir todos los condimentos en grandes cantidades

Costo por unidad: \$125

Figura 34

Olla inoxidable



Actividad: Cocción de todos los ingredientes una vez mezclados para llegar a conseguir una buena textura.

Costo por unidad: \$45

Figura 35

Embutidora de salchichas



Actividad: Ayuda para embutir el contenido en forma de longaniza.

Costo por unidad: \$74,81

7.3. Diseño organizacional

Organización legal de la empresa

La empresa productora y comercializadora de Longaniza vegana a base de quinua con champiñones, mediante las normas y reglamentos de la Constitución del Ecuador, Ley de compañías y reglamentos oportunos actualmente bajo el estado de la República del Ecuador. De acuerdo con esta constitución de la Ley de Compañías de Responsabilidad Limitada se ha creído conveniente que:

Según el Art. 1.- El contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Según el Art. 92. Determina que, la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres y quince personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Y por último el Art. 93 determina que. - La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes. Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Estructura organizacional de empresa

Para la estructura organizacional de la empresa se requiere desarrollar organigramas los cuales son: estructural, funcional y de posición; seguidamente se encuentra establecido las funciones y actividades con la finalidad de comprobar la autoridad y jerarquía para el presente proyecto en desarrollo.

Acta constitutiva

Para este caso la escritura de constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada debe incluir:

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “LOJANIZA”

A los xx días del mes xxxx del 2023 se reunieron los señores, Diana Maribel Herrera Ordoñez, mayor de edad, ecuatoriana, identificada con la cédula de ciudadanía 1105248445, de estado civil casada; Luis Enrique Chuquimarca Jiménez, mayor de edad, ecuatoriano, identificado con la cédula de ciudadanía 1104610132 de estado civil casado, creadores de la empresa LOJANIZA Cía. Ltda. Manifiestan su voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada la cual se registrará por los siguientes estatutos:

Razón Social: La denominación social se determina de acuerdo con el concepto de la compañía de responsabilidad limitada bajo el nombre “LOJANIZA” CIA LTDA.

Domicilio: La empresa “LOJANIZA” CIA LTDA. Se encontrará ubicada en la ciudad de Loja en las calles Sucre entre Catacocha Y Lourdes Frente a la cooperativa de FACES Microfinanzas.

Objeto de la sociedad: Dicha empresa está creada para la producción de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja, y tiene acordado el objetivo de la sociedad es únicamente para la actividad prevista.

Capital Social: De acuerdo con la ley de compañías en el artículo 102 menciona que el capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías. En base al artículo mencionado cada uno de los socios aporta con el 20% dando un monto de capital total del 40%, mientras que el 60% de capital será cubierto mediante un financiamiento externo en una entidad financiera.

Plazo: El tiempo de permanencia de la empresa es de 5 años, a partir de la fecha de inscripción de la fecha de contrato en el Registro Mercantil, además la Junta General de Socios conformada pueden disolver en cualquier momento o extender el tiempo de duración.

Niveles jerárquicos de la empresa “LOJANIZA”

Para obtener buenos resultados es necesario llevar un acto funcionamiento por todos los que conforman la empresa, mismos que hacen parte de los niveles jerárquicos, a continuación de detallará cada uno de los niveles con sus respectivas actividades y delegados.

Nivel legislativo: Este es el nivel de más alto grado dentro de la estructura de la constitución. Es decir, el que se encarga de la toma de decisiones de la organización.

Nivel ejecutivo: Su función es informar, prepara proyectos en lo que contrasta materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y otras áreas que tenga la empresa.

Nivel asesor: Este nivel no tiene autoridad de mando, pero si tiene autoridad funcional, es decir se basa en orientar las decisiones que requieren un tratamiento especial sea en situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.

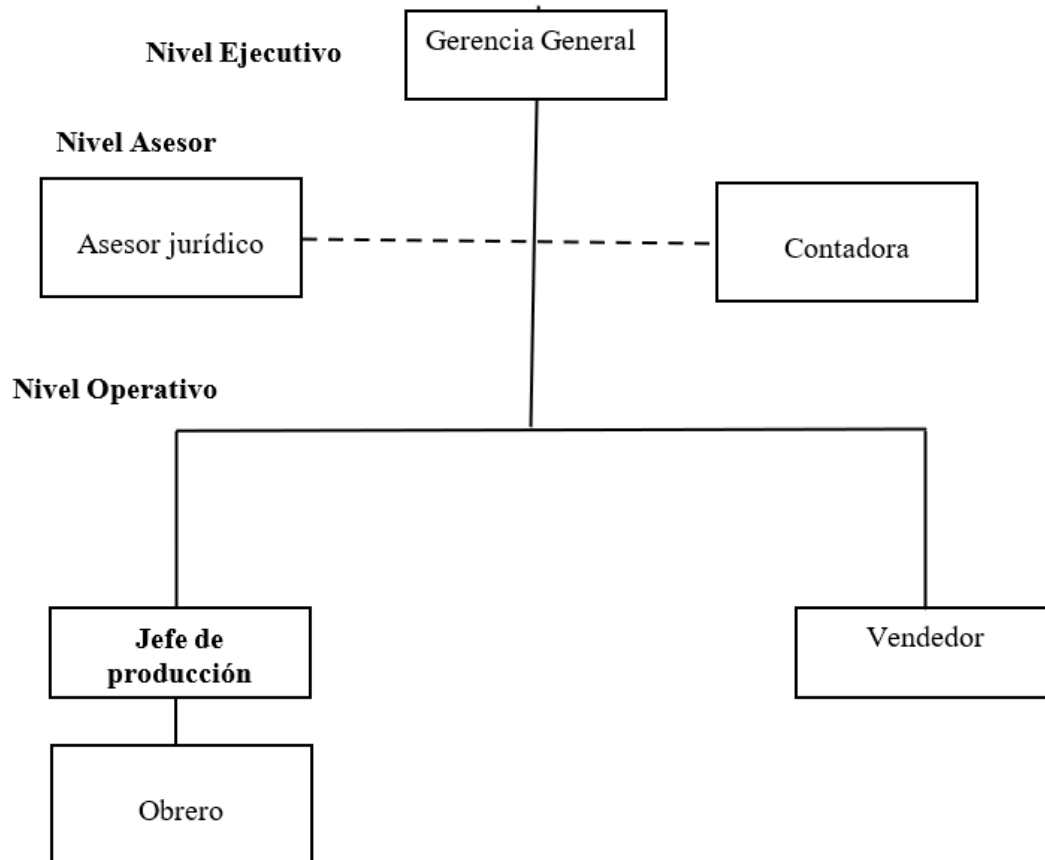
Nivel operativo: Se encargan de realizar tareas puntuales a lo que respecta su área de trabajo, en este caso se tendrá:

Organigramas

A continuación, se presentará cada uno de los organigramas que fueron elaborados para la empresa:

Figura 36

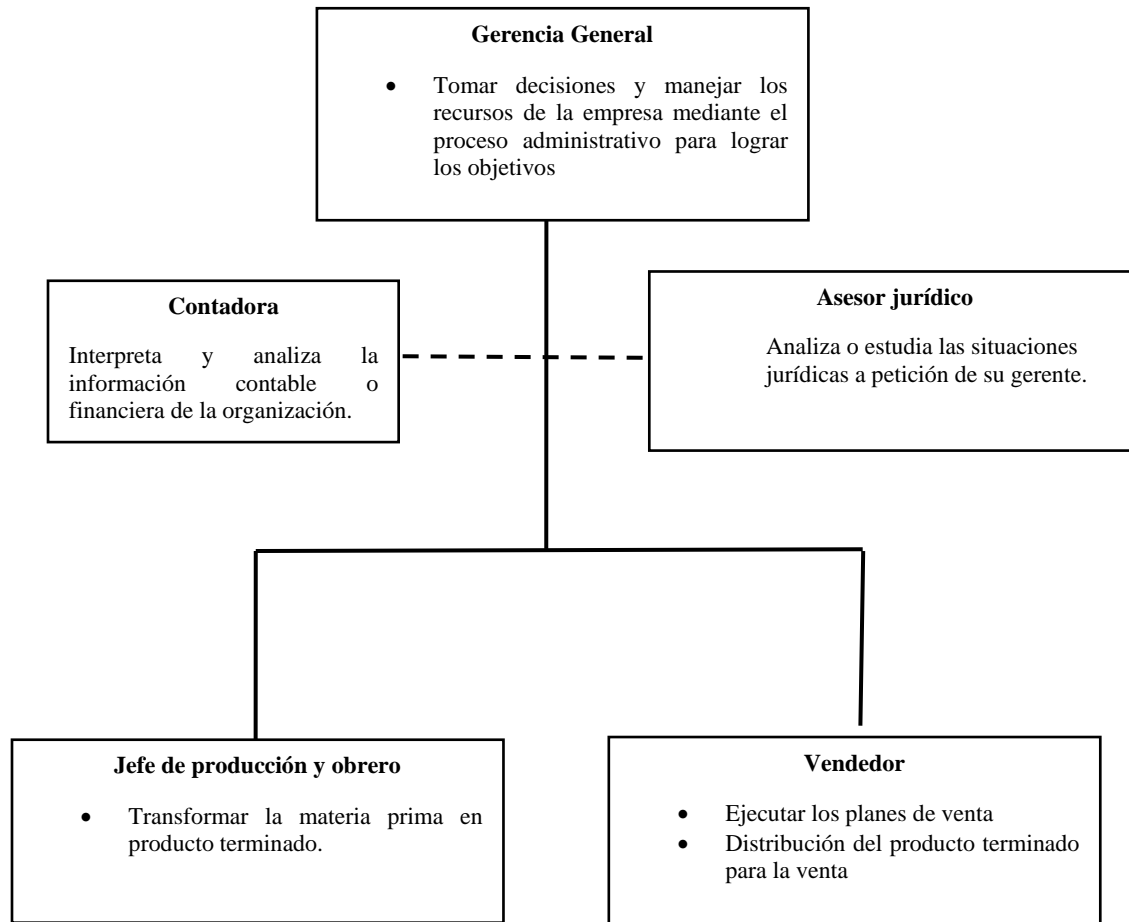
Organigrama estructural de la empresa "LOJANIZA" CIA. LTDA.



Nota: Elaboración propia.

Figura 37

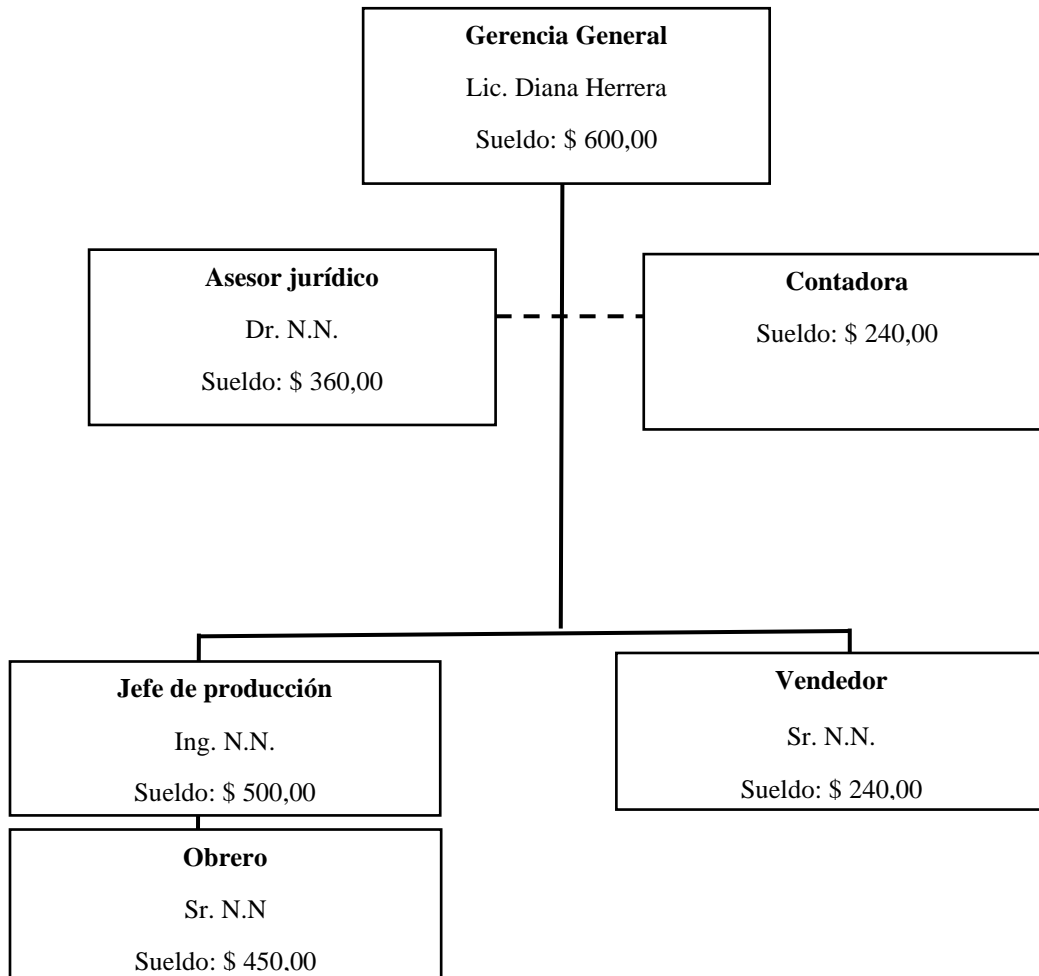
Organigrama funcional de la empresa "LOJANIZA" CIA. LTDA.



Nota. Elaboración propia

Figura 38

Organigrama posicional de la empresa "LOJANIZA" CIA. LTDA.



Nota. Elaboración propia

Manual de funciones

Contiene toda la información sobre las funciones que debe cumplir cada persona en su unidad de trabajo y gestión, de manera que se pueda seleccionar mejor al personal para las diversas funciones y tareas de la empresa.

Tabla 27*Manual de funciones del gerente*

LOJANIZA CIA. LTDA.	
Código	001
Nivel Jerárquico	Ejecutivo.
Nombre del cargo	Gerente.
Departamento	Administración General.
Naturaleza de trabajo	
Planear, organizar, dirigir y controlar el trabajo que se lleva a cabo y analiza los problemas de la empresa que está dirigiendo.	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la empresa. • Cumplir con las normas aprobadas por la Asamblea General de Accionistas. • Diseñar estrategias para fijar objetivos de crecimiento. • Presentar programas de producción, pronósticos de ingresos y otros documentos de trabajo al Consejo Directivo para su aprobación. • Informar al Consejo de Administración sobre la situación de gestión de la empresa. • Capacidad de contratación o liquidación de contratos laborales. • Realizar informes de los estados financieros. • Toma de decisiones. • Controlar el presupuesto y optimización de costes. 	
Requisitos mínimos	
Educación	Título en área de Administración de Empresas.
Experiencia	1 a 2 años de experiencia en trabajos similares.
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto de trabajo requiere absolutamente de alta responsabilidad para supervisar y controlar la administración del personal que está laborando en la empresa. • Actuar con profesionalismo para solucionar problemas esenciales al cargo. 	

Tabla 28*Manual de funciones del Asesor jurídico*

LOJANIZA CIA. LTDA.	
Código	002
Nivel Jerárquico	Asesor.
Nombre del cargo	Asesor jurídico
Departamento	Asesoría jurídica
Sin relación de dependencia	Honorarios profesionales
Naturaleza de trabajo	

Su tarea es intervenir en el aspecto jurídico de las actividades de la empresa de conformidad con la Ley, el Reglamento Interno de Autoridad y demás normas legales aplicables.

Funciones y responsabilidades

- Brindar asesoría jurídica a las Áreas Administrativas.
- Orientar sobre cómo preparar, revisar y firmar documentos.
- Participar en labores de capacitación de organismo.
- Emitir informes sobre: contratos, reglamentos, ordenanzas de acuerdos, resoluciones y reglamentos que afecten o traigan beneficios a la organización.
- Notificar los actos y resoluciones de la Autoridad, así como los que tal efecto los sean remitidos por los Órganos de Gobierno.

Requisitos mínimos

Educación	Título en área Jurídica, abogado.
Experiencia	1 a 2 años de experiencia en trabajos similares.

Características del puesto

- El cargo requiere de responsabilidad y actuar profesionalmente en la solución de los problemas que se presenten en la empresa en lo que compete al ámbito legal.
-

Tabla 29*Manual de funciones de la contadora*

LOJANIZA CIA. LTDA.	
Código	003
Nivel Jerárquico	Operativo.
Nombre del cargo	Contadora.
Departamento	Financiero
Sin relación de dependencia	Honorarios profesionales
Naturaleza de trabajo	

Su trabajo es gestionar e interpretar los registros contables de la empresa.

Funciones y responsabilidades

- Llevar una adecuada contabilidad de la empresa.
 - Elaborar las proyecciones financieras.
 - Cumplir con las labores gerenciales, manejar la información financiera, levantar informes y la evaluación del desempeño de la empresa en cuestiones financieras.
 - Estados financieros
 - Suministrar adecuadamente los fondos requeridos.
 - Supervisar las operaciones del departamento financiero de la empresa.
-

Requisitos mínimos

Educación	Título de Contabilidad y Auditoría.
Experiencia	2 años de experiencia en labores contables.

Características del puesto

- El puesto requiere de ética y responsabilidad hacia el desempeño laboral.
 - El cargo requiere mucho conocimiento y capacidad para manejar la información contable de la empresa en funcionamiento.
-

Tabla 30*Manual de funciones del jefe de producción*

LOJANIZA CIA. LTDA.

Código	004
Nivel Jerárquico	Operativo.
Nombre del cargo	Jefe de Producción.
Departamento	Departamento de producción.

Naturaleza de trabajo

Responsable de manejar el insumo cumplir con la producción prevista a tiempo y calidad del trabajo realizado, como verificar que el trabajo este realizado de manera eficiente.

Funciones y responsabilidades

- Supervisar y controlar la calidad de producto, verificar el cumplimiento de las actividades de los trabajadores.
- Responsable de mantener un clima favorable para los trabajadores.
- Realizar el correcto control presupuestario.
- Llevar un control de la maquinaria y equipos.
- Controlar los insumos y los inventarios de la materia prima.
- Dar el mantenimiento a las máquinas para que estén en buen estado y funcionen correctamente para la producción del producto eficiente.
- Informar al jefe inmediato de algún inconveniente que presente en el funcionamiento de la producción.

Requisitos mínimos

Educación	Título de Ingeniero Industrial.
Experiencia	2 años de experiencia en labores de producción.

Características del puesto

- Implica capacidad de análisis y concentración para organizar la producción adecuada.

Tabla 31*Manual de funciones del obrero*

LOJANIZA CIA. LTDA.	
Código	005
Nivel Jerárquico	Operativo.
Nombre del cargo	Obrero.
Departamento	Departamento de producción.
Naturaleza de trabajo	
Realizar actividades asignadas por el jefe de producción relacionado a la producción de longaniza vegana	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none">• Ejecutar las tareas solicitadas por el jefe de producción.• Apoyar al manejo de materia prima y mantener la calidad del producto.• Limpiar las herramientas y equipos para garantizar la producción adecuada del producto.• Mantener su lugar de trabajo siempre limpio.• Registrar ciertos materiales en mal estado.• Recoger materias primas, embalajes para la elaboración del producto.• Revisar las medidas de seguridad para garantizar la seguridad de los empleados.	
Requisitos mínimos	
Educación	Título de bachiller o técnico en manejo de operaciones.
Experiencia	3 años de experiencia en labores similares.
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none">• Implica trabajo colaborativo entre equipos.• Requiere desempeño adecuado para iniciar a desempeñar las actividades.	

Tabla 32*Manual de funciones del vendedor*

LOJANIZA CIA. LTDA.	
Código	006
Nivel Jerárquico	Operativo.
Nombre del cargo	Vendedor.
Departamento	Ventas
Naturaleza de trabajo	
Encargado de las ventas y entrega del producto a su lugar de comercialización, planificar programas y políticas de venta.	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none">• Planificar, ordenar y entrega de productos.• Desarrollar estrategia de ventas• Responsable de distribuir los productos a los distribuidores de manera efectiva y eficiente.• Mantener regular con los clientes.• Recaudar los ingresos por ventas con precisión.• Mantener un sistema de comercialización de productos adecuado.	
Requisitos mínimos	
Educación	Tener conocimientos en ventas
Experiencia	2 años de experiencia en labores similares.
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none">• Entrega de producto oportunamente en el tiempo establecido.• Atención al cliente.• Responsable.• Puntual.	

7.4. Estudio financiero

En el estudio financiero se analiza la viabilidad de proyecto, obteniendo como resultado los presupuestos tanto de los ingresos y gastos, mediante estos rubros se conoce la inversión total que se necesita para la creación de la empresa de longaniza vegana a base de quinua con champiñones “LOJANIZA” Cía. Ltda.; se analiza los ingresos por venta, costos, gastos de inversión, activos fijos, diferidos y el capital de trabajo o activo circulante. Esta información ayudará para el desarrollo de la evaluación financiera.

Inversiones

Para poner en marcha la empresa “LOJANIZA” Cía. Ltda., en la producción y comercialización de longaniza vegana a base de quinua con champiñones en la ciudad de Loja, de debe realizar inversiones en ciertos activos, que representan gastos de efectivo por la adquisición de los activos fijos, diferidos y circulantes o capital de trabajo necesarios para el correcto funcionamiento o la operatividad de la empresa.

Inversiones en activos fijos

Maquinaria y equipo

Tabla 33

Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Olla de presión industrial 40 ltrs.	1	\$ 400	\$ 400
Mezcladora industrial para embutidos	1	\$ 168,99	\$ 168,99
Máquina selladora al vacío	1	\$ 79,19	\$ 79,19
Licuada	1	\$ 50	\$ 50
Cocina industrial	1	\$ 125	\$ 125
Olla inoxidable	1	\$ 45	\$ 45
Embutidora de salchichas	1	\$ 74,81	\$ 74,81
Total			\$ 942,99

Nota. Investigación directa

- **Herramientas:** Son todos los elementos que se utilizará en la elaboración de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones.

Tabla 34*Herramientas*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Recipiente acero inoxidable	2	\$ 22	\$ 44
Cuchillos	1	\$ 5	\$ 5
Tabla de picar	1	\$ 6,5	\$ 6,5
Balanza comercial	1	\$ 50	\$ 50
Cedazos de acero	1	\$ 6	\$ 6
Cilindro	1	\$ 50	\$ 50
Espátula	2	\$ 5,5	\$ 11
Total			\$ 167,50

Nota. Investigación directa

- **Equipo de cómputo:** Son dispositivos técnicos necesarios para la empresa, mismos que permiten agilizar procesos, guardar información y ahorrar tiempo y dinero.

Tabla 35*Equipo de computo***Equipo de cómputo los tres primeros años**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora de escritorio	2	\$ 509	\$ 1018
Impresora canon	2	\$ 129,99	\$ 259,98
Total			\$ 1277,98

Nota. Investigación directa

- **Reinversión de equipo de cómputo:** El equipo de cómputo tiene una duración de tres años por lo tanto para el cuarto año se debe hacer una reinversión.

Tabla 36*Reinversión de equipo de cómputo con la tasa de inflación del 3,07%*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora de escritorio	2	527,833	1055,666
Impresora canon	2	134,800	269,60
Total			1325,27

Nota. Investigación directa

- **Equipo de oficina:** Se trata de bienes utilizados en oficinas, especialmente para comunicaciones, cálculos y tareas administrativas.

Tabla 37

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Grapadora	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Saca grapas	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Perforadora	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Calculadora	1	\$ 16,00	\$ 16,00
Total			\$ 32,00

Nota. Investigación directa

- **Muebles y enseres:** Son todos los bienes que se necesitan para la adecuación de las oficinas.

Tabla 38

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	2	125	250
Sillas ejecutivas	2	35	70
Mesa	2	70	140
Sillas plásticas	5	13	65
Total			525

Nota. Investigación directa

- **Equipo de seguridad:** Se trata de los equipos de protección del riesgo de accidentes para la empresa o para la prevención de un posible riesgo a futuro.

Tabla 39

Equipo de seguridad

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cámaras de seguridad	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Extintor de 20 libras	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Botiquín	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Total			\$ 215,00

Nota. Investigación directa.

Resumen de activos fijos

Tabla 40

Resumen de activos fijos

Descripción	Valor activo
Maquinaria y equipo	\$ 942,99
Herramientas	\$ 167,50
Equipo de computo	\$ 1.277,98
Reinversión de equipo de equipo computo	\$ 1325,27
Equipo de oficina	\$ 32,00
Muebles y enseres	\$ 525,00
Equipo de seguridad	\$ 215,00
Total	\$ 4.485,74

Nota. Resumen de los activos fijos para la empresa.

Activos diferidos

Los activos diferidos son aquellos bienes intangibles, los cuales se pagan por anticipado y no se usan en la inmediatez. Los mismos se detallarán a continuación:

Tabla 41

Activos diferidos

Inversiones en activos diferidos	
Activo	Costo total
Estudio preliminar (estudio de mercado)	\$ 600
Construcción de la empresa	\$ 100
Registro de la marca, slogan y el producto	\$ 608
Estudio para la instalación de cámaras de seguridad	\$ 320
Estudio para la señalética para la seguridad y salud ocupacional	\$ 155
Instalación de software para la factura electrónica	\$ 50
Instalación de internet	\$ 65
Notificación sanitaria	\$131,76
Total	\$ 2029,76

Nota. Investigación directa.

Activos circulantes

Es el capital de trabajo que requiere la empresa para poder comenzar con su operación. Al ser un producto de producción y comercialización el capital de trabajo será calculado de forma mensual.

Costo de Producción

Son los gastos necesarios que usa la empresa para determina el valor de elaboración del producto y presupuesto mensual, compuesto por el costo primo e costos indirectos de producción.

Costo primo

Para este rubro interviene la materia prima directa y la mano de obra directa para la producción de longaniza vegana a base de quinua con champiñones, como se detalla a continuación:

Materia prima directa

Está conformada por los ingredientes que se utiliza para la elaboración o transformación del producto final, donde se utilizaran cantidades de \$ 1.297,17 y \$15.565,98 dólares anual, así como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 42

Materia prima directa

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
48,00	Q. de quinua	\$ 73,00	\$ 292,00	\$ 3.504,00
120,00	Kg de Champiñones	\$ 5,50	\$ 55,00	\$ 660,00
36	Kg sal	\$ 0,75	\$ 2,25	\$ 27,00
72,00	Ltrs aceite de oliva	\$ 6,75	\$ 40,50	\$ 486,00
240,00	Kg de tomate	\$ 7,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
272,16	Kg de cebolla	\$ 8,50	\$ 192,78	\$ 2.313,32
184,80	Kg de ajo	\$ 12,00	\$ 184,80	\$ 2.217,60
354,00	Kg de pimienta	\$ 8,00	\$ 236,00	\$ 2.832,00
420,00	M. Tripa de colágeno comestible	\$ 3,50	\$ 122,50	\$ 1.470,00
7,00	Gr sorbato de potasio	\$ 25,00	\$ 14,58	\$ 175,00
100,53	Gr especias	\$ 2,00	\$ 16,76	\$ 201,06
Total			\$ 1.297,17	\$ 15.565,98

Nota. Proveedores de la materia prima.

- **Mano de obra directa:** Es la cantidad de obreros que intervienen directamente en la elaboración de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones

Tabla 43*Mano de obra directa*

Descripción	Obrero 1
Cantidad	1
Descripción	Valor
Remuneración básica	\$ 450,00
Décimo tercero 1/12	\$ 37,50
Décimo cuarto SB/12	\$ 37,50
Fondos reserva 8,33%	\$ 37,49
Vacaciones 1/24	\$ 18,75
Patronal 11,15%	\$ 50,18
Total, ingresos	\$ 631,41
Total, mensual	\$ 673,94
Total, Anual	\$ 7.576,90

Nota: Información recabada en base al Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

Resumen de Costos primo

A continuación, se detalla el costo primo mensual y anualmente:

Tabla 44*Resumen de costos de primo*

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Materia prima directa	\$ 1.297,17	\$ 15.565,98
Mano de obra directa	\$ 631,40	\$ 7.576,90
Total	\$ 1.928,57	\$ 23.142,88

Nota: Datos obtenidos de la tabla... y....

Costos indirectos de fabricación

Son todos los costos que intervienen de forma indirecta en la elaboración de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones.

- **Materia prima indirecta:** Materiales secundarios que se requieren para el respectivo proceso de producción.

A continuación, se muestra en la tabla:

Tabla 45*Materia prima indirecta*

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
72	Fundas sellado al vacío	\$ 27,50	\$ 165,00	\$ 1.980,00
14940	Etiquetas	\$ 0,02	\$ 24,90	\$ 298,80
Total			\$ 189,90	\$ 2.279

Nota. Materiales necesarios para obtener el producto terminado.

- **Mano de obra indirecta:** Se trata del personal que no actúa de manera directa en su proceso de fabricación, pero es muy importante (jefe de producción), teniendo la responsabilidad de verificar y controlar para obtener un buen producto de calidad.

Tabla 46*Rol de pagos de mano de obra indirecta*

Descripción	Jefe de producción
Cantidad	1
Descripción	Valor
Remuneración básica	\$ 500,00
Décimo tercero 1/12	\$ 41,67
Décimo cuarto SB/12	\$ 37,50
Fondos reserva 8,33%	\$ 41,65
Vacaciones 1/24	\$ 20,83
Patronal 11,15%	\$ 55,75
Total, ingresos	\$ 701,57
Total, mensual	\$ 697,40
Total, Anual	\$ 8.368,80

Nota. Información recabada en base al Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

- **Servicios básicos:** Son pagos realizados por consumo de agua y electricidad en la zona de producción.

Tabla 47*Servicios básicos de producción*

Cantidad Mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
110	Kw Luz	\$ 0,12	\$ 13,20	12	\$ 158,40
500	Lt Agua	\$ 0,04	\$ 16,00	12	\$ 192,00
Total			\$ 29,20		\$ 350,40

Nota. Investigación directa

- **Suministro de trabajo:** Implementos que son requeridos para el personal de producción frente al proceso de manipulación de materia prima.

Tabla 48*Suministro de trabajo*

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
6	Caja de gorros de 100 unidades	\$ 4,75	\$ 2,38	\$ 28,50
12	Caja Guantes de látex finos (100 unidades)	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
12	Caja de Mascarillas 50 unidades	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Total			\$ 9,88	\$ 118,50

*Nota. Investigación directa.***Resumen de costos indirectos de fabricación**

A continuación, se presenta los costos indirectos de fabricación:

Tabla 49*Resumen de costos indirectos de fabricación*

Detalle	Total mensual	Total anual
Materiales indirectos	\$ 189,90	\$ 2.278,80
Mano de obra indirecta	\$ 697,40	\$ 8.368,80
Servicios básicos producción	\$ 29,20	\$ 350,40
Suministros de trabajo	\$ 9,88	\$ 118,50
Total	\$ 926,38	\$ 11.116,50

Nota. Resumen costos indirectos de fabricación.

Gastos Administrativos

Están relacionados con la gestión y mantenimiento de la empresa “LOJANIZA Cía. Ltda.”.

- **Sueldos y salarios:** Es el sueldo establecido para el pago del personal administrativo de acuerdo con el cargo o tarea que realice.

Tabla 50

Presupuesto de sueldos y salarios

Descripción	Gerente
Cantidad	1
Descripción	Valor
Remuneración básica	\$ 600,00
Décimo tercero 1/12	\$ 50,00
Décimo cuarto SB/12	\$ 37,50
Fondos reserva 8,33%	\$ 49,98
Vacaciones 1/24	\$ 25,00
Patronal 11,15%	\$ 66,90
Total ingresos	\$ 56,70
Total mensual	\$ 829,38
Total anual	\$ 9.952,56

Nota: Información obtenida por el Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

- **Honorarios profesionales:** Se refiere a trabajadores temporales que necesitan asesorar a la empresa en asuntos legales y contables. En el campo legal, sus servicios son utilizados cinco veces al año y se les paga \$30.00 por cada trabajo realizado. y por contabilidad, una cuota mensual de \$20.00.

Tabla 51

Presupuesto de honorarios profesionales

Cantidad	Detalle	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
1	Contador	\$ 20,00	12	\$ 240,00
1	Asesor jurídico	\$ 30,00	5	\$ 360,00
Total		\$ 50,00		\$ 600,00

Nota: Resultado de pagos propuestos por la empresa “LOJANIZA”.

- **Servicios básicos de administración:** Son los servicios que se utilizan dentro del área de administración.

Tabla 52

Presupuesto de servicios básicos de administración

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
30	Lt Agua	\$ 0,040	\$ 1,00	12	\$ 12,00
20	Kw luz	\$ 0,12	\$ 2,16	12	\$ 25,92
1	Internet	\$ 20,00	\$ 20,00	12	\$ 240,00
1	Teléfono	\$ 15,00	\$ 15,00	12	\$ 180,00
Total			\$ 38,16		\$ 457,92

Nota: Investigación directa.

- **Útiles de oficina:** Son los elementos que la empresa requiere a lo largo del proceso productivo para poder cumplir con las actividades administrativas.

Tabla 53

Presupuesto de útiles de oficina

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
3	Resma de papel A4 (500 hojas)	4,00	1,00	12,00
1	Caja de Lápiz 12 unidades	2,50	0,21	2,50
2	Caja de Esferos 12 unidades	3,75	0,63	7,50
2	Sellos	10,00	1,67	20,00
1	Facturero electrónico	55,00	4,58	55,00
2	Estíletes	1,50	0,25	3,00
1	Caja de Borradores 12 unidades	1,75	0,15	1,75
3	Caja de clips 50 unidades	1,00	0,25	3,00
2	Caja de grapas	1,65	0,28	3,30
Total			9,00	108,05

Nota. Investigación directa.

- **Útiles de aseo y limpieza:** Son todos los implementos para realizar la limpieza de la empresa.

Tabla 54*Útiles de aseo y limpieza*

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total Anual
3	Escobas	\$ 2,00	0,50	\$ 6,00
3	Trapeador	\$ 1,75	0,44	\$ 5,25
4	Galón Desinfectante	\$ 6,00	2,00	\$ 24,00
4	Funda de detergente grande (5 kilos)	\$ 10,00	3,33	\$ 40,00
24	Papel Higiénico (x 250 metros)	\$ 1,25	2,50	\$ 30,00
6	Fundas de basura (25 unidades)	\$ 2,50	1,25	\$ 15,00
2	Recogedor de basura metálico	\$ 2,00	0,33	\$ 4,00
6	Toalla de mano	\$ 1,00	0,50	\$ 6,00
2	Basureros	\$ 30,00	5,00	\$ 60,00
6	Jabón líquido de mano	\$ 2,50	1,25	\$ 15,00
Total			\$ 17,10	\$ 205,25

Nota. Investigación directa.

- **Permisos de funcionamiento:** Estos documentos son emitidos por las autoridades competentes dando a conocer que el establecimiento cumple con todos los requerimientos establecidos en los reglamentos correspondientes, para su funcionamiento.

Tabla 55*Presupuesto de permisos de funcionamiento*

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total anual
1	Patente municipal	\$ 14,70	\$ 14,70
1	Permiso de bomberos	\$ 50,00	\$ 50,00
Total			\$ 64,70

Nota. Investigación directa.

- **Insumos de seguridad:** Estos son suministros esenciales de la empresa en caso de una emergencia, tales como: extintor y botiquines de primeros auxilios suministros médicos.

Tabla 56*Presupuesto de insumos de seguridad*

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
1	Líquido de extintor	10,00	10,00	10,00
1	Insumos médicos de botiquín	10,00	10,00	10,00
Total			20,00	20,00

Nota. Investigación directa.

- **Arriendo:** Valor asignado de alquiler por las instalaciones de la empresa.

Tabla 57

Arriendo

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
1	Arriendo del local	200,00	200,00	2400,00
Total			200,00	2400,00

Nota. Investigación directa.

Resumen de Gastos de Administración

A continuación, se presenta la tabla de los gastos de administrativos presupuestados.

Tabla 58

Resumen de presupuesto de gastos de administración

Detalle	Total mensual	Total anual
Sueldos y salarios	\$ 829,38	\$ 9.952,56
Honorarios profesionales	\$ 50,00	\$ 600,00
Servicios básicos de administración.	\$ 38,16	\$ 457,92
Útiles de oficina	\$ 9,00	\$ 108,05
Útiles de aseo y limpieza Administrativos	\$ 17,10	\$ 205,25
Insumos de seguridad	\$ 20,00	\$ 20,00
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Permisos de funcionamiento		\$ 64,70
Total	\$ 2.017,82	\$ 13.808,48

Nota. Resumen de gastos administrativos.

Gastos de ventas

Son los gastos directos con que es la distribución y comercialización de la longaniza vegana a base de quinua con champiñones.

- **Sueldo a personal de ventas:** Salario al trabajador que se encarga de la distribución del producto para su venta.

Tabla 59

Presupuesto de distribución

Cantidad	Detalle	Total mensual	Total anual
1	Costo de distribución	\$ 20,00	\$ 240,00
Total		\$ 20,00	\$ 240,00

Nota. Investigación directa.

- **Publicidad y propaganda:** Se trata de los gastos generados por la publicidad y propaganda del producto con la finalidad de llegar al consumidor final logrando que obtenga un puesto en el mercado.

Tabla 60

Publicidad y propaganda

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
1	Página de Facebook	5,00	5,00	60,00
1	Página de Instagram	5,00	5,00	60,00
Total			10,00	120,00

Nota. Investigación directa.

Resumen de gastos de venta

En la presente tabla se dará a conocer el resumen de los gastos de venta:

Tabla 61

Resumen de presupuesto de gastos de venta

Detalle	Total mensual	Total anual
Sueldo de personal de ventas	\$ 20,00	\$ 240,00
Publicidad y propaganda	\$ 10,00	\$ 120,00
Total	\$ 30,00	\$ 360,00

Nota. Resumen de los gastos de venta.

Resumen de inversión

En la siguiente tabla se presenta el resumen de inversión, en donde se visualizará los activos fijos, activos diferidos, el capital de trabajo y activo circulante cotizados por la empresa “LOJANIZA Cía. Ltda.”.

Tabla 62

Resumen de la inversión

Resumen de la inversión		
Detalle	Total	
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y equipo	942,99	
Herramientas	167,50	
Equipo de computo	1.277,98	
Equipo de oficina	32,00	

Muebles y enseres	525,00	
Equipo de seguridad	215,00	
Total activos fijos		3.160,47
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios preliminares para implementación	600,00	
Constitución de la empresa	100,00	
Patente de la marca y el producto	608,00	
Estudio para la Instalación de cámaras de seguridad	320,00	
Estudio de la señalética para seguridad y salud ocupacional	155,00	
Instalación de Software para la factura electrónica	50,00	
Instalación de internet y teléfono	65,00	
Notificación sanitaria	131,76	
Total activos diferidos		2.029,76
ACTIVO CIRCULANTE		
Materia prima directa	1.297,17	
Materiales indirectos	189,90	
Mano de obra directa	631,41	
Mano de obra indirecta	697,40	
Servicios básicos	67,36	
Útiles de oficina	9,00	
Útiles de aseo y limpieza	17,10	
Suministros de trabajo	9,88	
Publicidad y propaganda	10,00	
Insumos de seguridad	20,00	
Sueldos y salarios	829,38	
Sueldos personales de ventas	20,00	
Honorarios profesionales	50,00	
Arriendo	200,00	
Permisos de funcionamiento	5,39	
Total activos circulantes		4.053,99
TOTAL DE LA INVERSIÓN	9.244,22	9.244,22

Financiamiento

El monto total de la inversión se financia de la siguiente manera: USD 3.680,33 se financia con capital propio y USD 5.520,49 se financia con un tercero, en este caso el Banco de Loja con una tasa de interés del 12%. cada año durante los 5 años del proyecto.

Tabla 63*Financiamiento*

Capital propio	40%	3.680,33
Capital externo	60%	5.546,53
Total		9.244,22

Nota. Inversión requerida para su funcionamiento.

Depreciación de Activos Fijos

Los activos fijos tienen un tiempo determinado de vida y depreciación es el desgaste que sufren los activos con el pasar del tiempo, siendo considerado como un costo.

$$\text{Depreciación Anual} = (\text{Valor actual} - \text{Valor residual}) / \text{Vida útil}$$

Tabla 64*Depreciación de activos fijos*

Detalle/ activos fijos	Valor activo	Vida útil	Valor rescate	Depreciación
Maquinaria y equipo	\$ 942,99	10	\$ 471,50	94,30
Herramientas	\$ 167,50	10	\$ 62,05	12,41
Equipo de computo	\$ 1.277,98	3		425,99
Reinversión de equipo de equipo computo	\$ 1.325,27	3		441,76
Equipo de oficina	\$ 32,00	10	\$ 16,00	3,20
Muebles y enseres	\$ 525,00	10	\$ 262,50	52,50
Equipo de seguridad	\$ 215,00	10	\$ 107,50	21,50
Total	\$ 4.485,74		941,25	1056,00

Nota. Datos tomados de las tablas....

Amortización de Activos Diferidos

Para realizar el cálculo de amortización anual se divide el valor total de los activos diferidos para los 5 años de vida del proyecto como se presenta a continuación:

Tabla 65*Amortización de activos diferidos*

Años	Valor mensual	Valor anual
0		2029,76
1	169,1466667	405,952

2	169,1466667	405,952
3	169,1466667	405,952
4	169,1466667	405,952
5	169,1466667	405,952

Nota. Dato tomado de la tabla...

Amortización de Capital

Para la realización de la amortización del crédito se procede a las siguientes fórmulas:

Amortización= Saldo final ÷ Plazo del préstamo

Interés= Saldo anterior * Tasa de Interés

Dividendos= Interés + Amortización

Saldo final= Monto – Amortización

El capital será financiado en el Banco de Loja, con un monto de \$ 5,546,53 dólares, con una de interés del 12% anual a un plazo de 5 años, así como se representa a continuación:

Tabla 66

Amortización del crédito

Tabla de amortización					
Periodo	Saldo anterior	Interés	Amortización	Dividendos	Saldo final
0					5.546,53
1	5.546,53	665,58	1.109,31	1.774,89	4.437,23
2	4.437,23	532,47	1.109,31	1.641,77	3.327,92
3	3.327,92	399,35	1.109,31	1.508,66	2.218,61
4	2.218,61	266,23	1.109,31	1.375,54	1.109,31
5	1.109,31	133,12	1.109,31	1.242,42	0,00

Nota. Datos obtenidos de la tabla

Presupuesto de costos proyectados

Las estimaciones de costos se prepararon para el período de 5 años de este estudio de factibilidad, tomando en cuenta los costos anuales de los artículos calculados de antemano con una inflación del 3,70% durante el período de 5 años sin pronósticos. de los salarios de los empleados de la empresa, incluye un salario básico de 450 USD en 2021, más 25 USD adicionales por año, lo que corresponde a un aumento salarial del 6,07%; y la depreciación no cambia, excepto para los equipos informáticos con una vida útil de 3 años, debiendo necesariamente realizarse en el cuarto año una reinversión, lo que conllevaría costes financieros adicionales.

Tabla 67
Presupuesto de costos

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	15.565,98	16.141,92	16.739,17	17.358,52	18.000,79
Mano de obra directa	8.368,80	8.678,45	8.999,55	9.332,53	9.677,84
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Materia Prima Indirecta	2.278,80	2.363,12	2.450,55	2.541,22	2.635,25
Mano de obra indirecta	8.368,80	8.678,45	8.999,55	9.332,53	9.677,84
Servicios básicos de producción	350,40	363,36	376,81	390,75	405,21
Suministros de trabajo	118,50	122,88	127,43	132,15	137,04
Depreciación de Maquinaria y Equipo	94,30	94,30	94,30	94,30	94,30
Depreciación de herramientas	16,75	16,75	16,75	16,75	16,75
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	35.162,33	36.459,23	37.804,11	39.198,75	40.645,00
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y Salarios	829,38	860,07	891,89	924,89	959,11
Honorarios profesionales	600,00	622,20	645,22	669,09	693,85
Arriendo	2.400,00	2.488,80	2.580,89	2.676,38	2.775,40
Servicios básicos	457,92	474,86	492,43	510,65	529,55
Útiles de Oficina	108,05	112,05	116,19	120,49	124,95
Útiles de Aseo	205,25	212,84	220,72	228,89	237,35
Insumos de seguridad	240,00	248,88	258,09	267,64	277,54
Permisos de funcionamiento	64,70	67,09	69,58	72,15	74,82
Depreciación de Equipos de Oficina	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Depreciación de Equipos de Computo	425,99	425,99	425,99	441,76	441,76
Depreciación equipo de seguridad	21,50	21,50	21,50	21,50	21,50
Depreciación de Muebles y Enseres	52,50	52,50	52,50	52,50	52,50
Amortizaciones de Activos Diferidos	405,95	405,95	405,95	405,95	405,95
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	5.814,45	5.995,94	6.184,15	6.395,09	6.597,49
GASTOS DE VENTA					
Sueldo personal de ventas	240,00	248,88	258,09	267,64	277,54
Publicidad y propaganda	120,00	124,44	129,04	133,82	138,77
TOTAL GASTOS DE VENTAS	360,00	373,32	387,13	401,46	416,31
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses por Préstamo	665,58	532,47	399,35	266,23	133,12
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	665,58	532,47	399,35	266,23	133,12
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	6.840,03	6.901,73	6.970,64	7.062,78	7.146,91
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	42.002,36	43.360,96	44.774,75	46.261,53	47.791,91

Nota. Presupuestos proyectados para 5 años.

Se puede visualizar que para el primer año el costo de producción total es de 42.002,36 mientras tanto que para el quinto tenemos un valor de 47.791,91.

Costo unitario de producción

Para conocer el costo por cada unidad producida, se debe calcular el costo total de producción para la cantidad de unidades producidas anualmente.

$$\text{CUP} = \text{Costo Total de producción} \div \text{Número de unidades producidas anualmente}$$

Tabla 68

Costo unitario de producción

Años	Costo de producción	Unidades producidas	Costo unitario de producción
1	42.002,36	14940	2,81
2	43.360,96	14940	2,90
3	44.774,75	14940	3,00
4	46.261,53	14940	3,10
5	47.791,91	14940	3,20

Nota. Costo de cada unidad de la longaniza vegana de 250 gr producida.

Precio de venta

Según la estrategia definida en el mercado, para que el producto llegue al consumidor final, la distribución se realiza a través de intermediarios, mismo que es necesario establecer dos precios tanto para los intermediarios como para el público.

$$\text{PVP} = (\text{CUP} * \text{Margen de Utilidad}) + \text{CUP}$$

Tabla 69

Precio de venta

Años	Costo unitario	Margen de utilidad	PVP	% de Intermediario 2%	Precio de venta intermediario
1	2,81	20%	3,37	0,06747367	3,31
2	2,90	20%	3,48	0,06965615	3,41
3	3,00	20%	3,60	0,0719273	3,52
4	3,10	20%	3,72	0,07431572	3,64
5	3,20	20%	3,84	0,07677416	3,76

Nota. Precio de venta para intermediario y hacia el público.

Ingreso por ventas

El ingreso por ventas se lo obtiene por la venta de las unidades producidas de longaniza vegana de 250 gramos. Para ello se va a producir 14.940 paquetes teniendo un resultado de ingreso por venta de 49.386,00 para el primer año 56.197,45 para el quinto.

Tabla 70*Ingreso por ventas*

Años	Unidades producidas	Precio de venta	Ingreso por ventas
1	14.940	3,31	49.394,77
2	14.940	3,41	50.992,48
3	14.940	3,52	52.655,10
4	14.940	3,64	54.403,56
5	14.940	3,76	56.203,29

Nota. Ingreso por ventas por 5 años.

Clasificación de costos

Para un proceso de producción se realiza la correspondiente clasificación de costos fijos y variables, y así mismo se lo hace para el cálculo del punto de equilibrio.

- **Costos fijos:** Se enfocan a un gasto, es decir, son aquellos que no están directamente involucrados en el proceso productivo de la longaniza vegana
- **Costos variables:** Son los que intervienen directamente en el proceso productivo

Tabla 71*Clasificación de costos*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO PRIMO				
Materia prima directa		15.565,98		18.000,79
Mano de obra directa		8.368,80		9.677,84
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN				
Materia Prima Indirecta		2.278,80		2.635,25
Mano de obra indirecta		8.368,80		9.677,84
Servicios básicos de producción		350,40		390,75
Suministro de trabajo		118,50		137,04
Depreciación de Maquinaria y Equipo	94,30		94,30	
Depreciación de herramientas	16,75		16,75	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				

Sueldos y Salarios	829,38		959,11	
Honorarios profesionales	600,00		693,85	
Arriendo	2.400,00		2.775,40	
Servicios básicos	457,92		529,55	
Útiles de Oficina	108,05		124,95	
Útiles de Aseo	205,25		237,35	
Insumo de seguridad	240,00		277,54	
Permisos de funcionamiento	79,29		91,69	
Depreciación de Equipos de Oficina	3,20		3,20	
Depreciación de Equipos de Computo	425,99		441,76	
Depreciación de Muebles y Enseres	52,50		52,50	
Depreciación de equipo de seguridad	21,50		21,50	
Amortizaciones de Activos Diferidos	405,95		405,95	
GASTOS DE VENTAS				
Sueldo personal de ventas	240,00		277,54	
Publicidad y propaganda	120,00		138,77	
GASTOS FINANCIEROS				
Intereses por Préstamo	665,58		133,12	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	6.965,67	35.051,28	7.269,87	40.519,49
	42.016,95		47.794,33	

Nota. Clasificación de costos fijos y variables para el año 1 y 5.

Punto de equilibrio

Es el punto donde se indica que la empresa ni gana ni pierde, es decir donde los ingresos cubren con todos los egresos.

Para ello se determinó en función a la capacidad utilizada de los ingresos o ventas, del año 1 y año 5.

Determinación del punto de equilibrio en el Año 1

Tabla 72

Datos del punto de equilibrio año 1

Datos	Año 1
Costo fijo	\$ 6.966,00
Costo variable	\$ 35,051,00
Costo Total	\$ 42,017,00
Ventas Totales	\$ 49,395,00

Nota. Datos obtenidos de la tabla clasificación de costos.

a. En función de la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{6.966,00}{49.395,00 - 35.051,00} \times 100$$

$$PE = 49\%$$

b. En función de las ventas

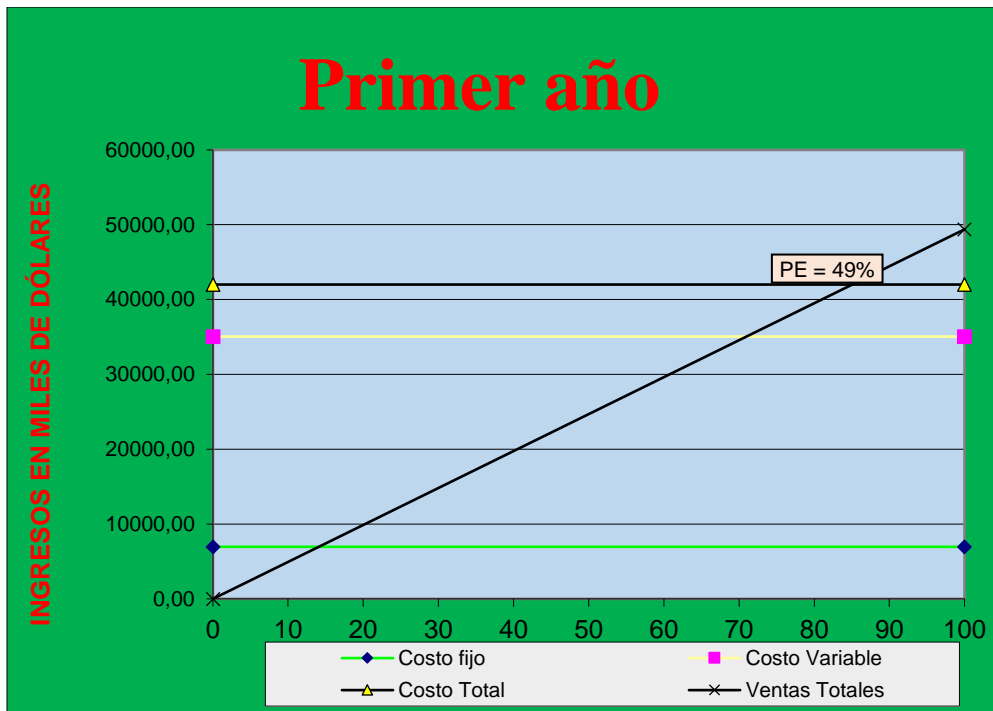
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{6.966,00}{1 - \frac{35.051,00}{49.395,00}}$$

$$PE = 23.988,00$$

Figura 39

Gráfica del punto de equilibrio para el año 1



Nota. Representación gráfica del punto de equilibrio año 1.

Análisis

Como se puede apreciar la gráfica muestra el punto de equilibrio para el primer año se da cuando las ventas están por \$ 23.988,00 trabajando con una capacidad instalada del 49% con esto la esto la empresa “LOJANIZA Cía. Ltd.” No pierde.

Determinación del punto de equilibrio en el Año 5.

Tabla 73

Datos de punto de equilibrio año 5

Datos	Año 5
Costo fijo	\$ 7.275,00
Costo variable	\$ 40.519,00
Costo Total	\$ 47.794,00
Ventas Totales	\$ 56,203,00

Nota. Datos obtenidos de la tabla de clasificación de costos.

a. En función de la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{7.275,00}{56.203,00 - 40.519,00} \times 100$$

$$PE = 46\%$$

b. En función de las ventas

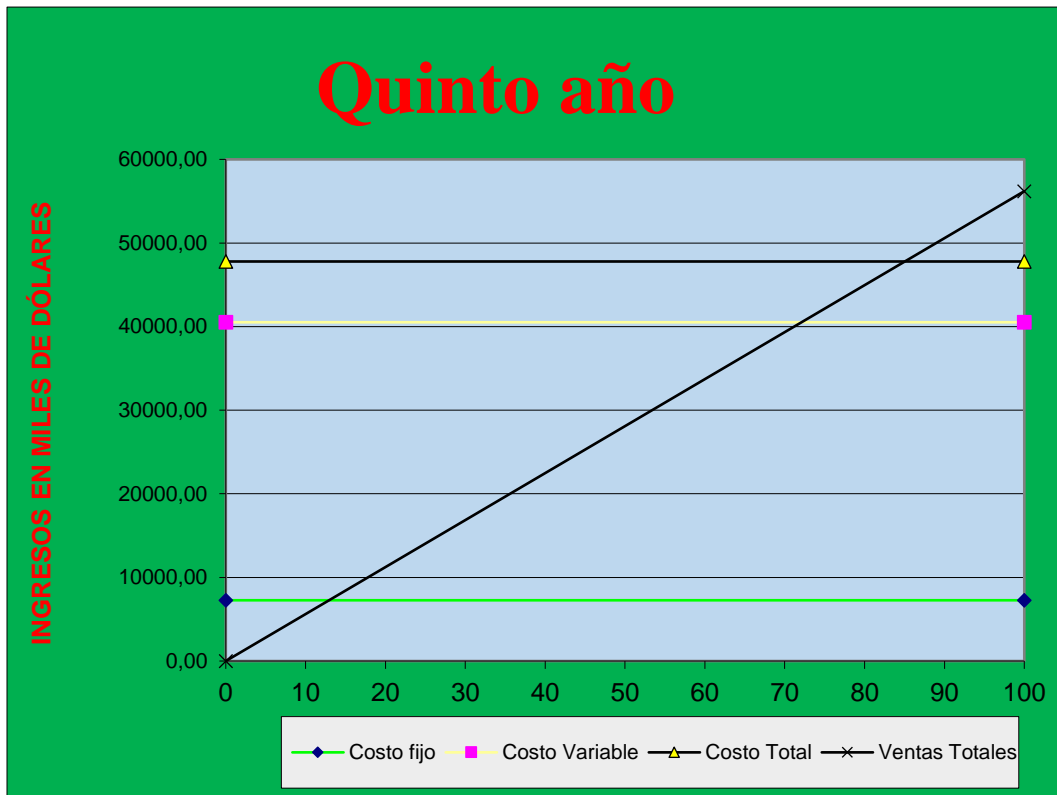
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{7.275,00}{1 - \frac{40.519,00}{56.203,00}}$$

$$PE = 26.070,00$$

Figura 40

Gráfica del punto de equilibrio para el año 5



Nota. Representación gráfica para el 5 año.

Análisis

Como se puede visualizar en la gráfica del punto de equilibrio para el quinto año las ventas están por encima \$ 26.070,00 trabajando con una capacidad instalada del 46% a lo que se deduce que la empresa “LOJANIZA Cía. Ltd.” No pierde por lo que la capacidad instalada está por encima del punto de equilibrio obteniendo ganancias.

Estado de pérdidas y ganancias

Proporciona datos que corresponden a un período de tiempo específico (normalmente un año). La cantidad de gastos y costos e impuestos y distribuciones de ganancias se restan de los ingresos, lo que finalmente resulta en ganancias o pérdidas.

Tabla 74*Estado de pérdidas y ganancias*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	49.394,77	50.992,48	52.655,10	54.403,56	56.203,29
(+) Valor Residual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Rescate	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS	49.394,77	50.992,48	52.655,10	54.403,56	56.203,29
2. EGRESOS					
Costo de Producción	35.162,33	36.459,23	37.804,11	39.198,75	40.645,00
Costo de Operación	6.840,03	6.901,73	6.970,64	7.062,78	7.146,91
TOTAL EGRESOS	41.002,36	43.360,96	44.7774,75	46.2261,53	47.791,91
(1-2) Utilidad antes impuesto trabajadores	7.392,42	7.630,32	7.880,36	8.142,03	8.411,38
(-)15% Trabajadores	1.108,86	1.144,55	1.182,05	1.221,30	1.261,71
(=) Utilidad antes impuesto a la renta	6.283,55	6.486,80	6.698,30	6.920,73	7.149,67
(-) Porcentaje tipo marginal 0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Impuesto a la fracción Básica	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	6.223,55	6.426,80	6.638,30	6.860,73	7.089,67
(-) 10% de Reservas	622,36	642,68	663,83	686,07	708,97
(=) Utilidad Líquida	5.601,20	5.784,12	5.974,47	6.174,65	6.380,70

Nota. Estado de pérdidas y ganancias de la empresa “LOJANIZA Cía. Ltd.”

7.5. Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar si la inversión del proyecto es conveniente para la rentabilidad de la empresa de longaniza vegana a base de quinua con champiñones en base a los indicadores: VAN, TIR, RBC, PRC y los análisis de sensibilidad (AS) con incremento en los costos y disminución en los ingresos.

Para proceder con la evaluación financiera del proyecto se debe elaborar un flujo de caja, el cual nos sirve de base para determinar los cálculos de los indicadores nombrados anteriormente.

Flujo de caja

El flujo de caja representa las entradas y salidas de dinero que se obtiene, lo que permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa “LOJANIZA”, durante la vida útil del proyecto, además este estado financiero es un indicar que proporciona información para la evaluación financiera referente a la aplicación de los indicadores.

Tabla 75*Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	49.394,77	50.992,48	52.655,10	54.403,56	56.203,29
Saldo Anterior	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Valor residual			425,99		1.383,00
TOTAL INGRESOS	49.386,00	50.984,44	53.073,79	54.396,99	57.558,75
2. EGRESOS					
Costo de Producción	35.162,33	36.459,23	37.804,11	39.198,75	40.645,00
Costo de Operación	6.840,03	6.901,73	6.970,64	7.062,78	7.146,91
Amortización del crédito	1.109,31	1.109,31	1.109,31	1.109,31	1.109,31
TOTAL EGRESOS	43.111,67	44.470,26	45.884,05	47.370,84	48.901,22
(=) Utilidad antes impuesto trabajadores	6.283,11	6.522,22	7.197,04	7.032,72	8.685,07
(-) 15% Trabajadores	1.108,86	1.144,73	1.182,05	1.221,30	1.261,71
(=) Utilidad antes impuesto a la renta	5.174,25	5.377,49	6.014,99	5.811,42	7.423,36
(-) Porcentaje tipo marginal 0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Impuesto a la fracción Básica	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	5.114,25	5.317,49	5.954,99	5.751,42	7.363,36
(-) 10% de Reservas	622,36	642,68	663,83	686,07	708,97
(=) Utilidad Líquida	4.491,89	4.674,81	5.291,16	5.065,35	6.654,40
(+) Depreciaciones	614,24	614,24	614,24	630,00	630,00
(+) Amortización de activos diferidos	405,95	405,95	405,95	405,95	405,95
FLUJO DE CAJA	5.512,09	5.695,01	6.311,35	6.101,30	7.690,35

Nota. Representa el flujo de caja de la empresa.

Valor actual neto (VAN)

El VAN como decisión de aceptación del proyecto se toma en consideración los siguientes criterios:

- ✓ Si el VAN es positivo se acepta el proyecto.
- ✓ Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto.
- ✓ Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista.

Para determinar el cálculo se procede a la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de actualización} = 1 \div (1 + i)^n$$

$$\text{Factor de actualización} = 1 \div (1 + 12\%)^1$$

Factor de actualización= 0,892857

Para el cálculo del valor actual neto (VAN) se realiza lo siguiente:

Tabla 76

Valor actual neto (VAN)

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Flujos netos actualizados
0	9.244,22		
1	5.512,09	0,892857	4.921,38
2	5.695,01	0,797194	4.540,02
3	6.311,35	0,711780	4.492,30
4	6.101,30	0,635518	3.877,49
5	7.690,35	0,567427	4.363,71
Total			22.195,03
		VAN=	12.950,81

Nota. Valor Actual Neto de la empresa.

Análisis: Se obtiene que el VAN es positivo y al mismo tiempo mayor a 0, por lo tanto, el proyecto se acepta y se lo puede ejecutar.

Tasa interna de retorno (TIR)

- ✓ Si la TIR es > que el costo del capital se debe aceptar el proyecto.
- ✓ Si la TIR es = que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- ✓ Si la TIR < que el costo del capital se debe rechazar el proyecto.

Tabla 77

Tasa Interna de Retorno (TIR)

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTORES DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		57%		58%	
0	9.244,22				
1	5.512,09	0,636943	3.510,88	0,632911	3.488,66
2	5.695,01	0,405696	2.310,44	0,400577	2.281,29
3	6.311,35	0,258405	1.630,89	0,253530	1.600,12
4	6.101,30	0,164589	1.004,21	0,160462	979,04
5	7.690,35	0,104834	803,21	0,101558	778,83
Total			9.262,63		9.130,11
			18,41		-114,11

Nota. Tasa Interna de Retorno.

Para el cálculo se realiza las siguientes fórmulas:

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM}$$

$$TIR = 57 + 1 \frac{18,41}{18,41 - (-72,98)}$$

$$TIR = 57 + 1 \frac{18,41}{132,52}$$

$$TIR = 57 + 0,138906248$$

$$TIR = 57 + 0,138906248$$

$$TIR = 57,14$$

Análisis: La Tasa Interna de Retorno obtenida es de 57,14 por lo que se deduce que la aceptación de la TIR el proyecto es factible.

Relación beneficio costo (RBC)

Muestra la rentabilidad por cada dólar invertido en el proyecto, cuyos criterios son tomados para decidir si el proyecto se lo acepta o no referente a los siguientes criterios:

- ✓ Si RBC < 1, el proyecto no es rentable
- ✓ Si RBC > 1, el proyecto es rentable
- ✓ Si RBC = 1, se deja al criterio del inversionista

Tabla 78

Relación beneficio costo (RBC)

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	49.394,77	43.111,67	0,892857	44.102,48	38.492,56
2	50.992,48	44.470,26	0,797194	40.650,90	35.451,42
3	53.081,09	45.884,05	0,711780	37.782,07	32.659,36
4	54.403,56	47.370,84	0,635518	34.574,45	30.105,02
5	57.586,29	48.901,22	0,567427	32.676,01	27.747,86
Total				189.785,90	164.456,26

Nota. Relación Beneficio Costo.

Para calcular la Relación Beneficio Costo se debe tomar en cuenta la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{189.785,90}{164.456,23}$$

$$RBC = 1,15$$

Análisis: El resultado arrojado de RBC es de 1,15 siendo mayor a uno, a lo que se obtendrá 0,15 centavos por cada dólar invertido, debido a que el proyecto tendrá rentabilidad.

Periodo de recuperación (PRC)

Este nos da a conocer el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión inicial del proyecto y el costo de financiamiento.

Tabla 79

Periodo de recuperación (PRC)

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	9.244,22		
1	5.512,09	0,892857	4.921,50
2	5.695,01	0,797194	4.540,02
3	6.311,35	0,711780	4.492,30
4	6.101,30	0,635518	3.877,49
5	7.690,35	0,567427	4.363,71
Total			

Nota. Periodo de Recuperación de Capital.

Para poder calcular el PRC del proyecto se hace lo siguiente:

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$
$$\text{PRC} = 3 + \frac{9.244,00 - 13.954,00}{4.492,00}$$
$$\text{PRC} = 1,95$$

El 1,95 representa el año que se recuperará la inversión para conocer los meses, días para lo cual se realiza lo siguiente:

- Se multiplica los 0,62*12 meses del año obteniendo un total de 7 meses
- Finalmente, el 0,56*30 días un total de 17 días

Análisis: La inversión inicial de 9.244,00 del proyecto se recuperará en un tiempo aproximado de 2 años, 7 meses y 17 días.

Análisis de sensibilidad (AS)

Para ello se tiene en consideración los criterios de análisis de sensibilidad:

- ✓ El coeficiente de sensibilidad es > 1, el proyecto es sensible.
- ✓ El coeficiente de sensibilidad = 1, el proyecto no sufre ningún efecto.
- ✓ El coeficiente de sensibilidad < 1, el proyecto no es sensible.

Análisis de sensibilidad con incremento en los costos

Nos permite saber si el proyecto es sensible, es decir se procede a realizar un incremento del 5,70% dando un resultado de:

Tabla 80

Análisis de sensibilidad – Incremento del 5,70% en costos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
					36%		37%	
0	9.244,22			-9244,22				
1	43.111,67	45.569,03	49.394,77	3.825,74	0,73529	2.813,05	0,72993	2.795,88
2	44.470,26	47.005,07	50.992,48	3.987,42	0,54066	2.155,83	0,53279	2.126,97
3	45.884,05	48.499,44	53.081,09	4.581,65	0,39754	1.821,40	0,38890	1.783,66
4	47.370,84	50.070,98	54.403,56	4.332,59	0,29231	1.266,46	0,28387	1.231,26
5	48.901,22	51.688,59	57.586,29	5.897,70	0,21493	1.267,62	0,20720	1.218,55
Total						9.324,35		9.156,32
						80,13		-93,52

Nota. Análisis de sensibilidad- Incremento de costos.

Para hacer el cálculo del análisis de sensibilidad- incremento de costos se realiza lo siguiente:

a. Nueva TIR

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM}$$

$$TIR = 37 + 1 \frac{80,13}{173,67}$$

$$TIR = 37 + 1 \frac{80,13}{173,67}$$

$$TIR = 37 + 1(0,461446317)$$

$$TIR = 37 + 0,461446317$$

$$TIR = 37,46$$

b. TIR resultante

$$TIR = TIR O - N TIR$$

$$TIR = 57,15 - 37,46$$

$$TIR = 19,68$$

c. Porcentaje de variación (%V)

$$\%V = \frac{TIR R}{TIR O} * 100$$

$$\%V = \frac{19,68}{57,14} * 100$$

$$\%V = 34,44\%$$

d. Valor de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{N TIR}$$

$$S = \frac{34,44}{37,46}$$

$$S = 0,9192901$$

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos del análisis de sensibilidad con incremento de costos se deduce que el proyecto no es sensible, ya que soporta hasta el 5,70% con el incremento siendo menor a 1 a lo que el incremento de costos no afecta la rentabilidad de la inversión durante la vida útil del mismo.

Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos

Para conocer si el proyecto es sensible en este análisis se debe disminuir los ingresos a un 5% a lo cual se tuvo el siguiente resultado:

Tabla 81

Análisis de sensibilidad con la disminución del 4,95% en los ingresos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	INGRESO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
					36%		37%	
0	9.244,22			-9244,22				
1	43.111,67	49.394,77	46.949,73	3.838,07	0,73529	2.822,11	0,72993	2.801,51
2	44.470,26	50.992,48	48.468,36	4.998,09	0,54066	2.161,60	0,53279	2.130,16
3	45.884,05	53.081,09	50.453,58	4.569,53	0,39754	1.816,58	0,38890	1.777,09
4	47.370,84	54.403,56	51.710,59	4.339,75	0,29231	1.268,55	0,28387	1.231,92
5	48.901,22	57.586,29	54.735,77	5.834,55	0,21493	1.254,04	0,20720	1.208,94
Total						9.322,89		9.149,62
						78,67		-94,60

Nota. Análisis de sensibilidad- Disminución de ingresos.

Para hacer el cálculo del análisis de sensibilidad- incremento de costos se realiza lo siguiente:

a. Nueva TIR

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM}$$

$$TIR = 36 + 1 \frac{78,67}{209,97 - (-404,37)}$$

$$TIR = 36 + 1 \frac{78,67}{173,28}$$

$$TIR = 36 + 1(0,454006657)$$

$$TIR = 36 + 454006657$$

$$TIR = 36,45$$

b. TIR resultante

$$TIR = TIR O - N TIR$$

$$TIR = 57,14 - 36,45$$

$$TIR = 20,68$$

c. Porcentaje de variación (%V)

$$\%V = \frac{TIR R}{TIR O} * 100$$

$$\%V = \frac{20,68}{57,14} * 100$$

$$\%V = 36,20\%$$

d. Valor de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{N TIR}$$

$$S = \frac{36,20}{36,45}$$

$$S = 0,9930617$$

Análisis: Dado los resultados de la disminución de ingresos se determina que el proyecto no es sensible debido que soporta hasta el 4,95% con la disminución, siendo menor 1, es decir con el incremento de costos no afecta la rentabilidad de la inversión durante la vida útil del proyecto.

8. Conclusiones

Al haber culminado el presente trabajo investigativo, se ha tomado en cuenta los resultados obtenidos, mismos que se mostrará a continuación:

- El estudio de mercado permitió determinar que, si va a existir demanda del producto, dentro del segmento de mercado se tiene a las familias de la ciudad de Loja, y en cuanto a la oferta y la demanda en el primer año se determinó una demanda insatisfecha de 21.905,00 unidades de productos veganos lo que da oportunidad para este nuevo producto cubrir el mercado insatisfecho.
- El total de la inversión para poner en marcha esta empresa es de \$ 9.200,82 dólares la cual será financiada mediante un crédito al Banco de Loja con una tasa de interés del 12% a 5 años plazo, dicho préstamo será de \$ 5.520,49 con un porcentaje del 60% de capital externo y \$ 3.680,33 que da un porcentaje de 40% de capital propio.
- Dentro del estudio técnico se pudo determinar que se realizará 2 procesos al día con un tiempo de 240 minutos por cada proceso, laborando los 249 días año obteniendo una producción de 14.940,00 paquetes de longaniza vegana a base de quinua con champiñones de 250 gramos. La empresa estará ubicada en la ciudad Loja en las calles Sucre entre Catacocha y Lourdes.
- El costo total de producción para el primer año es de 41.994,89 dólares produciendo 14.940 unidades al año, con un precio unitario de producción de \$ 2,81 con un margen de utilidad del 20%, debido a que el precio de venta para el intermediario es de \$ 3,31 y el precio de venta al público es de \$ 3,37 por cada unidad de 250 gr dando un total de ventas al año de \$ 49.386,00 dólares.
- El punto de equilibrio en función a la capacidad instalada es del 49%, y en función a las ventas para el primer año tiene un total de 23.972,00 dólares mientras que para el quinto año en función de la capacidad instalada es del 46%, y en función de ventas es de \$ 26.059,00 mismo que representa que cubre los ingresos y gastos.

- En cuanto al estudio financiero y evaluación financiera del presente proyecto tiene los siguientes indicadores: El flujo de caja de 5.511,95 dólares para el primer año, Valor Actual Neto es de 12.981,94 por tanto el VAN es positivo a lo que significa que el proyecto es factible, la TASA Interna de Retorno es de 57,45 lo que demuestra que es mayor que el costo de oportunidad o de capital por tanto se acepta el proyecto, Relación Beneficio Costo que por cada dólar invertido se obtiene 0,15 centavos de ganancia; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años 7 meses y 17 días; análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 5,70% y el análisis de sensibilidad en la disminución de los costos es de 4,95% lo que se determina que el proyecto es factible.

9. Recomendaciones

- Se recomienda que al momento de poner en marcha el presente proyecto de investigación es necesario considerar aspectos importantes como lo son: la tasa de interés, los incrementos salariales vigentes, para evitar posibles inconvenientes.
- Incentivar a los consumidores de la ciudad de Loja un nuevo estilo de vida implementando en su alimentación consumir productos veganos, mismos que proporcionan los nutrientes necesarios con grandes beneficios para la salud.
- Dado que el proyecto tiene la factibilidad requerida se recomienda ejecutar el mismo, debido que permitirá obtener buenos ingresos, así como también generar nuevas fuentes de empleo en la ciudad de Loja.
- Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual puede disminuir cualquier tipo de riesgo para la empresa.
- Realizar revisiones de los presupuestos de costos para poder efectuar los ajustes necesarios, de manera que se generen ingresos suficientes para cubrir los costos y obtener la utilidad necesaria para el proyecto.

10. Bibliografía

- Baca, G. (2016). *Evaluación de proyectos* (7a ed.). Mc Graw Hill Educación.
- Díaz, F., & Pino, X. (2020). *Estudio de factibilidad técnico-económico para el establecimiento de una microempresa productora de alimentos veganos en la región centro-sur del estado Anzoátegui, Venezuela* [Tesis de pregrado, Universidad de Oriente]. <https://tinyurl.com/yq69twxr>
- Duvergel, Y., & Argota, L. (2017). Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos. *3C Tecnología: Glosas de Innovación Aplicadas a La Pyme*, 6(4), 46–63. <https://doi.org/10.17993/3ctecno.2017.v6n4e24.46-63>
- Enriquez, R. (2018). *Etapas de los proyectos de inversión*. Taem Perú Consulting. <https://taemperuconsulting.com/etapas-de-los-proyectos-de-inversion/>
- Fuentes, M. (2021). *El veganismo*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <http://hdl.handle.net/10757/658099>
- Gomez, A. (2014). *II. Estudio Técnico*. Facultad de Economía UNAM. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Gutiérrez, P. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de carne vegetal y su comercialización en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe* [Tesis pregrado, Universidad Nacional de Loja]. <https://tinyurl.com/yq7gobol>
- Jimenez, F., & Carballo, J. (2021). *Principios básicos de elaboración de embutidos*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/hojas/hd_1989_04.pdf
- López, G. (2020). *Elaboración de longaniza artesanal ahumada con leña de árboles frutales implementando especias digestivas en la ciudad de Guayaquil* [Tesis pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49534/1/BINGQ-GS-20P18.pdf>
- Martín, B. (2015). Alerta de la OMS sobre el consumo de carne roja y carne procesada. *DA Derecho Animal*, 2, 1–5. <https://raco.cat/index.php/da/article/view/v6-n4-martin/440649>
- Medail, B. (2022). *Producción y comercialización de champiñones secos y frescos*.

Universidad Tecnológica Nacional. <https://ria.utn.edu.ar/handle/20.500.12272/6771>

Nava, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606–628. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29012059009>

Normalización INEN. (2018). *Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 056 (2R) “Carne y Productos Cárnicos.”* <https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/1344.pdf>

Ortega, R. (2015). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa para elaboración de chorizo parrillero y mortadela a partir de proteína de soya (glycine max), en la ciudad de Loja, cantón y provincia de Loja* [Tesis pregrado, Universidad Nacional de Loja]. <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/10349>

Pasaca, M. (2017). *Elaboración y evaluación de proyectos de inversión* (2a ed.). GarficPlus.

Peñafiel, T. (2021). *Clasificación de las empresas*. Universidad Autónoma Del Estado de Hidalgo.

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/19850/clasificacion-empresas.pdf>

Peralta, E. (2009). *La quinua en Ecuador “Estado del Arte.”* INIAP. <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/805/1/iniapsclgaq1.pdf>

Peralta, E. (2018). *Potencial agroindustrial de la quinua*. INIAP. <http://181.112.143.123/bitstream/41000/2827/1/iniapsc322est.pdf>

Rosciano, C., & Villegas, A. (2021). *Desarrollo de un embutido vegetal estilo longaniza manabita, a base de proteína de soya texturizada* [Tesis pregrado, Universidad de Guayaquil]. <https://tinyurl.com/yotr52ll>

Sánchez, J. (2019). *Estudio de mercado*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

11. Anexos

Anexo 1. Encuesta realizada a los consumidores

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES

INTRODUCCIÓN

Estimada (o) amiga (o)

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración de Empresas, con el objetivo de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja, me dirijo a usted para solicitarle comedidamente de contestación a la encuesta que se plantea, toda información será utilizada para fines académicos.

INSTRUCCIÓN

Lea detenidamente cada pregunta y marque con x una sola opción

1. ¿En su familia consume embutidos veganos?

Si

No

Nota: Si su respuesta es negativa, se le agradece por el tiempo, puede finalizar la encuesta.

2. ¿Qué tipo de embutidos veganos ha consumido?

Longaniza vegana

Chorizo vegano

Jamón vegano

Peperoni vegano

Salchichas veganas

3. ¿Qué cantidad de embutido vegano de 300g consume semanalmente?

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

4. ¿Cuánto paga por embutido vegano de 300g?

\$4.00

\$4.50

- \$5.00 en adelante
- 5. De las marcas existentes ¿Cuál es de su preferencia?**
- Carrefour VEGGIE
- Vegin
- Choriveg
- Otro ¿Cuál?
- 6. ¿Usted consumiría la longaniza vegana elaborado a base de quinua con champiñones?**
- Si
- No
- 7. ¿Normalmente en qué lugar adquiere el producto?**
- Tiendas
- Ferias
- Mercado
- Supermercado
- Otro ¿Cuál?
- 8. En caso de implementar una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?**
- Si
- No
- 9. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la longaniza vegana?**
- Empacado al vacío
- Empaque de plástico
- Empaque poliestireno (aluminio)
- Empaque biodegradable
- Otro ¿Cuál?
- 10. Al momento de adquirir la longaniza vegana ¿Qué característica considera de mayor relevancia?**
- Precio
- Calidad
- Sabor
- Textura

Aroma

11. ¿Cuánto le gustaría pagar por el producto de 300g?

\$4.00

\$4.50

\$5.00

\$5.50

12. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir?

Descuento en compra

Muestras gratis

Combos

Productos adicionales

Otro.....

13. ¿En qué red social le gustaría recibir información sobre la longaniza vegana?

Facebook

Instagram

Twitter

Tiktok

14. ¿En que horario usted accede a las redes sociales?

Mañana

Tarde

Noche

15. ¿Qué Tiempo le dedica?

30 a 60 min

1 a 2 horas

3 a 4 horas

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Entrevista realizada a los oferentes

DISEÑO DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES

INTRODUCCIÓN:

Estimada (o) amiga (o)

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración de Empresas, le requiero su valiosa colaboración con la finalidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de Longaniza Vegana a base de quinua con champiñones. La información proporcionada será utilizada únicamente para fines académicos.

Nombre del entrevistado

.....

Nombre de la empresa

.....

¿Usted vende embutidos veganos o algún otro tipo de producto vegano?

.....

¿Cuántos paquetes de embutido u otro producto vegano vende mensualmente?

.....

¿Dónde adquiere el producto para su venta?

- Directamente de los productores
- Supermercados
- Distribuidores

¿Cuál de las marcas existentes en el mercado tienen mayor acogida?

.....

¿Cuáles son sus clientes potenciales?

.....

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN			
Objetivo: Obtener información necesaria para poder determinar la factibilidad del proyecto en investigación.			
Atributo y afirmación	Si	No	Observación
Existen empresas locales		x	Las empresas productoras se encuentran en las ciudades de Quito, Ambato y Cuenca.
El producto se encuentra en todos los lugares que venden productos de consumo masivo.		x	Únicamente lo comercializa Supermaxi.
Comparación de precios	x		De las dos marcas que se ha observado tienen los siguientes precios: <ul style="list-style-type: none"> • Cordon green • \$ 4,05 • Lenvege \$3,98
Presentación	x		El producto es presentado por medio de cajitas de cartón de 200 y 300 gr.
Tiene alguna sección en donde se puede encontrar el producto	x		El producto se lo encuentra en la sección de carnes y embutidos en refrigeración

Nota. Elaborado por la autora

Anexo 4. Testeo del producto

- *Muestras*



- *Packaging*



- *Receta del producto*

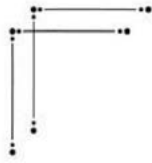
Ingredientes:

- Lenteja.
- Champiñones.
- Vegetales (Tomate, pimiento, Perejil, Cebolla, Laurel y Cilantro).
- Especias (Paprika, Ajo en polvo, Comino, Sal, Pimienta, Canela y Apanadura).

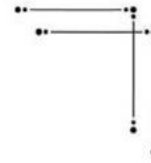
Preparación:

- Cocción de la lenteja
- Saltear los champiñones con aceite de oliva de
- Picar las verduras
- Licuar las verduras junto con las especias. Agregar la lenteja y los champiñones salteados. Cocinar a fuego bajo, pasado el tiempo colocar sal y pimienta. Mientras más tiempo se lo cocines más se integran los sabores.
- Dejar reposar y guardar en el refrigerador.

Anexo 5. Certificado de traducción del resumen



Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 19 de octubre de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.

**DOCENTE DE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS – UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora de longaniza vegana a base de quinua con champiñones y su comercialización en la ciudad de Loja**, autoría de Diana Maribel Herrera Ordoñez con CI: 1105248445 de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autorizo a la parte interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Atentamente,



Marlon Richard
ARMIJOS RAMIREZ

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL
1031-12-1131340
1031-2017-1905329



Educamos para Transformar

