



1859

# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**Título:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
ELABORACIÓN DE MORTADELA DE CERDO Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA,  
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**

Tesis de grado previa a la  
obtención del Título de  
Ingeniero Comercial.

**AUTOR:**

José Elías Barba Gutiérrez.

**DIRECTOR:**

Ing. Galo Salcedo López Mgs.

**LOJA – ECUADOR**

**2015**

## CERTIFICACIÓN

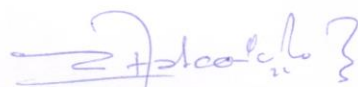
Ing. Com. Galo Salcedo Mg.,  
DIRECTOR DE TESIS.

### CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación denominado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE MORTADELA DE CERDO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO**”, autoría del Sr. José Elías Barba Gutiérrez, previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Octubre de 2015

Atentamente,



Ing. Com, Galo Salcedo Mgs.

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

### AUTORÍA

Yo José Elías Barba Gutiérrez declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**AUTOR:** José Elías Barba Gutiérrez

**FIRMA:** .....

**CÉDULA:** 160074423-7

**FECHA:** Loja, Octubre de 2015

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

Yo, José Elías Barba Gutiérrez declaro ser autor de la tesis titulada: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE MORTADELA DE CERDO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO ", Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERO COMERCIAL**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 29 días del mes de octubre del dos mil quince, firma el autor:

**FIRMA:**.....  


**AUTOR:** José Elías Barba Gutiérrez

**CÉDULA:** 160074423-7

**DIRECCIÓN:** Morona Santiago Cantón Palora, Av. Cumanda

**CORREO ELECTRÓNICO:** josebarba1990@hotmail.com

**TELÉFONO:** 0987248613

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Galo Salcedo López Mgs.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc. PRESIDENTE

Ing. Miguel Soto Carrión Mg. Sc. VOCAL

Ing. Edwin Hernández Mg. Sc. VOCAL

## **AGRADECIMIENTO**

Uno de los esfuerzos más importantes de nuestra vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello expreso el testimonio de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja por haberme permitido superar, a los Directivos de la Modalidad de Estudios a Distancia, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ing. Galo Salcedo en su calidad de DIRECTOR del presente trabajo de investigación, por brindarme sus valiosos conocimientos y compartir sus invaluables experiencias.

José Elías Barba Gutiérrez

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño, respeto y consideración a mis padres el Sr. José Elías Barba Calle y la Sra. Alicia Francisca Gutiérrez Velín, por su apoyo y colaboración durante mis estudios y por haberme infundido valores como el trabajo, el cumplimiento y la perseverancia.

José Elías Barba Gutiérrez

**a) TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE  
MORTADELA DE CERDO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN  
PALORA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**

## **b) RESUMEN**

Para la realización del presente trabajo de tesis, se ha determinado la importancia que tiene el poder crear empresa en el cantón Palora de la provincia de Morona Santiago, con el objeto de fomentar industria, crear fuente de trabajo, etc.

El objetivo general de la presente investigación es determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de mortadela de cerdo y su comercialización en el Cantón Palora, Provincia de Morona Santiago, la cual permitió aplicar distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo el cual permitió conocer el requerimiento de mortadela de carne de cerdo y su comercialización en el cantón Palora, el Método Inductivo con el cual se llegó a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto, el Método Estadístico el cual permitió elaborar la parte estadística del manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

En el estudio de mercado realizado en el Cantón Palora, con una muestra de 326 familias y 79 comercializadoras; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado del cantón Palora, determinando la Demanda Potencial de 1.654 familias, la Demanda Real 1.638 familias, Demanda Efectiva 1.360 familias, las cuales consumen 52.155 libras de mortadela de cerdo, La Oferta de 5.512 libras de mortadela de cerdo y la Demanda Insatisfecha de 46.643



libras de mortadela de cerdo, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de producir 45.760 libras de mortadela de cerdo y cuya capacidad utilizada será de 36.608 libras de mortadela de cerdo, de los cuales se producirá el 60% de la capacidad utilizada para el primer año, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Palora. El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

El proyecto alcanza una inversión de 51.495,47 dólares y se financiará con un aporte de los socios del 41,74% del total de la inversión que corresponde a 21.495,47 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 58,26% que corresponde a 30.000 dólares a 5 años plazo al 15% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 40.357,74 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 33,27%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la

inversión original sería 3 años, 9 meses y 11 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 12,95% y disminuidos en un 9,95%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

## **ABSTRACT**

For the realization of this thesis, we have determined the importance of being able to create on a Palora canton in the province of Morona Santiago, in order to encourage industry, creating a source of work, etc.

The overall objective of this research is to determine the feasibility of creating a company producing pork mortadella and marketing in Canton Palora, Morona Santiago Province, which allowed to apply different methods and techniques that allows research, as The deductive method which allowed meet the requirement of mortadella pork and marketing in Palora canton, the inductive method with which they failed to win the overall conclusion as project feasibility study, the statistical method which allowed developing the statistical part of managing qualitative and quantitative research data.

In the market study in the Canton Palora, with a sample of 326 families and 79 trading; Weighted surveys have been analyzed and the results have been inferred then undertake market analysis Palora canton, determining the potential demand of 1,654 families, 1,638 families Real Demand, Demand Effective 1,360 families, which consume 52,155 pounds of bologna pork, offer 5,512 pounds of pork and mortadella unmet demand of 46,643 pounds of pork mortadella, which allowed us to determine that the project can and should be run by the results of the analysis of demand, supply and levels marketing of this product.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to produce 45,760 pounds of pork mortadella used and whose capacity will

be 36,608 pounds of bologna pork, which produce 60% of capacity utilization for the first year, also the location of the same to be located in the city of Palora is determined. The production process requires the use of suitable equipment, which will guarantee for a quality product and moderate prices.

The project reaches an investment of \$ 51,495.47 and will be financed by a contribution of the partners of 41.74% of the total investment corresponds to \$ 21,495.47 and a loan that will keep the project with the Development Bank will provide the 58.26% which corresponds to \$ 30,000 within five years to 15% annual interest.

The financial evaluation presents the following results: According to the NPV of this project gives us a positive value of \$ 40,357.74, which indicates that the project or investment is suitable.

For this project, the IRR is 33.27%, this being satisfactory value for the project, the time required to recover the original investment would be 3 years, 9 months and 11 days, for this project, the sensitivity values are less than one, thus not affecting the project changes in costs and revenues increased 12.95% and decreased in 9.95% respectively, ie the project is not sensitive to these changes.

## **c) INTRODUCCIÓN**

El Ecuador es un país que se caracteriza por el consumo de productos cárnicos como es el consumo de la mortadela.

En el mercado se encuentran productos con costos elevados

Tener un local especializado para la venta de mortadela.

De estos productos cárnicos, la mortadela, es el producto escogido para el estudio de factibilidad. Está compuesta por una mezcla de carne de cerdo y gordura de cerdo finalmente picada, embutidos en una tripa natural como vejiga o sistémica como celofán fibrosa o poliamida.

Refiriéndose a la provincia de Morona Santiago, podemos manifestar que es una de las provincias que más se dedican a la ganadería.

Considerando que en el cantón sí existe la materia prima necesaria para la implementación de una microempresa destinada a la producción y comercialización de productos cárnicos.

Pocas agrupaciones han emprendido con este tipo de proyectos, sin embargo, por problemas internos, falta de recursos y apoyo de entidades financieras y gubernamentales y especialmente por no realizar estudios técnicos y lograr una buena ubicación de su planta han postergado su actividad.

La implementación de una empresa es esencial para el funcionamiento de la economía de nuestro cantón, ya que además es una generadora de empleo, directo, esto ayudara a que se sean aprovechados de la mejor manera todos los productos necesarios existentes dentro del cantón en la elaboración y comercialización de mortadela de carne de cerdo.

De ahí la inclinación directa sobre el proyecto de factibilidad para **“LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE MORTADELA DE CERDO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”**.

En primer lugar se plantea el Tema de la investigación como es la producción y comercialización de mortadela de cerdo en la provincia de Morona Santiago.

En el estudio de Mercado, en el cual se analiza la demanda, oferta y demanda insatisfecha del producto que se pretende ofrecer a la ciudadanía azuaya, incluido un plan de comercialización.

Se plantea el Estudio Técnico el que contiene lo referente a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha, así como también, el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción.

En el Estudio Organizacional, en el cual se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, se propone su nombre y se sugiere un Manual de Funciones y de los puestos para el personal de la empresa.

Se realiza un Estudio Financiero, en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto y se elaboró los cuadros de presupuestos.

Además se utilizó varios métodos como el analítico, inductivo, deductivo, estadístico y técnicas como la observación directa y la encuesta. Los cuales fueron utilizados para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad.

De acuerdo a los estudios realizados, como son Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional, Estudio Financiero y Evaluación Financiera, se ha podido determinar la factibilidad del proyecto de inversión, el mismo que permite recomendar la implantación del proyecto tanto desde el punto de vista económico como financiero para su implantación..

## d) REVISIÓN DE LITERATURA

### MARCO REFERENCIAL

#### CARNE DE CERDO

“La carne de cerdo o carne de porcino es un producto cárnico procedente del cerdo. Es una de las carnes más consumidas en el mundo. Algunas religiones la consideran un alimento prohibido. Por ejemplo, el judaísmo la considera treifá y el islamismo, haram. Es además una de las más aprovechadas, porque se utiliza casi todo el cuerpo del animal, así como muchos de sus subproductos: jamón, chorizo, bacón, morcilla, tocino, paté, etc.”<sup>1</sup>

#### MORTADELA

#### GRÁFICA 1



---

<sup>1</sup> ECUADOR, Su realidad económica, TOMO II, 2008, Juan Carlos Andre



“La **mortadela** es un fiambre elaborado, en su mayoría, con carne de las mejores selecciones de caballos retirados de deportes como polo y quitación finamente picada (cerca de un 60% de magro) originario de la región italiana de Bolonia (capital de Emilia-Romaña). Es una especialidad de la cocina Italiana que procede de las regiones italianas de Emilia-Romaña, Piamonte, Lombardía y gran parte de la provincia de Trento. Se condimenta un fiambre con especias, que pueden ir desde la pimienta en grano o molida, las bayas de mirto, o la nuez moscada molida hasta el coriandro. La mayoría de ellas, contiene ajo. También es habitual el pistacho molido, pimienta o aceitunas.”<sup>2</sup>

## **ELABORACIÓN DE MORTADELA**

“El gran desafío para todo fabricante de embutidos consiste en elaborar sus productos bajo determinadas especificaciones o estándares de producción y a precios lo más bajos posibles.

Esta es una tarea que no le compete solamente a Control de Calidad, es responsabilidad de todos. La calidad o excelencia la hacemos entre todos en cualquier planta de elaboración, desde los cargos de mayor responsabilidad hasta los operarios de menor rango.

En especial, ésta debe ser preocupación del Gerente General quien, imbuido de la filosofía de la gestión de calidad, para poder aplicarla con eficiencia debe rodearse de un equipo competente de personas que, cada una en su

---

<sup>2</sup> ECUADOR, Su realidad económica, TOMO II, 2008, Juan Carlos Andre

área, vaya inculcando a los demás el concepto de producir bien, con el menor número de fallos, para llegar a un producto final atractivo, estándar y con tendencia a cero defectos.

Analizaremos cuidadosamente todas las etapas vinculadas con la elaboración y trataremos de escribir en un manual todas las especificaciones, desde las diferentes materias primas (de acuerdo a la formulación) y sus variaciones máximas y mínimas, establecidas para no afectar las características organolépticas del producto final.

Es muy fácil decir que debemos ajustarnos ciegamente a una fórmula determinada pero los que realmente están en producción ven con qué frecuencia es necesario aprovechar determinados productos para no tirarlos.”<sup>3</sup>

Si bien es cierto que en muchas oportunidades debemos congelar ciertos productos y seguir un estándar de producción ajustado a una norma (fórmula), en la práctica muchas veces no es posible congelarlos para usarlos más adelante.

Por lo tanto, es necesario tener presentes esas variaciones posibles de realizar sobre la marcha, para no cambiar las características del producto final (sabor, color, textura, humedad, grasa, etc.).

Definición del tipo de producto

---

<sup>3</sup> ECUADOR, Su realidad económica, TOMO II, 2008, Juan Carlos Andre

En primer lugar, debe quedar bien establecida la definición del producto, es decir, qué tipo de embutido se desea, parecido a tal o cuál, por ejemplo tipo italiano, tipo alemán o de acuerdo a otras costumbres alimentarias.<sup>4</sup>

Aspecto (externo y al corte).

Aquí se decide:

- Si presentará al corte cubos de tocino, de qué tamaño y en qué cantidad por corte (máximo y mínimo) o si no presentará tocino.
- Si tendrá granos de pimienta negra o no y en qué cantidad por corte
- Si el color deseado es rosado pálido, medio o más subido
- El grado de finura de la pasta, si se acepta o no que se vean trocitos de cuero, etc.,
- Aceptación o no de presencia de pequeñas o medianas burbujas de aire atrapado
- Aceptación o no de ciertos defectos, como ser cúmulos menores de gelatina o grasa
- Cómo será el color externo del producto, si realmente interesa o se usará una tripa artificial de color y no interesa el color externo
- En qué tripa se elaborará: transparente que permita ver el color típico del producto (celofán, fibrosa, vejiga, etc.) o sintética, en el cual sólo interesa su colorido y que el producto no tenga merma (poliamida )
- Qué identificación de marca tendrá y en qué forma.

---

<sup>4</sup> ECUADOR, Su realidad económica, TOMO II, 2008, Juan Carlos Andre

## MARCO CONCEPTUAL

### PROYECTO

“Un **proyecto** (del latín *proiectus*) es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto. Consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo, y es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial o se agotan los recursos disponibles. La definición más tradicional "es un esfuerzo planificado, temporal y único, realizado para crear productos o servicios únicos que agreguen valor o provoquen un cambio beneficioso. Esto en contraste con la forma más tradicional de trabajar, en base a procesos, en la cual se opera en forma permanente, creando los mismos productos o servicios una y otra vez".<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Guía de los fundamentos de gestión de proyectos [PMBOK](#), Tercera Edición"

“Generalmente existen dos clases de proyectos en el marco de tiempo, los primeros obedecen a los esquemas de contrataciones públicas definidos a partir con restricciones de inicio: Fecha de Inicio y Duración y los otros son los que aplican para los grandes proyectos industriales denominados paradas de planta, cuyas restricciones son Fecha de Inicio y Fecha Fin.”<sup>6</sup>

## **PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

“El proyecto de factibilidad se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos privados o públicos limitados.

También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos, servicios o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios.

La importancia del proceso de Planeación dentro de la construcción de un proyecto de inversión es indispensable.”<sup>7</sup>

## **CLASIFICACIÓN DE PROYECTOS DE FACTIBILIDAD**

Existen una gran variedad de clasificación de proyectos de inversión como:

- Agropecuarios. (Producción animal o vegetal).

---

<sup>6</sup> *Guía de los fundamentos de gestión de proyectos* [PMBOK](#), Tercera Edición"

<sup>7</sup> STONER A. F. JAMES, "Administración", Madrid 2010

- Industriales. (extractivas como minería, calzado y cementeras).
- De servicios. (educación, salud, etc.)

*Otra clasificación como:*

- De bienes. (tangibles).
- Servicios. (intangibles).

*Por los resultados a obtener.*

- Rentables.
- No rentables.
- De expansión.

*Por su naturaleza.*

- Dependientes.
- Independientes.
- Mutuamente excluyentes.<sup>8</sup>

## **ESTUDIO DE MERCADO**

“Para lograr un desarrollo efectivo de la actividad comercial en cualquier organización es crucial conocer el mercado y los requerimientos que este tenga, por esta razón se propone un procedimiento para efectuar estudios de mercados

---

<sup>8</sup> STONER A. F. JAMES, “Administración”, Madrid 2010

Para realizar el estudio de mercado para la implementación de una empresa productora de Mortadela de Cerdo, nos proponemos realizar la segmentación del mercado, para con ello aplicar las encuestas a los demandantes y oferentes, lo que nos permitirá determinar la demanda Potencial, Real y efectiva, luego la oferta proyecta, con estos resultados realizaremos la demanda insatisfecha, para luego plantearnos el plan de mercado o plan de comercialización.

Como concepto podemos detallar que es aquel que nos permite conocer adecuadamente cual es la situación de comportamiento de los aspectos de oferta y demanda del producto relacionado con la producción y comercialización de mortadela de cerdo. En este estudio se da importancia a los aspectos como precio, comercialización y publicidad del producto a efectos de que la decisión de inversión sea la más adecuada para los intereses del inversionista.”<sup>9</sup>

## **MERCADO**

Eje alrededor del cual giran las fuerzas que conducen al cambio, o campo en el cual operan fuerzas para modificar el título de un artículo determinado desde y hacia el cual las mercancías tienden a moverse.<sup>10</sup>

## **DEMANDA**

Es la cantidad de bienes y servicios que el o los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado a un precio determinado en un período

---

<sup>9</sup>ELNICK JULIO, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2009

<sup>10</sup>ELNICK JULIO, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2009

de tiempo limitado. Por lo tanto la demanda depende de varios puntos como son:

- El precio del producto
- La calidad del servicio ,(está dada por la atención al cliente)

## **OFERTA**

“Son todos los bienes y servicios que el productor está en condiciones de poner en el mercado a un precio determinado en un tiempo limitado con la finalidad de satisfacer sus necesidades.”<sup>11</sup>

Según la teoría económica la oferta depende o está en función de ciertas variables como:

Costo de Capital

- Costo del servicio total
- Nivel de Competencia.

## **PRODUCTO**

“Es la transformación de la materia prima en la cual el consumidor lo identifica y acepta como algo que ayuda a satisfacer sus necesidades.”<sup>12</sup>

## **PRECIO**

Es el valor mercantil que se le da a un bien o servicio

## **PLAZA**

“Es el lugar o espacio físico donde se reúnen tanto oferentes como demandantes con la finalidad de realizar actividades mercantiles.”<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>ELNICK JULIO, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2008

<sup>12</sup>ELNICK JULIO, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2008



## **PROMOCIÓN**

“Conjunto de actividades que están encaminadas a colocar y dar a conocer las cualidades y bondades de un bien o servicio en el mercado”.<sup>14</sup>

## **ESTUDIO TÉCNICO**

“El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

---

<sup>13</sup>ELNICK JULIO, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2008

<sup>14</sup>ELNICK JULIO, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2008

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.”<sup>15</sup>

## **TAMAÑO DEL PROYECTO**

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y semi de en unidades producidas por año.

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primer instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.

**LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.-** El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel

---

<sup>15</sup>PASACA MORA, Manuel, **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja 2010

que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes dos apartados.

## **INGENIERIA DE PROYECTOS**

### **TECNOLOGÍA**

“Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc; en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladoras, bordadoras, etc.”<sup>16</sup>

### **PROCESOS PRODUCTIVOS**

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

---

<sup>16</sup> PASACA MORA, Manuel, **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja 2010

## **INFRAESTRUCTURA**

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

## **FLUJOGRAMA**

“EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc”.<sup>17</sup>

## **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL**

”La estructura organizacional es clave para organizar la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control”.

---

<sup>17</sup>PASACA MORA, Manuel, Formulación y Evaluación de Proyectos. Loja 2010

El propósito de una estructura organizacional es definir las guías, parámetros y el procedimiento necesario para un grupo para alcanzar un objetivo principal. Por ejemplo, la anatomía de una estructura organizacional, organiza prioridades en forma jerárquica.

La estructura organizacional implica como un negocio por ejemplo, organiza categoriza y delega tareas para alcanzar un objetivo en particular. Determinando como un negocio está yendo para tomar decisiones y como esas decisiones son implementadas es el propósito y la esencia de la estructura organizacional.

El diagrama organizacional u organigrama muestra como los departamentos, divisiones, y varios niveles de una organización interactúan entre sí. Un diagrama organizacional es a menudo representado como una ilustración visual.

Organigrama (órgano = órgano u organismo + grama = gráfico) es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional.

Es la gráfica estadística, esto es, corresponde a la radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica. También son herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> ELNICK JULIO, "Manual de Proyectos de Desarrollo Económico", Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2009

## **Cadena de mando**

La importancia de la estructura organizacional identifica quienes participan del proceso de toma de decisión y como estas decisiones se actualizan.

## **Distribución de la autoridad**

Implica la determinación de como una estructura distribuye autoridad a través de un organización. Por ejemplo 1) Los subordinados están implicados en la toma de decisiones? 2) La toma de decisiones está exclusivamente reservada para unas pocas figuras de autoridad en cada departamento?

## **Estructura de línea vs. Estructura de staff**

Una estructura organizacional puede adoptar una estructura de línea o de staff o ambas. Una estructura de línea identifica las actividades que son responsables por el objetivo principal de la organización. Una estructura de staff es el soporte o la red de asistencia a la línea en sus objetivos.

**Departamentalización.-** La estructura organizacional define como tareas específicas y actividades son asignadas a sus departamentos. Por ejemplo, los representantes de ventas estarán agrupados dentro del departamento o división de ventas<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> ELNICK JULIO, "Manual de Proyectos de Desarrollo Económico", Naciones Unidas, México D: F: Mx. 2009

## **Control**

En la estructura organizacional se define el número de empleados sobre los cuales un mando ejerce su autoridad.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

Desde que se inició y se conoció la administración se sabía que era una forma de administrar recursos financieros para asíelo generar utilidades y que se mantenga en el mercado determinada empresa. Pero a través del tiempo se ha ido evolucionado la administración con diferentes conceptos a través de ella misma.

Por ejemplo tenemos lo que es la estructura administrativa que es una forma de separar cada departamento administrativo de una empresa para que tengan más claro sus actividades a realizar y tareas a manejar.

Y a través de esta forma de administrar determinando la estructura administrativa de una empresa se puede ver el desarrollo organizacional que puede tener determinada empresa.

La estructura administrativa es el "sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos".<sup>20</sup>

Una organización es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de metas

---

<sup>20</sup> REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 36

específicas. Para poder alcanzar los propósitos propuestos, partiendo, en la casi totalidad de los casos, de recursos limitados, resulta necesaria la construcción de un esquema o modelo, que permita la interrelación e interacción de sus elementos. La estructura será entonces, la herramienta que le permita a la organización alcanzar sus objetivos.

Permite lograr una determinada disposición de sus recursos, facilita la realización de las actividades y coordinación de su funcionamiento. De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización.

"La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas".<sup>21</sup>

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de toda la organización.

### **Eficacia y eficiencia en la estructura administrativa**

A través del diseño de la estructura de la organización se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia. La estructura formal es un elemento fundamental para proporcionar un ambiente interno adecuado, en

---

<sup>21</sup>REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 39



el que las actividades que desarrollan sus miembros contribuyen al logro de los objetivos. Una estructura es eficiente si permite esa consecución con el mínimo de costo o evitando consecuencias imprevistas para la organización.

**Lo informal.** Se puede identificar con lo que no se ve, lo no escrito, lo que no está representado en los modelos formales; entran aquí las relaciones de poder, los intereses grupales, las alianzas interpersonales, las imágenes, el lenguaje, los símbolos, la historia, las ceremonias, los mitos y todos los atributos conectados con la cultura de la organización, que generalmente más importa para entender la vida organizacional.<sup>22</sup>

### **Elementos de la estructura administrativa**

Los elementos de la estructura administrativa consisten en la especificación de las tareas a realizar en cada posición de trabajo y agrupamiento de las tareas similares y/o relacionadas en departamentos, los que a su vez serán ordenados en unidades mayores que los contengan, de acuerdo a su especialización, similitud o vinculación de procesos y funciones. A este proceso se lo denomina departamentalización. Fijación de los mecanismos de coordinación de las personas entre sí, por un lado y de las unidades o departamentos, por el otro. Existen tres mecanismos de coordinación:

---

<sup>22</sup> REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 40

- **Adaptación mutua, o comunicación informal:** Se logra a través del conocimiento de lo que cada uno debe hacer dentro de una lógica de decisiones programadas.
- **Supervisión directa:** surge como consecuencia directa de la autoridad que establecerá y controlará qué, quién, cómo, cuándo y dónde debe hacerse algo.
- **Formalización o normalización:** consiste en estandarizar actividades o atributos respecto de un proceso, producto o resultado. Se plasma a través de instrumentos como los manuales, los circuitos administrativos, etc.
- **Determinación del sistema de autoridad:** A través de éste se consolidarán: Los niveles jerárquicos, los procesos de toma de decisiones, las asignaciones de atribuciones (misiones y funciones) y los alcances de las responsabilidades.

Las organizaciones poseen diferentes estructuras entre sí, y una misma puede ir cambiando, conforme evoluciona su número de integrantes, la especialización, el grado de concentración de la autoridad, etc. Por lo tanto, esta puede ser modificada toda vez que las necesidades de la institución así lo requieran; debiendo guiarse por una lógica que permita el logro de la eficacia y eficiencia organizacional.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 41

Toda organización, en función de su misión y objetivos y de acuerdo a determinados factores, como el contexto, la tecnología que emplea en sus actividades, su tamaño, etc., decidirá la forma particular de su estructura. La elección de una u otra forma definirá la filosofía que guiará el accionar organizacional, que se materializará a través de su diseño institucional, dentro del cual sus participantes verán condicionados sus comportamientos, en función de las relaciones espacio-temporales que se verifican.

Para la determinación de los niveles o escalas jerárquicas, se puede utilizar el modelo de los autores clásicos, que representa la estructura de las organizaciones como un triángulo, habitualmente llamado "pirámide administrativa", en el que se determinan tres niveles: Superior o político, intermedio, ejecutivo o directivo y el inferior, técnico u operativo.

De esta manera, la estructura formal representa una cadena de niveles jerárquicos, o cadena escalar, superpuestos, formando una pirámide. En cada uno de estos se presenta una división administrativa en la cual los superiores tienen autoridad sobre los subordinados que se encuentran en los inferiores, aumentando la autoridad y la responsabilidad a medida que se asciende en la escala jerárquica.<sup>24</sup>

En general, cuanto más grande es la organización, mayor es el número de subdivisiones en cada renglón de su estructura. Existen tres aspectos fundamentales en la estructura: Cantidad de niveles jerárquicos, normas o

---

<sup>24</sup> REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 42

reglas para acotar las tareas y centralización (o descentralización) de la toma de decisiones.

Lo que constituye las dimensiones de la estructura: Complejidad, formalización y centralización. Luego de analizar los puestos de la organización, se elaborará un proceso de síntesis, que permita la agregación de los puestos en unidades homogéneas, lógicas y consistentes. Por lo tanto, se definirán los criterios sobre los que se agruparán los puestos o unidades (departamentos) y éstas en unidades mayores (direcciones) y la dimensión de las mismas.

### **Coordinación**

Tiene como fin lograr que los diferentes departamentos funcionen como una unidad. Es el resultado de la necesidad que tienen las organizaciones de integrar diversas funciones. La misma deberá conciliarse con la necesidad de la especialización. La falta de coordinación provoca conflictos, pérdida de control y una responsabilidad diluida por la separación entre autoridad y competencia y rechazo de la responsabilidad.

Los dispositivos que contribuyen son: la autoridad; la coordinación entre departamentos, que a su vez puede lograrse a través de: Los comités, el sistema de planificación, el manual de organización, los procedimientos, las comunicaciones laterales, las reuniones, las funciones de asesoramiento y las unidades de proyectos especiales.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 44

### **Delegación: autoridad y responsabilidad**

Es el proceso por el cual una persona que posee una autoridad superior otorga a otra persona una específica que, al aceptarla se responsabiliza frente al superior por el cumplimiento de la tarea.

De esta definición surge que en este proceso la única responsabilidad que se transfiere es la relacionada con las cuestiones de eficiencia y operatividad, es decir, la ejecución de acciones tendientes a la realización de las tareas. Es decir, la responsabilidad que la función exige; así como la autoridad y los medios necesarios para que la persona pueda cumplir con lo que se le ha delegado, dentro de los límites establecidos.

Por ello, quien delega autoridad conserva la responsabilidad última, lo que significa que un administrador sigue siendo responsable, ante su superior, en última instancia, por las acciones de sus subordinados a quienes se les ha delegado autoridad y transferido la responsabilidad operativa.<sup>26</sup>

### **Descentralización**

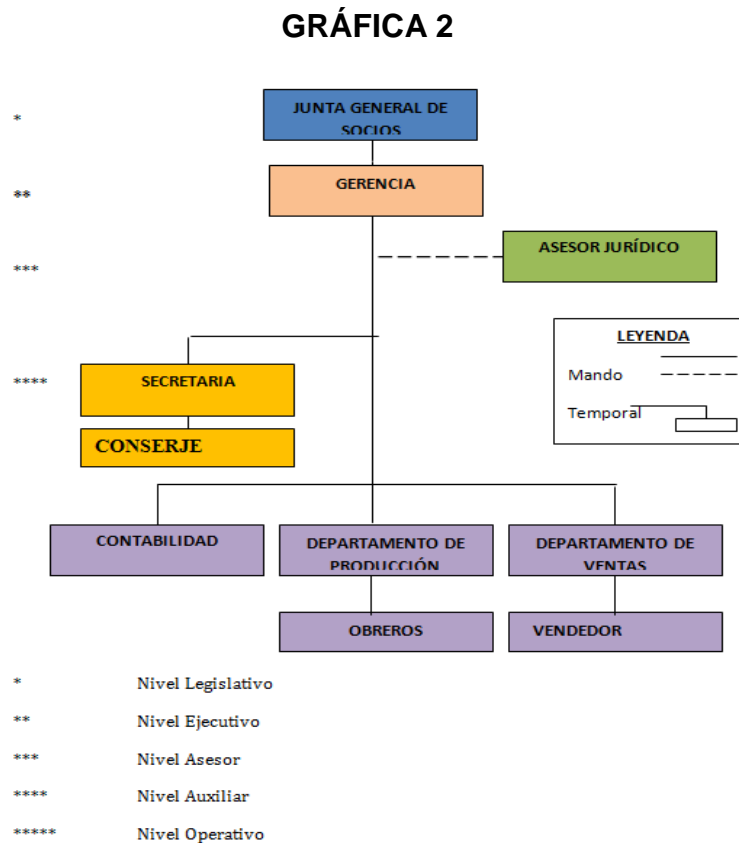
“Descentralizar es "desconcentrar el poder de toma de decisiones". La descentralización no se aprecia en el organigrama, pues en éste sí se puede ver quién depende de quién, pero no alcanzamos a apreciar quién es quien toma las decisiones en la organización. Pues, además, en la toma de decisiones intervienen muchos aspectos informales. Por ejemplo, relaciones

---

<sup>26</sup> REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 45

de parentesco, o el caso de directores de una misma línea jerárquica, pero que informalmente tienen distinto poder a la hora de tomar decisiones.”<sup>27</sup>

## Organigrama



El organigrama es un "modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización".<sup>28</sup> Muestra las áreas o departamentos de una organización. El organigrama da una visión global de la organización, permite comparar ésta con otras y aclara rápidamente las incongruencias, como las fallas de control, duplicación de funciones, etc.

<sup>27</sup>FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

<sup>28</sup>REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 41

## **ELABORACIÓN DE LOS ORGANIGRAMAS**

- El rectángulo correspondiente al nivel más alto debe ser de tamaño mayor que los demás o por lo menos igual, pero nunca menor.
- De la base inferior del rectángulo principal deberá salir la línea jerárquica central, la cual deberá ser siempre más gruesa que las demás.
- En el nivel inmediatamente inferior a la administración deberán aparecer las asesorías.
- Luego de las asesorías estarán las unidades de líneas operativas.

Parámetros a respetar en el diseño de organigramas: claridad, simplicidad y simetría (los niveles de igual jerarquía se ubican a la misma altura), teniendo siempre en cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas.<sup>29</sup>

## **CLASES DE ORGANIGRAMAS**

Existen Tres clases de organigramas:

### ➤ Organigrama Estructural

Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Conviene anotar que los organigramas estructurales son equivalentes

### ➤ Organigrama Funcional

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad

---

<sup>29</sup> REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 42

para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general

➤ Organigrama Posicional.

Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas.

## **MANUALES**

“Es todo cuerpo sistemático que indica en forma detallada las actividades a ser cumplidas por miembros de la organización y la forma en que las mismas deberán ser realizadas, ya sea en conjunto o separadamente. El propósito fundamental de estos manuales es el de construir a los miembros de la organización acerca de aspectos tales como: autoridad, normas, procedimientos, políticas, objetivos, etc.”<sup>30</sup>

### **CUADRO 1**

#### **EJEMPLO DE MANUAL DE FUNCIONES**

<b>CÓDIGO:</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>
<b>TAREAS TÍPICAS:</b>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>

#### **TIPOS DE MANUALES**

“Entre los elementos más eficaces para la toma de decisiones en la administración, destacan el relativo a los manuales administrativos, ya que

---

<sup>30</sup>REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 43



facilitan el aprendizaje de la organización, por una parte, y por la otra, proporcionan la orientación precisa que requiere la acción humana en las unidades administrativas, fundamentalmente a nivel operativo o de ejecución, pues son una fuente de información en las cuales se trata de mejorar y orientar los esfuerzos de un empleado, para lograr la realización de las tareas que se le han encomendado.”<sup>31</sup>

Depende de la información de las necesidades de cada institución o empresa privada, para saber con qué tipo de manuales se debe contar.

Se hace la aclaración de que pueden abarcar dichos manuales a toda la empresa: una dirección, un departamento, una oficina, sección, una mesa, un puesto, etcétera.

Existen diversas clasificaciones de los manuales, a los que se designa los nombres diversos, pero que pueden resumirse de la siguiente manera:

Los diferentes organismos (públicos o privados) tienen necesidad de manuales diferentes. El tipo de manual se determina dando respuesta al propósito que se han de lograr. En ciertos casos, solo sirve a un objetivo: y en otros, se logran varios objetivos.

### **POR SU CONTENIDO**

Se refiere al contenido del manual para cubrir una variedad de materias, dentro de este tipo tenemos los siguientes:

**Manual de Historia:** “Su propósito es proporcionar información histórica sobre el organismo: sus comienzos, crecimiento, logros, administración y

---

<sup>31</sup>REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 44

posición actual. Esto le da al empleado un panorama introspectivo de la tradición y filosofía del organismo. Bien elaborado y aplicado contribuye a una mejor comprensión y motiva al personal a sentir que pertenece y forma parte de la organización.

**Manual de organización:** Su propósito es exponer en forma detallada la estructura organizacional formal a través de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos, y las relaciones.

**Manual de políticas**

“Consiste en una descripción detallada de los lineamientos a ser seguidos en la toma de decisiones para el logro de los objetivos. El conocer de una organización proporciona el marco principal sobre el cual se basan todas las acciones.”<sup>32</sup>

Una adecuada definición de políticas y su establecimiento por escrito, permite:

- a) Agilizar el proceso de toma de decisiones
- b) Facilitar la descentralización, al suministrar lineamientos a niveles intermedios.
- c) Servir de base para una constante y efectiva revisión.

Puede elaborarse manuales de políticas para funciones operacionales tales como: producción, ventas, finanzas, personal, compras, etc.

---

<sup>32</sup>REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 45

**Manual de procedimientos:** “Es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa del organismo.

### **Manual de contenido múltiple**

“Cuando el volumen de actividades, de personal o simplicidad de la estructura organizacional, no justifique la elaboración y utilización de distintos manuales, puede ser conveniente la confección de este tipo de manuales. Un ejemplo de este manual es el de "políticas y procedimientos", el de "historia y organización", en si consiste en combinar dos o más categorías que se interrelacionan en la práctica administrativa. En organismos pequeños, un manual de este tipo puede combinar dos o más conceptos, debiéndose separar en secciones.”<sup>33</sup>

### **Manual de producción**

“Consiste en abarcar la necesidad de interpretar las instrucciones en base a los problemas cotidianos tendientes a lograr su mejor y pronta solución.

La necesidad de coordinar el proceso de fabricación (fabricación, inspección, ingeniería industrial, control de producción), es tan reconocida, que en las operaciones de fabricación, los manuales se aceptan y usan ampliamente.

### **Manual de compras**

El proceso de comprar debe estar por escrito; consiste en definir el alcance de compras, definir la función de comprar, los métodos a utilizar que afectan sus actividades.

---

<sup>33</sup>REYES PONCE. Agustín. **Administración de Empresas**. Edit. Limusa. México. 2009, Pág. 46

### ***Manual de ventas***

Consiste en señalar los aspectos esenciales del trabajo y las rutinas de información comprendida en el trabajo de ventas (políticas de ventas, procedimientos, controles, etc.). Al personal de ventas es necesario darle un marco de referencia para tomar decisiones cotidianas.

### ***Manual de Finanzas***

Consiste en asentar por escrito las responsabilidades financieras en todos los niveles de la administración, contiene numerosas instrucciones específicas a quienes en la organización están involucrados con el manejo de dinero, protección de bienes y suministro de información financiera.”<sup>34</sup>

### ***Manual de contabilidad***

“Trata acerca de los principios y técnicas de la contabilidad. Se elabora como fuente de referencia para todo el personal interesado en esta actividad. Este manual puede contener aspectos tales como: estructura orgánica del departamento, descripción del sistema contable, operaciones internas del personal, manejo de registros, control de la elaboración de información financiera.

### ***Manual de crédito y cobranzas***

Se refiere a la determinación por escrito de procedimientos y normas de esta actividad. Entre los aspectos más importantes que puede contener este tipo de manual están los siguientes: operaciones de crédito y cobranzas, control y cobro de las operaciones, entre otros.

---

<sup>34</sup>FOLLETO 2006. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, MODULO. # 9 de Administración de Empresa

### ***Manual de personal***

“Abarca una serie de consideraciones para ayudar a comunicar las actividades y políticas de la dirección superior en lo que se refiere a personal. Los manuales de personal podrán contener aspectos como: reclutamiento y selección, administración de personal, lineamientos para el manejo de conflictos personales, políticas de personal, uso de servicios, prestaciones, capacitación, entre otros.”<sup>35</sup>

### ***Manual técnico***

“Trata acerca de los principios y técnicas de una función operacional determinada. Se elabora como fuente básica de referencia para la unidad administrativa responsable de la actividad y como información general para el personal interesado en esa función. Ejemplos de este tipo de "Manual técnico de auditoría administrativa", y el "Manual técnico de sistemas y procedimientos". Estos sirven como fuente de referencia y ayudan a computar a los nuevos miembros del personal de asesoría.

### ***Manual de adiestramiento o instructivo***

Estos manuales explican, las labores, los procesos y las rutinas de un puesto en particular, son comúnmente más detallados que un manual de procedimientos.

“El supuesto en el que se basa este tipo de manual es que el usuario tiene muy poco conocimiento previo de los temas cubiertos. Por ejemplo, un manual de adiestramiento explica cómo debe ejecutarse el encendido de la

---

<sup>35</sup>FOLLETO 2006. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, MODULO. # 9 de Administración de Empresa

terminal de la computadora y emitirsu señal", mientras que un manual de procedimientos omitir esta instrucción ycomenzaría con el primer paso activo del proceso. El manual de adiestramiento tambiénutiliza técnicas programadas de aprendizaje o cuestionarios de auto evaluación paracomprobar el nivel de comprensión del contenido por el usuario.”

“Otra clasificación aceptada de los manuales administrativos se refiere a lasnecesidades que tienen las oficinas y de acuerdo a su ámbito de aplicación; puedenelaborarse manuales con una cobertura mayor o menor”<sup>36</sup>

**Manual de Funciones.-** El Manual de Funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la consecución de los objetivos planteados por la organización.

Es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

Relación de dependencia (Ubicación interna)

Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)

Naturaleza del trabajo

---

<sup>36</sup>FOLLETO 2006. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, MODULO. # 9 de Administración de Empresa

Tareas principales. Tareas secundarias. Responsabilidades

Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo a información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo

## **ESTUDIO FINANCIERO**

“Este estudio trata sobre el análisis o determinación del capital necesario para la implementación de una nueva empresa, así como la fuente de financiamiento de la misma. También se encarga de realizar las proyecciones más adecuadas para lo que significan los ingresos y gastos en los que incurrirá la empresa durante el tiempo de vida del proyecto en su fase operativa.”<sup>37</sup>

## **PLAN DE INVERSIONES DE UN PROYECTO**

Corresponde a la descripción detallada de la necesidad de capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo. Las inversiones son los desembolsos necesarios para la ejecución de proyecto y como por el momento no se relacionan con los mecanismos que se vayan a utilizar para el financiamiento de los mismos.

- Las inversiones fijas.- constituyen lo que más tarde serán los activos fijos de la empresa y corresponden a los bienes que la empresa adquiere con el ánimo de destinarlos a su explotación.

---

<sup>37</sup>ELNICK JULIO, “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, Naciones Unidas, México D: F: Mx. 1988

- Capital de trabajo o de operación.- es uno de los aspectos más importantes de un proyecto pero lamentablemente la mayor parte de las veces se lo descuida y en general existe una tendencia a subestimar el monto requerido e ignorar aspectos básicos.

Se llama capital circulante o de trabajo el patrimonio en cuenta corriente que requiere la empresa para atender las operaciones de producción y distribución de bienes o servicios.

“El Plan de Inversión comprende la inversión en equipos: Equipo Transmisor, Sistema Radiante, Equipo de Producción, Infraestructura: Comprende la inversión en terrenos, caminos de acceso, torres, instalaciones electromecánicas, edificios, casetas, etc equipos de oficina, computadoras, vehículos, etc., incluyendo repuestos y accesorios, fletes internos, derechos de introducción y gastos de instalación”.<sup>38</sup>

## **COSTOS**

“Son valores monetarios en los que incurre la empresa para la producción de un bien y prestación de un servicio. Es decir es el desembolso en moneda o su equivalente necesarios para conseguir el volumen de producción deseado, la utilidad, las ventas y objetivos propuestos en el proyecto.”<sup>39</sup>

## **CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción. Por lo cual se hace

---

<sup>38</sup>FOLLETO 2006. *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión*, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

<sup>39</sup>MANUEL PASACA MORA, *“Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”*, Loja



necesario clasificarlos en costos fijos y costos variables.

### **COSTOS FIJOS**

Son aquellos valores monetarios en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de que exista o no producción. es decir, no varían con el cambio en el nivel de actividad.

### **COSTOS VARIABLES**

Son aquellos valores que se dan en las empresas en función de su capacidad de producción. Por tanto están en relación directa con los niveles de producción de la misma.

### **PRESUPUESTO**

Es un instrumento contable esencial que nos permite estimar los ingresos y egresos a fin de tener cierta información básica que permita tomar las decisiones más adecuadas.

### **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS**

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

“El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio”.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>BACA URBINA, Gabriel 2002 **Evaluación de Proyectos**, III Edición

## **FLUJO DE CAJA**

“Son las previsiones realizadas en torno al movimiento de ingresos y egresos que permite medir el verdadero potencial económico de la empresa, en otras palabras los flujos de caja influyen o inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen los egresos, las depreciaciones ni las amortizaciones.”

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

**Punto De Equilibrio** “Se define como aquel volumen de actividad de la empresa donde el monto total de sus ingresos será exactamente iguales a los gastos de estos es decir, no existe ni utilidad ni pérdida.”

Se lo aplicará matemáticamente y se lo representará gráficamente.

### **a. En Función de las ventas**

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT / VT)}$$

### **b. En Función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

## **Valor Actual Neto (Van)**

Es aquel que permite atraer el valor futuro al valor actual a través de un factor de actualización. Además si él VAN es positivo el proyecto es conveniente financieramente, caso contrario el proyecto no conviene.

Se lo obtiene así:

VAN =E del (flujo neto de caja) x fact. de actualización.

Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

$$\text{Formula : } FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

“Es la tasa de descuento que hace que el valor presente proporcione entradas en efectivo iguales a la inversión neta seleccionadas con el proyecto.”<sup>41</sup>

Ayudará a determinar que si el proyecto tiene una tasa mayor que la de la banca, el proyecto es conveniente financieramente.

Su fórmula es:

$$TIR = TM + DT \left( \frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

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

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

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

---

<sup>41</sup>FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.”<sup>42</sup>

Su fórmula es:

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

### **Análisis de sensibilidad**

“Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto.

Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto.”<sup>43</sup>

Se la obtendrá mediante la aplicación de la

Siguiente fórmula:

$$As = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

#### **a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.**

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

---

<sup>42</sup>FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

<sup>43</sup>FOLLETO 2006. **Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión**, MODULO. # 9 de Administración de Empresas

**Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.**

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

**c. Se calcula el porcentaje de variación.**

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

**d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.  $S = \% V / N.TIR$**

## e) MATERIALES Y MÉTODOS

### MATERIALES

- Equipos de computación
- Textos
- Suministros de oficina
- Impresiones
- Copias
- Internet
- Empastados

### MÉTODOS

La utilización de métodos se refiere al medio para llegar a un fin, en la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

**Método Deductivo:** Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Este método permitió en base a afirmaciones de carácter generales hacia afirmaciones particulares, las cuales fueron comparadas con la realidad a través de las conclusiones que se plantearon en la presente investigación lo que ha servido para conocer el requerimiento de mortadela de carne cerdo y su comercialización en cantón Palora.

**Método Analítico:** Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto.

Este método permitió analizar cada uno de los elementos internos, causas externas y la relación entre ellas lo que facilita el análisis de la información y datos obtenidos permitiendo conocer las ventajas y desventajas de llevar a cabo el presente proyecto.

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

Facilitó la interpretación y comprensión de datos estadísticos como: la aplicación y tabulación de la respectiva encuesta, proyecciones, indicadores financieros (TIR, VAN, PER), y de esta manera permite conocer la realidad sobre la empresa durante los años de vida útil de la misma.

## **TÉCNICAS**

Las técnicas que se emplearon para el desarrollo del presente trabajo fueron:

**Recopilación documental:** Esta técnica permitió recopilar información bibliográfica a través de documentos, gráficos, diccionarios, textos, tesis, revistas, entre otros, lo que sirvió para tener un conocimiento más amplio

para de esta manera poder elaborar de una mejor manera el presente trabajo

**Recopilación directa:** Esta técnica permitió determinar la localización, la situación geográfica y ambiental del lugar donde se llevara a cabo el proyecto, permitiendo ubicar a la empresa en el lugar más conveniente tanto para el empresario como para los consumidores de mortadela de cerdo.

**La encuesta:** Esta técnica permitió recopilar información de manera indirecta mediante la elaboración de un cuestionario adecuado al tema para de esta manera obtener información de diversos problemas en la fase de encuesta, se realizó con el fin de obtener información que facilitó el desarrollo y análisis del estudio de mercado, lo que sirvió para conocer los gustos y preferencias de los demandantes del producto y por ende enfocar de la mejor manera el producto que se ofrecerá, se realizaron dos encuestas una para los demandantes y otra para los oferentes, la una para las familias del cantón Palora; y, otra para los comerciantes de Mortadela de Cerdo en el cantón Palora.

## CUADRO 2

### DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

PARROQUIAS	POBLACIÓN	FAMILIAS	PORCENTAJE DE PARTICIÓN (%)	ENCUESTAS
16 de Agosto	1.132	283	16,07	52
Arapicos	1.332	333	18,93	62
Cumandá	1.252	313	17,83	58
Sangay	972	243	13,77	45
Palora	2.352	588	33,39	109
<b>Total</b>	<b>7.040</b>	<b>1.760</b>	<b>100</b>	<b>326</b>

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaborado por: El Autor



## TAMAÑO DE LA MUESTRA

El área de influencia comprende los habitantes del cantón Palora que se la proyecta para el año 2015 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con lo cual se obtiene que la población total de estudio que es de 6.936 habitantes en el año 2010, a esta población se la dividió para cuatro integrantes por familia, determinando que existen 1.734 familias en el cantón Palora.

Para el cálculo de la población proyectada se parte del hecho de tener el censo del 2010 realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 0,3%:

$$P_{2015} = 1.734 (1+0.003)^5$$

$$Pf_{2015} = 1.734 (1.003)^5$$

$$Pf_{2015} = 1.760 \text{ familias}$$

Dónde:

n= Número de años

N= Población del Cantón Palora

e= Margen de error del 5%

Aplicando la formula se tiene:

### Determinación del tamaño de la muestra

#### Fórmula

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

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{1.760}{1 + 1.760(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1.760}{5,4}$$

n= 325,9

Por tanto el número de encuestas a ser aplicadas es de 326.

**La entrevista:** Esta técnica permitió recolectar información de campo, mediante la entrevista a 79 establecimientos entre supermercados, tiendas, Micromercados, Distribuidoras y centros comerciales, en forma verbal con las personas que se dedican a la comercialización y producción de Mortadela en forma general que sirvieron como fuentes de información para el desarrollo del presente proyecto.

## PROCEDIMIENTO

A continuación se procedió a realizar la elaboración del formulario para aplicar la encuesta a las familias de la ciudad de Palora, para luego proceder al análisis e interpretación de los datos recolectados con el fin de obtener los elementos de juicio necesarios y técnicas del proyecto.

Con los datos que se obtuvo se efectuaron los cálculos necesarios para determinar el monto de las inversiones. La manera de financiar las operaciones. Así como la elaboración de los estados financieros y la evaluación del proyecto donde se demostró su factibilidad.

Parte de la información secundaria que se necesitó para el análisis, se la encontró en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los censos de población y vivienda del año 2010, fuentes que sirvió de información para determinar el tamaño de la muestra en el cantón Palora.

## f) RESULTADOS

### TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA DEMANDANTES

#### Pregunta # 1.

¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

**CUADRO 3**  
**INGRESOS PROMEDIO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 – 500	79	24 %
501 –1000	180	55 %
1001 – 1500	36	11 %
1501 – 2000	22	7 %
Más de 2000	9	3 %
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100 %</b>

FUENTE: Encuesta familias de Palora

ELABORACIÓN: El Autor

**GRÁFICA 3**



#### Análisis e Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 55% de los encuestados tienen unos ingresos entre 501 a 1000 dólares; el 24% unos ingresos entre 1 a 500 dólares; el 11% entre 1001 a 1500 dólares; el 7% entre 1501 a 2000 dólares; y, el 3% tienen ingresos mayores a 2000 dólares, todo esto determina que la mayoría tienen ingresos mayores a 500 dólares.

**Pregunta # 2.**

**¿Usted y su familia tiene la costumbre de Consumir Embutidos?**

**CUADRO 4  
CONSUMO DE EMBUTIDOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	305	94 %
NO	21	%6
<b>TOTAL</b>	<b>326</b>	<b>100 %</b>

**FUENTE:** Encuesta familias de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**Gráfica 4**



**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 94% de los encuestados consumen embutidos; mientras que tan solo el 6% de los encuestados no consumen embutidos sea esto por gustos y preferencias.

**Pregunta # 3.**

**¿Usted consume mortadela de cerdo?**

**CUADRO 5  
CONSUMO MORTADELA DE CERDO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	301	99 %
NO	4	1 %
<b>TOTAL</b>	<b>305</b>	<b>100 %</b>

**FUENTE:** Encuesta familias de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 5**



**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 99% de los encuestados consumen mortadela de cerdo, mientras que tan solo el 1% de los encuestados no consumen mortadela de cerdo sea esto por gustos y/o preferencias.

#### Pregunta # 4.

¿Cuántas libras consume usted mortadela de cerdo?

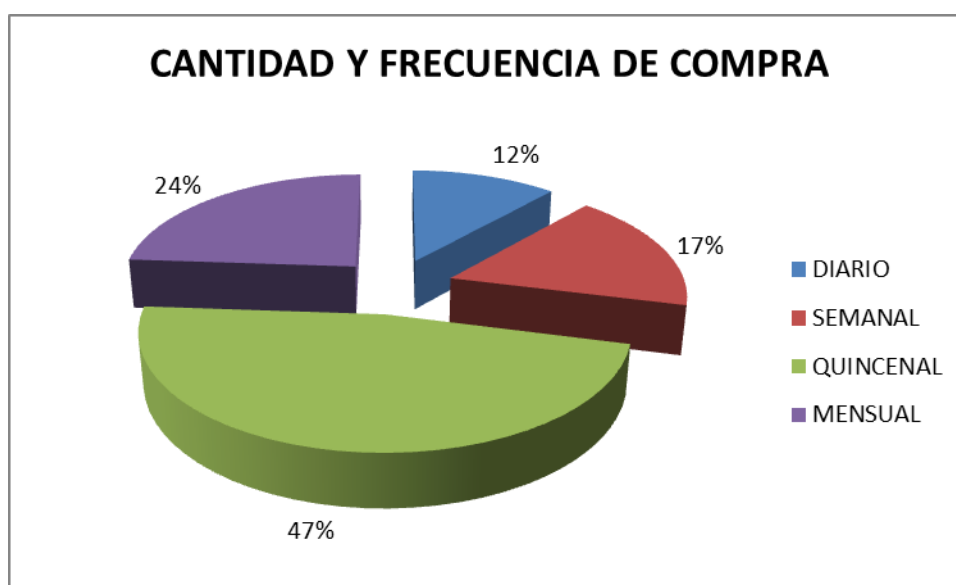
**CUADO Nº 6**  
**CANTIDAD Y FRECUENCIA DE COMPRA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE %
DIARIO	35	½ libra	12
SEMANTAL	52	½ libra	17
QUINCENAL	142	½ libra	47
MENSUAL	72	1 libra	24
<b>TOTAL</b>	<b>301</b>		<b>100</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

**GRÁFICA 6**



#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 47% de los encuestados compran quincenalmente por lo menos una ½ libra; el 24% compra ½ libra de mortadela de cerdo mensualmente; el 17% ½ libra de mortadela de cerdo semanalmente; y, el 12% ½ libra diaria, lo que determina que es un producto que se consume por lo menos una vez al mes.

**Pregunta # 5.**

**¿Cómo le gustaría la presentación del producto?**

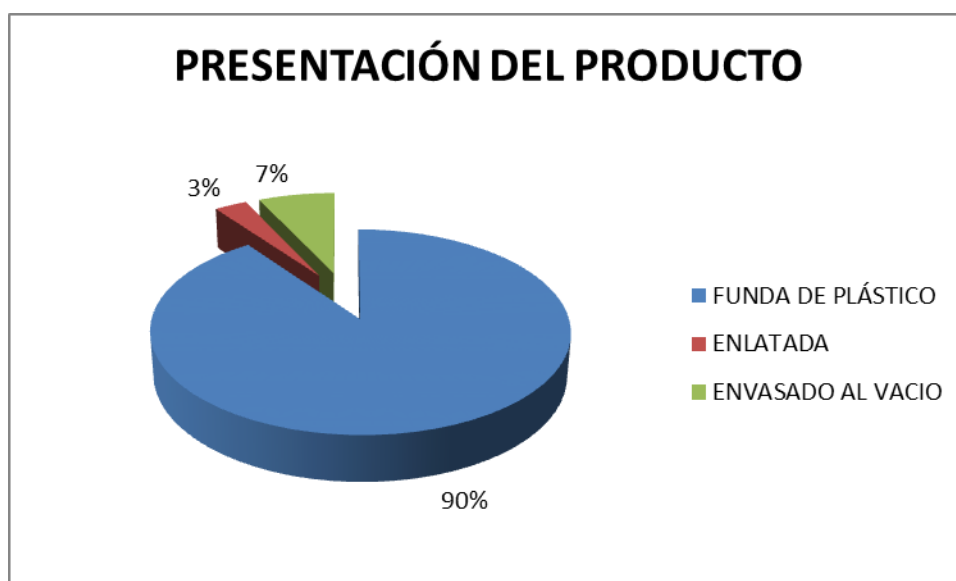
**CUADRO 7  
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
FUNDA DE PLÁSTICO	271	90%
ENLATADA	9	3%
ENVASADO AL VACIO	21	7%
<b>TOTAL</b>	<b>301</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta familias de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 7**



**Análisis e Interpretación:**

El 90% de los encuestados prefiere que el producto se lo fabrique en presentación de plástico, lo que determina la preferencia para la elaboración del producto como propuesta del presente trabajo.

**Pregunta # 6.**

**¿Si en cantón Palora se implementara una empresa de producción y comercialización de mortadela de cerdo estaría dispuesto hacer nuestro consumidor?**

**CUADRO 8  
NUEVA EMPRESA**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
SI	281	93 %
NO	20	7 %
<b>TOTAL</b>	<b>301</b>	<b>100 %</b>

**FUENTE:** Encuesta familias de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 8**



**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 93% están de acuerdo en apoyar y adquirir mortadela de cerdo en una empresa nueva de producción de mortadela de cerdo en el cantón Palora; mientras, que únicamente el 7% de los encuestados manifiestan que no ya que tienen su producto de preferencia.



### Pregunta # 7.

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por libra de mortadela de cerdo?

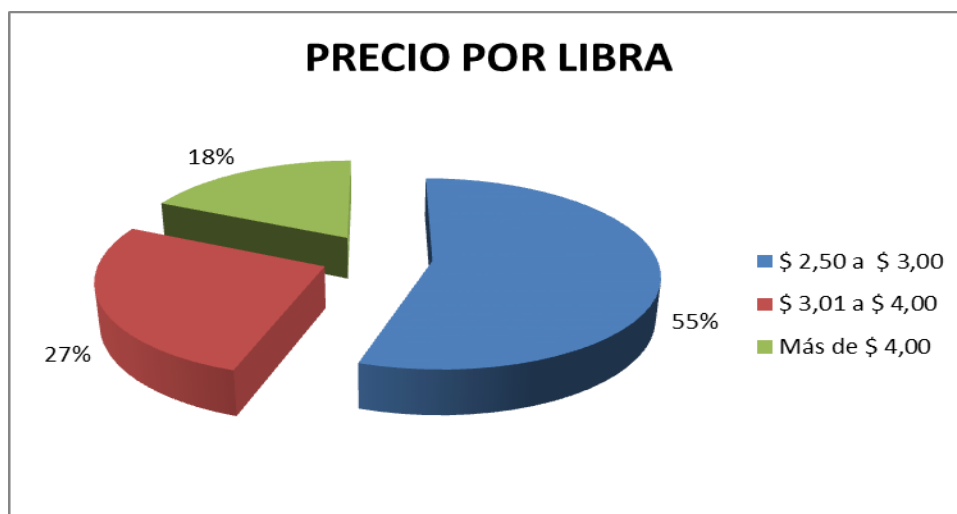
**CUADRO 9**  
**PRECIO POR LIBRA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
\$ 2,50 a \$ 3,00	155	55%
\$ 3,01 a \$ 4,00	75	27%
Más de \$ 4,00	51	18%
<b>TOTAL</b>	<b>281</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta familias de Palora

ELABORACIÓN: El Autor

**GRÁFICA 9**



### Análisis e Interpretación:

El 55% de los encuestados manifiesta que estaría dispuesto a pagar entre \$ 2,50 a \$ 3,00 dólares por libra de mortadela de cerdo; mientras, que el 27% estaría dispuesto a pagar entre \$ 3,01 a \$ 4,00 dólares; y, el 18% pagaría más de \$ 4,00 dólares por libra de mortadela, esto es un referente para poder poner el precio al producto en la nueva empresa.

**Pregunta # 8.**

**¿Que tomaría en cuenta para consumir nuestro producto?**

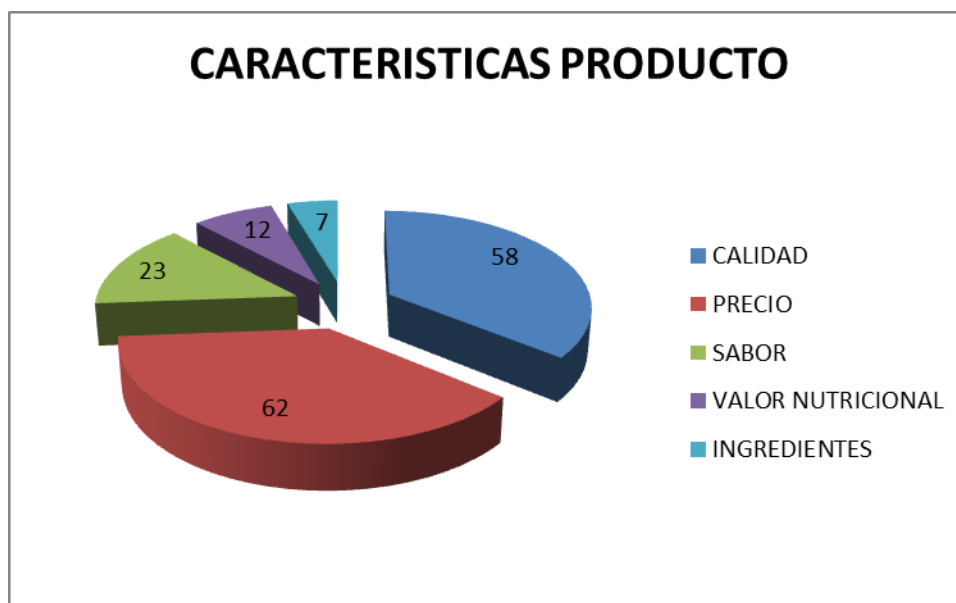
**CUADRO 10  
CARACTERISTICAS PRODUCTO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
CALIDAD	164	58 %
PRECIO	174	62 %
SABOR	65	23 %
VALOR NUTRICIONAL	34	12 %
INGREDIENTES	21	7 %

**FUENTE:** Encuesta familias de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 10**



**Análisis e Interpretación:**

El 62% de los encuestados prefieren el precio para consumir la mortadela de cancho; el 58% la calidad; el 23% el sabor; el 12% el valor nutricional; y, únicamente el 7% prefiere los ingredientes, lo que determina que las personas prefieren el precio y la calidad.

**Pregunta # 9.**

**¿Dónde le gustaría comprar mortadela de cerdo?**

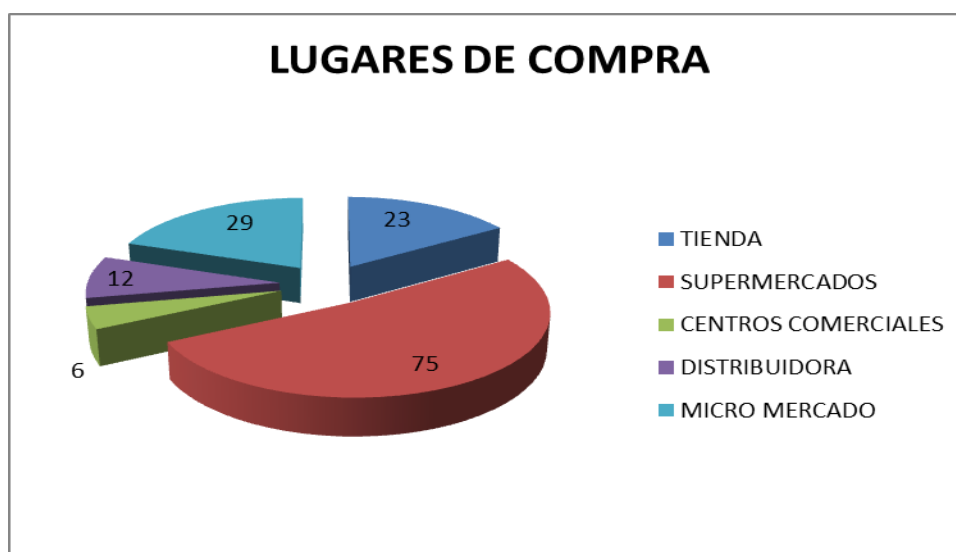
**CUADRO 11  
LUGARES DE COMPRA**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
TIENDA	66	23 %
SUPERMERCADOS	212	75 %
CENTROS COMERCIALES	18	6 %
DISTRIBUIDORA	34	12 %
MICRO MERCADO	81	29 %

**FUENTE:** Encuesta familias de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 11  
LUGARES DE COMPRA**



**Análisis e Interpretación:**

El 75% de los encuestados prefiere comprar la mortadela de cerdo en los supermercados; el 29% en el micro mercado; el 23% en la tienda; el 12% en la distribuidora; y, únicamente el 6% en los centros comerciales, lo que determina que las personas prefieren comprar en los supermercados y micro mercados esto por las facilidades de compra.

**Pregunta # 10.**

**¿En Cuáles de los siguientes medios de publicidad preferiría usted que se informe del producto?**

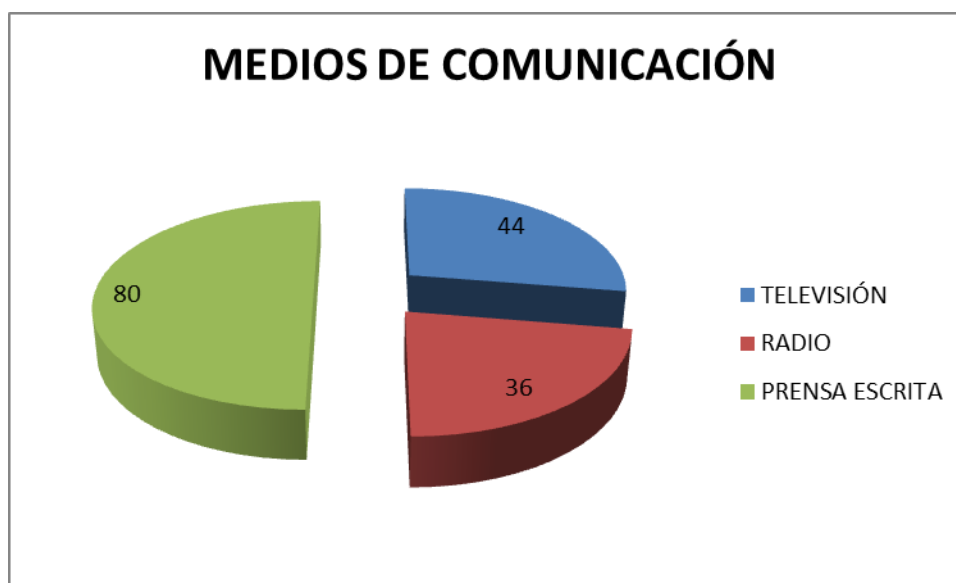
**CUADRO 12  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
TELEVISIÓN	124	44 %
RADIO	101	36 %
PRENSA ESCRITA	225	80 %

**FUENTE:** Encuesta familias de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 12**



**Análisis e Interpretación:**

El 80% de los encuestados les gustaría que el producto se promocióne por medio de la prensa escrita, el 44% por medio de la Televisión; y, el 36% por medio de la Radio, lo que determina que el mayor medio de preferencia para promocionar el producto en la nueva empresa es la Prensa escrita.

## ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES

### Pregunta # 1.

¿Cuál es el tipo comercial de su negocio?

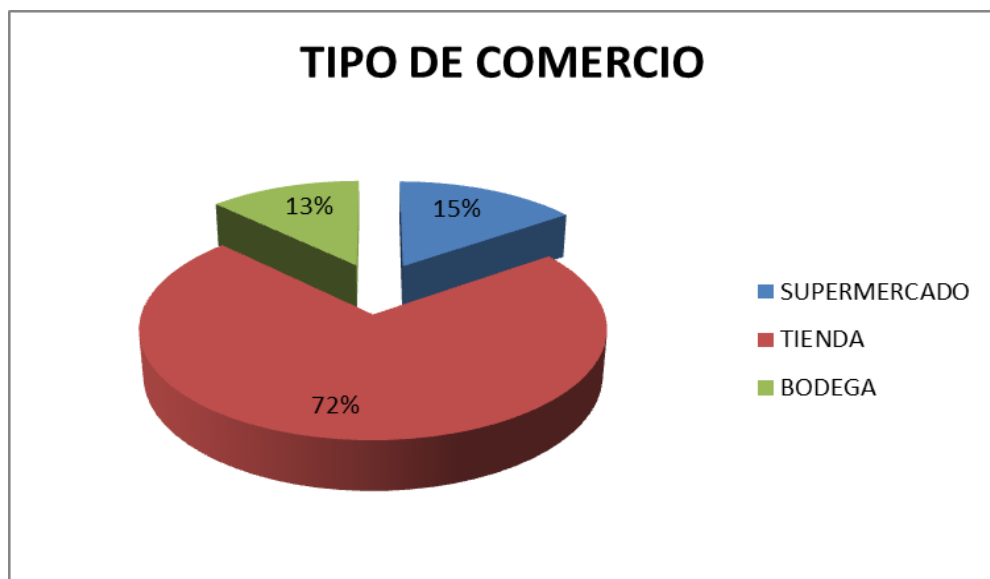
**CUADRO 13**  
**TIPO DE COMERCIO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SUPERMERCADO	12	15 %
TIENDA	57	72 %
BODEGA	10	13 %
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100 %</b>

FUENTE: Encuesta Oferentes de la ciudad de Palora

ELABORACIÓN: El Autor

**GRÁFICA 13**



### Análisis e Interpretación:

Como se puede determinar en la ciudad de Palora de 79 establecimientos encuestados el 72% corresponde a tiendas, el 15% a supermercados y el 13% a Bodegas.

**Pregunta # 2.**

**¿En su negocio vende Mortadela de Cerdo?**

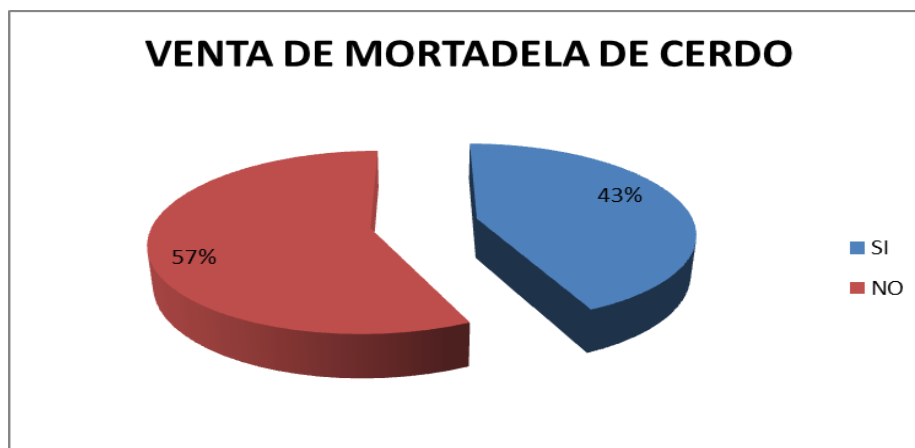
**CUADRO 14  
VENTA DE MORTADELA DE CERDO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	34	43 %
NO	45	57 %
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100 %</b>

**FUENTE:** Encuesta Oferentes de la ciudad de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 14**



**Análisis e Interpretación:**

Como se puede determinar el 57% de los encuestados NO venden Mortadela de cerdo; mientras, que el 43 % de ellos SI venden mortadela de cerdo, lo que determina que son varios los establecimientos que no venden Mortadela de Cerdo.

### Pregunta # 3.

¿Cuántas libras de Mortadela de Cerdo vende semanalmente?

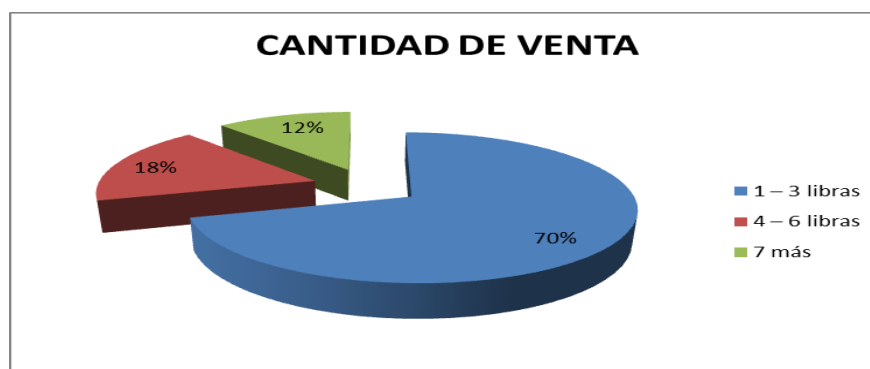
**CUADRO 15**  
**CANTIDAD DE VENTA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 – 3 libras	24	71 %
4 – 6 libras	6	18 %
7 más	4	12 %
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100 %</b>

**FUENTE:** Encuesta Oferentes de la ciudad de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 15**



### Análisis e Interpretación:

Como se puede determinar el 71% de los encuestados que venden Mortadela de cerdo venden entre 1 a 3 libras semanalmente, el 18% venden entre 4 a 6 libras; y, el 12% venden más de 7 libras semanalmente de carne de mortadela de cerdo, esto permitirá definir la venta promedio por establecimiento.

**Pregunta # 4.**

**¿Indique las marcas de mortadela de cerdo que más vende?**

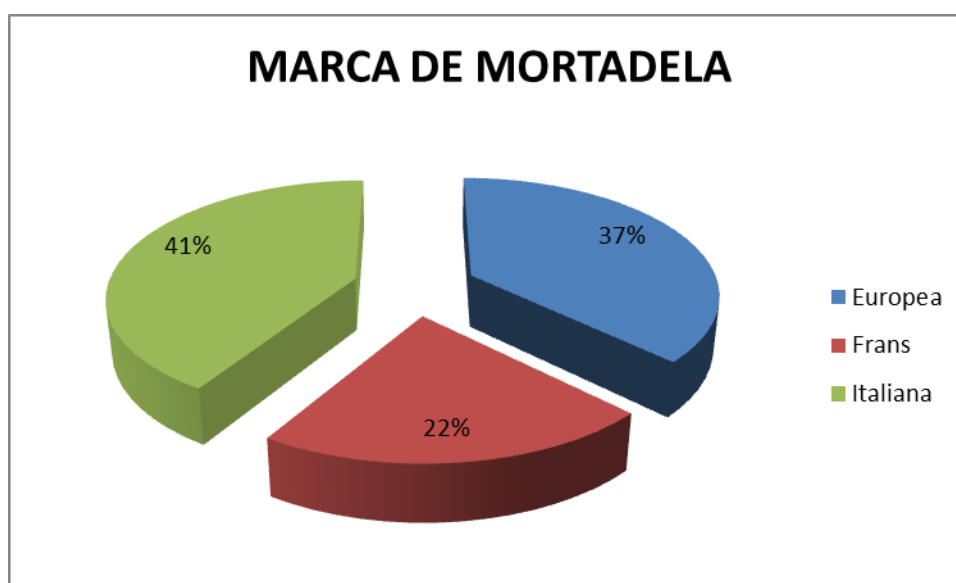
**CUADRO 16  
MARCA DE MORTADELA**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Europea	19	56 %
Frans	11	32 %
Italiana	21	62 %

**FUENTE:** Encuesta Oferentes de la ciudad de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 16**



**Análisis e Interpretación:**

Al tratarse de una pregunta de varias alternativas, los encuetados contestaron de varias alternativas, determinando que la mayoría de comercializadoras venden mortadela de cerdo de la marca la Italiana en un 41%, el 37% vende de la marca Europea; y, el 22% de la marca Frans.



### Pregunta # 5.

¿En Cuánto vende usted la libra de mortadela de cerdo?

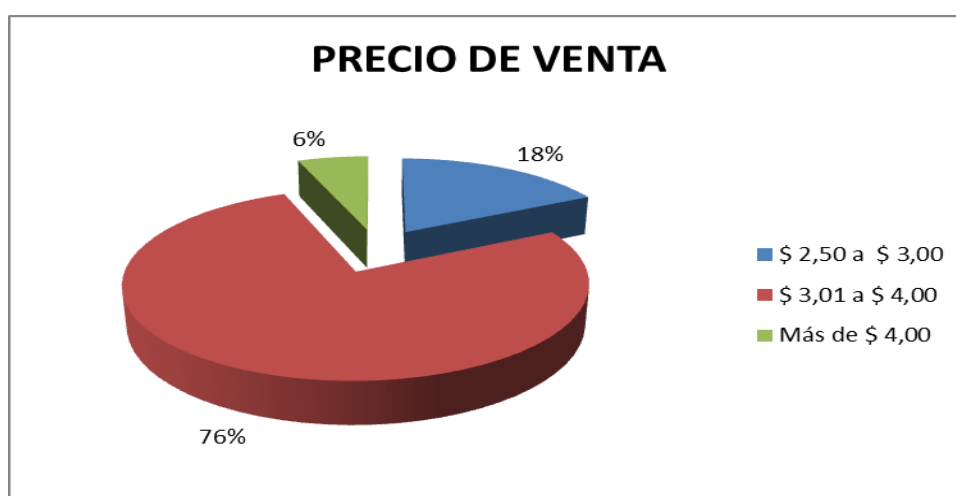
**CUADO N° 19**  
**PRECIO DE VENTA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 2,50 a \$ 3,00	6	18
\$ 3,01 a \$ 4,00	26	76
Más de \$ 4,00	2	6
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 17**



#### **Análisis e Interpretación:**

El 76% de los encuestados manifiesta que venden entre \$ 3,01 a \$ 4,00 dólares por libra de mortadela de cerdo; mientras, que el 18% vende entre \$ 2,50 a \$ 3,00 dólares; y, el 6% venden en más de \$ 4,00 dólares por libra de mortadela, esto es un referente para poder poner el precio al producto en la nueva empresa.

**Pregunta # 6.**

**¿Por qué medios de comunicación da a conocer la existencia de los productos de su empresa?**

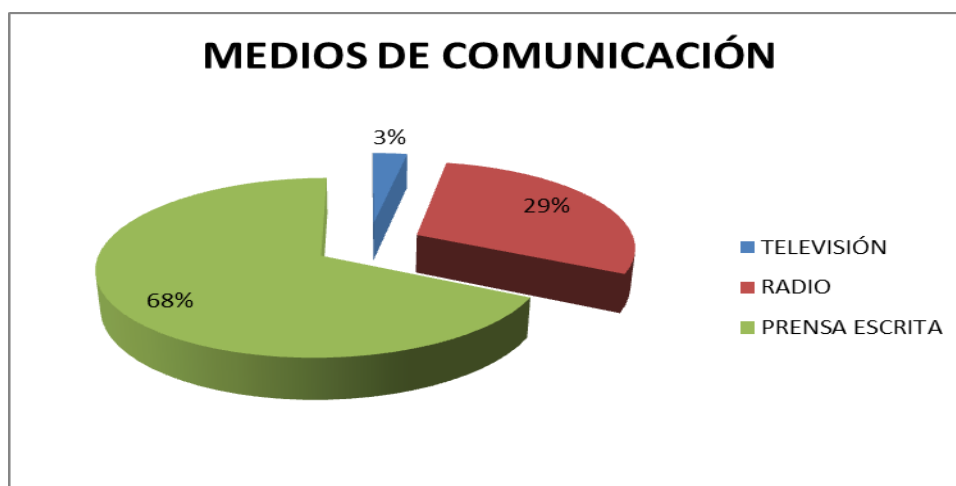
**CUADO Nº 18  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
TELEVISIÓN	1	3
RADIO	10	29
PRENSA ESCRITA	23	68
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta Oferentes de la ciudad de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 18**



**Análisis e Interpretación:**

El 66% de los encuestados manifiesta que venden dan a conocer sus productos por medio de la prensa escrita como es el periódico, el 29% por medio de la Radio; y, únicamente el 3% por medio de la televisión.

**Pregunta # 7.**

**¿Realiza promociones en su empresa?**

**CUADO N° 19  
REALIZACIÓN DE PROMOCIONES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	34	100
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Encuesta Oferentes de la ciudad de Palora

**ELABORACIÓN:** El Autor

**GRÁFICA 19**



**Análisis e Interpretación:**

El 100% de los encuestados manifiesta que no realizan ningún tipo de promociones en su empresa ya que son negocios pequeños y no es rentable el realizar este tipo de ofertas a los clientes, ya que lo consideran un gasto innecesario.

## g) DISCUSIÓN

### ESTUDIO DE LA DEMANDA

#### DEMANDA POTENCIAL

Para la determinación de los posibles demandantes se ha considerado las familias de la población del cantón Palora (1.750), constituidas por cuatro miembros respectivamente y en tal sentido se ha procedido a realizar la proyección de los mismos para los 10 años de vida útil del proyecto, utilizando la siguiente formula:

#### Formula de Proyección:

$$Pd = Dt (1+r)^t$$

#### En donde:

Pd= Proyección de la Demanda  
Dt= Demanda Total  
r= índice de crecimiento  
t= Tiempo en Años

**CUADRO 20**  
**POBLACIÓN DE FAMILIAS DEL CANTÓN**  
**PALORA**

<b>Año 2015</b>	<b>Población de Familias</b>
<b>Palora</b>	1.760

Fuente: INEC.Censo 2010

Elaborado por: El Autor

**CUADRO 21**  
**Calculo de la Proyección**

<b>Año</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>POBLACIÓN</b>
0	1.755	0,30%	1.760
1	1.760	0,30%	1.766
2	1.766	0,30%	1.771
3	1.771	0,30%	1.776
4	1.776	0,30%	1.781
5	1.781	0,30%	1.787
6	1.787	0,30%	1.792
7	1.792	0,30%	1.798
8	1.798	0,30%	1.803
9	1.803	0,30%	1.808
10	1.808	0,30%	1.814

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaborado por: El Autor

Para calcular la demanda potencial se toma en consideración el número de familias para el año 2015 que es 1.760 al mismo lo multiplicamos por el 94% (Cuadro N° 4) que constituye la población que consume embutidos en General, para lo cual utilizamos la siguiente fórmula:

**Fórmula:**

$$D_p = Q_p \cdot M\%$$

**Para el año 2015**

$$D_p = Q_p \cdot M\%$$

$$D_p = 1.760 \cdot 0.94$$

$$D_p = 1.654 \text{ familias}$$

**En donde:**

D<sub>p</sub> = Demanda Potencia

Q<sub>p</sub> = Población Proyectada

M% = Porcentaje de la demanda Muestral

## CUADRO 22

### DEMANDA POTENCIAL

Año	Demanda Familias	Consumen 94%	Demanda Potencia
0	1.760	94	1.654
1	1.765	94	1.659
2	1.771	94	1.664
3	1.776	94	1.669
4	1.781	94	1.674
5	1.787	94	1.679
6	1.792	94	1.684
7	1.797	94	1.689
8	1.803	94	1.695
9	1.808	94	1.700
10	1.814	94	1.705

Fuente: Cuadros N° 4 y 21

Elaborado por: El Autor

Se determina una demanda potencial para el año 2015 de 1.654 familias.

### DEMANDA REAL

Para calcular la demanda real se toma en consideración la demanda potencial de las familias que consumen embutidos para el año 2015 que es 1.654 al mismo se lo multiplica por el 99% (Cuadro N° 5) que constituye la población que consume Mortadela de Cerdo, a esta demanda real se la proyecta para los diez años de vida útil del proyecto con la tasa de crecimiento poblacional del 0,3%.

## CUADRO 23

### DEMANDA REAL

Año	Demanda Potencial	Consumen Mortadela de Cerdo 99%	Demanda Real en familias
0	1.654	99	1.638
1	1.659	99	1.643
2	1.664	99	1.648
3	1.669	99	1.653
4	1.674	99	1.658
5	1.679	99	1.663
6	1.684	99	1.668
7	1.689	99	1.673
8	1.695	99	1.678
9	1.700	99	1.683
10	1.705	99	1.688

Fuente: Cuadros N° 5 y 21

Elaborado por: El Autor

### Consumo Per cápita

Calculamos el consumo Per cápita (indicador que se utiliza para estimar la cantidad promedio de consumo anual del producto).

### La Media Aritmética

#### Fórmula

$$X = \frac{\sum fx}{N}$$

De = Demanda Efectiva

Qp = Población Proyectada

#### En donde:

X = Media aritmética

$\sum fx$  = Sumatoria de la Frecuencia\* porciones

N = Población Total

M% = Porcentaje de la demanda Muestral

## Consumo Per cápita

**CUADRO 24  
CONSUMO REAL PER CÁPITA**

Alternativas	Frecuencia	Anual	Cantidad	Cantidad Libras al año
DIARIO	35	365	½ libra	6387,5
SEMANAL	52	52	½ libra	1352
QUINCENAL	142	24	½ libra	1704
MENSUAL	72	12	1 libra	864
<b>TOTAL</b>	<b>301</b>			<b>10.307,50</b>

Fuente: Cuadro N° 6  
Elaborado por: El Autor

$$X = \frac{10.307,5}{301} = 34,24 \text{ libras anuales por familia}$$

Para la realización de este cálculo se tomó en cuenta los compradores reales que están dispuestos a consumir el producto, tomando como frecuencia la pregunta ¿Cuántas libras consume usted mortadela de cerdo? Luego se multiplicó por el año, luego se toma el total de la cantidad anual que es de 10.307,50, la misma que fue dividida para el total de la población de personas que consumen que es de 301, determinamos de esta manera que el consumo per cápita es de 34,24 libras de Mortadela de Cerdo al año por familia.



**CUADRO 25  
DEMANDA REAL EN LIBRAS DE MORTADELA**

<b>Demanda Real</b>	<b>Consumo Per cápita Libras</b>	<b>Demanda Real en libras</b>
1.638	34,24	56.080
1.643	34,24	56.248
1.648	34,24	56.417
1.653	34,24	56.586
1.658	34,24	56.756
1.663	34,24	56.926
1.668	34,24	57.097
1.673	34,24	57.269
1.678	34,24	57.440
1.683	34,24	57.613
1.688	34,24	57.785

**Fuente:** Cuadro 23 y 24

**Elaborado por:** El Autor

### **Demanda Efectiva**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan adquirir el producto.

Para calcular la demanda efectiva se toma en consideración la demanda real para el año 2015 que es de 56.080 al mismo se lo multiplica por el 93% (cuadro N° 7) de los consumidores que si desearían que se creara una empresa productora y comercializadora de Mortadela de Cerdo y que comprarán el producto en el cantón Palora, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

**Fórmula:**

$$De = Qp.M\%$$

**Para el año 2015**

$$De = Qp. M\%$$

$$De = 56,08 * 93\%$$

$$De = 52.155 \text{ libras de mortadela de cerdo}$$

**En donde:**

De = Demanda Efectiva  
Qp = Población Proyectada  
M%= Porcentaje de la demanda Muestral

**CUADRO 26  
DEMANDA EFECTIVA**

<b>Año</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>Creación de la nueva empresa 93%</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
0	56.080	93	52.155
1	56.248	93	52.311
2	56.417	93	52.468
3	56.586	93	52.625
4	56.756	93	52.783
5	56.926	93	52.942
6	57.097	93	53.100
7	57.269	93	53.260
8	57.440	93	53.420
9	57.613	93	53.580
10	57.785	93	53.741

**Fuente:** Cuadro Nº 7 y 25

**Elaborado por:** El Autor

Se determina una demanda efectiva para el año 2015 de 52.155 libras de mortadela de cerdo.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Cuando se habla de la oferta esta debe ser considerada como la cantidad de productos que se ofrece al mercado consumidor.

Para determinar la oferta de Mortadela de Cerdo se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comercializadores y demás establecimientos existentes en la ciudad de Palora, en una muestra significativa tales como tiendas, bodegas, y supermercados, lugares que son de mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

## **OFERTA ACTUAL**

Para poder determinar la oferta actual se ha recolectado información sobre la cantidad que venden diariamente cada establecimiento, datos que al formularlo con una tabla de distribución de frecuencias por intervalos de clase, permitirá conocer la media promedio de venta de cada comercio. Para lo cual se utiliza los datos de cuadro N° 12 en el cual se determina que en el cantón Palora se oferta un promedio anual de 5.212 libras de mortadela de cerdo, para la proyección de la oferta se ha tomado el dato del Municipio de Palora, en el cual estos establecimientos crecen en un porcentaje del 1% anual datos del 2013 al 2014.

**CUADRO 27**  
**CANTIDAD DE VENTA**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>XM</b>	<b>(FxXM)</b>
1 – 3 libras	24	2	48
4 – 6 libras	6	5	30
7 más	4	7	28
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>		<b>106</b>

**FUENTE:** Cuadro N° 15

**ELABORACIÓN:** El Autor

El promedio semanal de los establecimientos es de 106 libras de mortadela de cerdo, el consumo anual será de 5.512 libras anuales.

**CUADRO 28**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA TOTAL</b>
0	5.512
1	5.567
2	5.623
3	5.679
4	5.736
5	5.793
6	5.851
7	5.910
8	5.969
9	6.028
10	6.089

**Fuente:** Municipio Palora (TC 1%) y Cuadro 15

**Elaboración:** El Autor

## ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el producto.

Se denomina demanda insatisfecha al análisis entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

**CUADRO 29**  
**DEMANDA INSATISFECHA.**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA TOTAL</b>	<b>OFERTA TOTAL PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
0	52.155	5.512	46.643
1	52.311	5.567	46.744
2	52.468	5.623	46.845
3	52.625	5.679	46.946
4	52.783	5.736	47.047
5	52.942	5.793	47.148
6	53.100	5.851	47.249
7	53.260	5.910	47.350
8	53.420	5.969	47.451
9	53.580	6.028	47.551
10	53.741	6.089	47.652

**Fuente:** Cuadros N° 25 y 26

**Elaboración:** El Autor

El producto que se pretende elaborar en la presente investigación, no es producido en la ciudad de Palora, por no existir empresas que elaboren

estos productos, estableciendo solamente la comercialización en bodegas, tiendas y supermercados.

La demanda insatisfecha actual del proyecto es de 46.744 libras de Mortadela de Cerdo para el año uno.

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Para realizar el plan de comercialización para la naciente empresa, se tomará en consideración los cuatro elementos del mercado que son producto, precio, plaza y promoción.

### **PRODUCTO**

El producto que se pretende elaborar será de alta calidad, procesada de acuerdo a las normas de higiene y calidad, distinto a los existentes en el mercado. EL producto tendrá las siguientes características:



**Tamaño:** El producto será elaborado en unidades de 500 gr., y la presentación será en material de tripas sintéticas, además se expondrá una etiqueta con logo de en la cual se mostrara las bondades del producto el

registro sanitario y el tiempo de caducidad del producto, el nombre del producto como.

**Materia Prima:** Esta elaborado con 100% carne de cerdo de producción del Cantón Palora, que presente las exigencia de calidad que caracterizará a nuestra empresa productora. Una vez obtenido el producto su durabilidad será de 30 días en refrigeración, tendrá una forma sólida, con su color propio de la carne de calidad.

**Diseño:** El envasado se hará utilizando productos frescos, a fin de satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.

#### **LOGOTIPO:**

En el anverso de la etiqueta constará: el nombre de la empresa “**Mortadela Especial Cielo**”, marca, ingredientes, lugar y dirección de producción, registro sanitario, cantidad en gramos, valor unitario.

El logotipo que utilizará la empresa estará diseñado de la siguiente manera:

#### **GRÁFICA 18**



## GRÁFICA 19



### PRECIO

El precio es estrategia fundamental en la comercialización del producto ya que de este dependerá la rentabilidad del proyecto. Para la determinación del precio se tomará en cuenta tanto los costos de producción, la referencia del cliente y de la competencia (3Cs), el cual permita competir en el mercado actual. En resumen la fijación del precio al producto estará manejado por el costo unitario de producción más un margen de utilidad, el mismo que será flexible a los cambios del entorno del mercado, ya que se deberá entrar al mismo con precios competitivos y accesibles.



## **PLAZA**

La plaza para ofertar el producto será las Parroquias del Cantón Palora. La mortadela de Cerdo, llegará al consumidor de una forma adecuada con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente y la participación activa en la venta de los distribuidores (Tiendas minoristas, Venta de Cárnicos y Mini Marquet), para lo cual la empresa productora de Mortadela de Cerdo “Cielo”, utilizará el siguiente canal de comercialización.

## **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

LA venta del producto se realizará mediante dos canales de comercialización, desde que el producto sale de la fábrica hasta que llegue al consumidor final.

**VENTA DIRECTA DE LA EMPRESA.-** El consumidor final podrá realizar los pedidos directamente a la empresa ubicada en el Cantón Palora.

**2) VENTA A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS.-** Ésta se formalizará a través de establecimientos comerciales del lugar. A continuación se plantea el diagrama de los canales de distribución:

**GRÁFICA 20**

### ***CANAL DE DISTRIBUCIÓN***



El primer canal indica que la fábrica distribuirá el producto al agente distribuidor, quien se encargará de vender entregar a los tiendas minoristas, venta de cárnicos y Supermercados. El segundo canal señala que la fábrica colocará directamente el producto al consumidor final; es decir sin intermediarios.

### **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

En cuanto a lo referente a la promoción por el momento no se la realizarán. Por el contrario la publicidad se la realizará por medios radiales ya que los consumidores del producto prefieren ser informados por medio de este medio. Para lograr este objetivo se utilizará los medios de información de mayor frecuencia del Cantón Palora, en las cuales se pasaran cuñas comerciales en horas de mayor sintonía (5 días a la semana, 3 pasadas diarias), también se entregaran hojas volantes.

### **CUADRO 30**

#### **COSTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VAL. MENS.</b>	<b>VAL. ANUAL</b>
Radio Súper Tropicar	4	50,00	600,00
Prensa escrita	12	30,00	360,00
			960,00

**Fuente:** Radio Súper Tropica

**Elaboración:** El Autor

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El Estudio Técnico se refiere a la determinación de la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos, tomando como base el estudio de mercado. Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

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

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

## **ELEMENTOS DE ESTUDIO TÉCNICO**

- Descripción del proceso de manufactura elegido (diagrama de flujo)
- Determinación del tamaño de la planta
- Selección de maquinaria y equipo
- Localización de la planta
- Distribución de la planta
- Disponibilidad de materiales e instalaciones
- Requerimientos de mano de obra
- Estimación del costo de inversión y de producción de la planta.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **TAMAÑO DEL PROYECTO**

Considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

Es importante además tener en cuenta los productos de reserva o de prever los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, esto tomando en cuenta la relatividad de la demanda, esto hace ver que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de producción que se plantea ofrecer, ahora que hay que tomar en cuenta que la capacidad depende de la naturaleza del presente proyecto.

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas –día, por 260 días-año laborables.

### **CAPACIDAD INSTALADA**

Para poder determinar la capacidad instalada de la empresa, se analizará la capacidad que tiene la maquinaria a utilizar para el proceso productivo de producción de mortadela de cerdo, esto es que con la picadora automática de carne que tiene una capacidad de picar 22 libras de carne de cerdo por hora, posteriormente esta carne pasa a la embutidora automática que procesa las quince libras de carne de cerdo embutiéndolas automáticamente al vacío, esto determina que si en una hora se produce 22 libras de mortadela de carne de cerdo y que multiplicado por ocho horas laborables nos da 176 libras de carne de cerdo y a esta se la multiplica por los 260 días



Cuando una empresa empieza a funcionar nunca produce el 100% de la capacidad instalada por diversos motivos como: Introducción del producto, búsqueda de materia prima, contratación de mano de obra y servicios básicos, tomando en cuenta todos los factores se creyó conveniente:

Del primer al tercer año tendrá una producción del 80%, cuarto al décimo año el 95%. Como se indica en el cuadro siguiente:

**CUADRO 32  
CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Porcentaje a Utilizarse</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>
1	45.760	80%	36.608
2	45.760	85%	38.896
3	45.760	90%	41.184
4	45.760	95%	43.472
5	45.760	95%	43.472
6	45.760	95%	43.472
7	45.760	95%	43.472
8	45.760	95%	43.472
9	45.760	95%	43.472
10	45.760	95%	43.472

**Fuente:** Cuadro 31

**Elaborado por:** El Autor

## **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

Localización es el lugar donde estará ubicada la empresa y toda su administración, en donde debe limitarse el área geográfica.

En la ubicación de la planta de producción inciden algunos factores como: disponibilidad de materia prima, vías de acceso para la comercialización, mano de obra, factores ambientales costos, disponibilidad de terreno, servicios básicos.

Para determinar la localización adecuada de la empresa se debe considerar los siguientes aspectos:

### **Materia Prima**

El factor de localización que tiene mayor incidencia es la disponibilidad de materia prima existiendo una gran ventaja por la cantidad de ganado porcino que se cría en el cantón de Palora los que cubren requerimientos necesarios para la producción.

### **Mano de Obra**

Es fundamental considerar que la mano de obra que se necesita debe ser calificada y con experiencia en la elaboración del producto.

### **Servicios Básicos**

Otros de los factores considerados son los servicios básicos indispensables para llevar a cabo la implementación del proyecto tales como: medios de comunicación, agua potable, energía eléctrica, entre otras.

### **MACRO LOCALIZACIÓN**

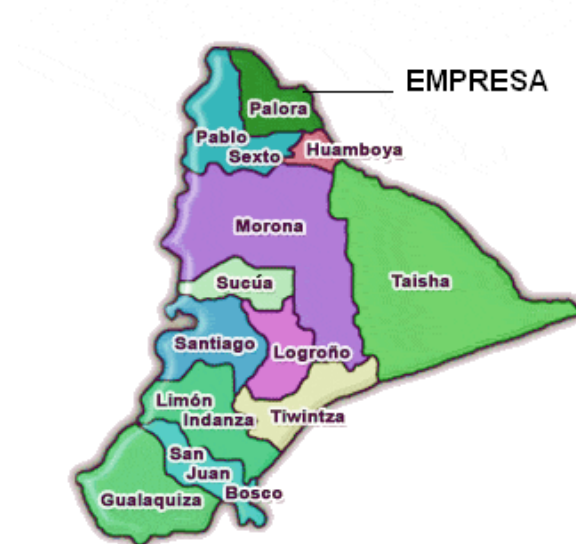
La empresa se ubicará en el Cantón Palora, Provincia de Morona Santiago, debido a que existe mano de obra y disponibilidad de la materia prima para la realización del proyecto.

País:	Ecuador
Región:	Oriental
Provincia:	Morona Santiago
Cantón:	Palora

## GRÁFICA 21

### MACRO LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

## Morona Santiago



### MICRO LOCALIZACIÓN

En la Micro localización se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

La empresa se localizará en las calles Gaspar de Carvajal y Policía Nacional. De la cabecera Cantonal de Palora por facilitarse el acceso a la materia prima como es el ganado Porcino como también mano de obra experiencia en la elaboración de mortadela de Cerdo; así:

### MATRIZ LOCACIONAL

Para elegir la mejor localización de la empresa se utilizó el método cualitativo por puntos. Este método consiste en asignar factores cuantitativos



a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización y luego se les asigna un peso. La suma de estos pesos debe ser igual al 100%.

**CUADRO Nº 32**

**MATRIZ CUALITATIVA POR PUNTOS PARA SELECCIONAR LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

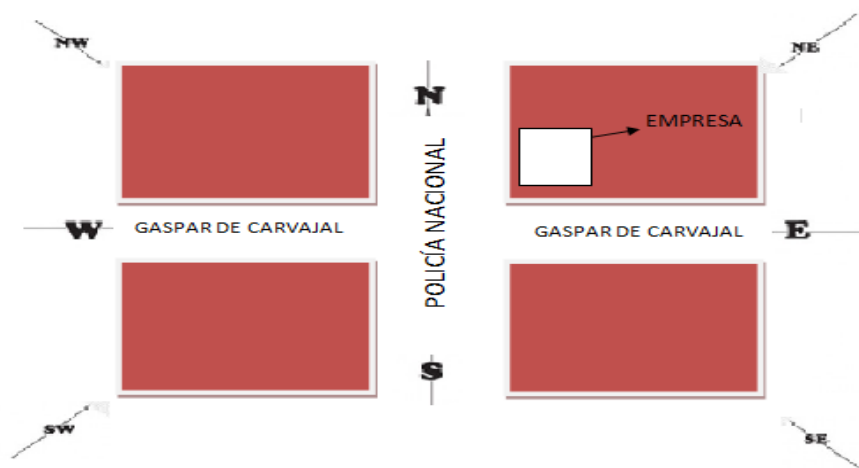
FACTORES LOCACIONALES	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		A		B		C	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de Arriendo	35	60	21	70	24,5	80	28
Seguridad	30	70	21	80	24	50	15
Facilidad de parqueo	20	60	12	80	16	40	8
Disponibilidad de servicios básicos	15	100	15	100	15	100	15
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>69</b>		<b>79,9</b>		<b>66</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

Para determinar la localización más apropiada para el proyecto se tomó la alternativa que obtuvo mayor puntaje, en este caso se ubicará en el sector Norte este es las calles Gaspar de Carvajal y Policía Nacional cuya ubicación se muestra en el siguiente gráfico

**GRÁFICA 22  
MICRO LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**



## **Ingeniería del Proyecto**

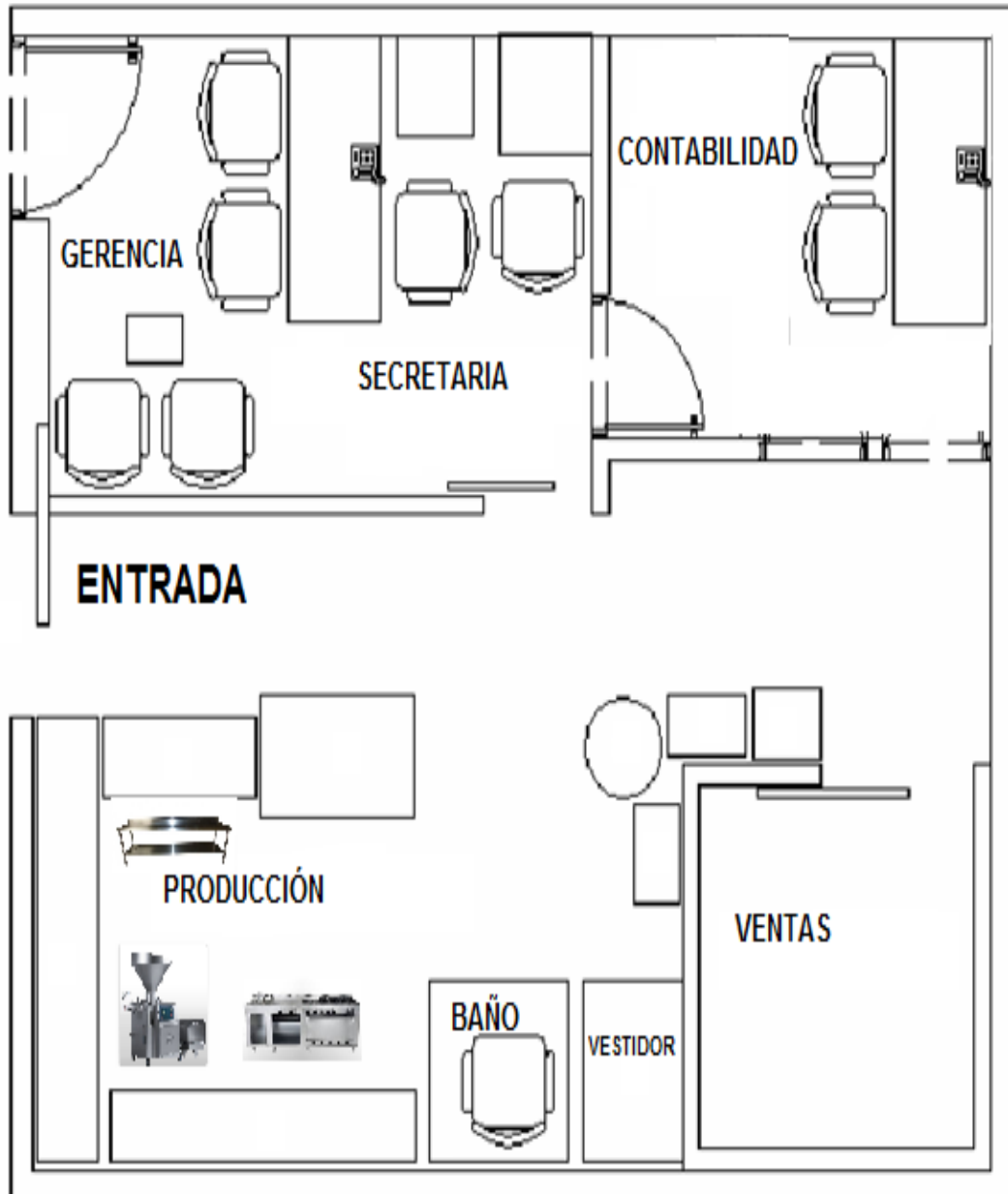
La ingeniería del proyecto permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción como: construcción de la planta, equipamiento y características del producto de la empresa.

También el componente tecnológico son los elementos y conocimientos con los que cuenta la empresa para procesar los materiales y transformarlos en un producto final.

## **Distribución Física de la Planta de Producción**

Para el desarrollo adecuado de las actividades de la empresa, se arrendará un terreno de 150 m<sup>2</sup>, que tiene todos los servicios básicos.

**DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA**  
**GRÁFICA 23**



## DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

### PICADORAS AUTOMÁTICAS PARA CARNE DE CERDO

GRÁFICO 24



Marca Zhengzhou.

Adicionales, expansión, reducción, formación. Motor eléctrico de 5 HP 220V 60HZ.

Contenido al vacío con potencia de 1.243 Wat.

### EMBUTIDORA AUTOMÁTICA AL VACÍO

GRÁFICO 25



Marca RS2002M.

Capacidad de embutido automático por funda de plástico manual al vacío y correlativa eléctrico de 5 HP 220V 60HZ.

## ESTUFA INDUSTRIAL

### GRÁFICO 26



Marca Loading Zoom.

Cocina industrial profesional 6 hornallas acero inoxidable a gas licuado de petróleo.

## MESA DE TRABAJO DE HIERRO

### GRÁFICO 27



## HERRAMIENTAS

### CUCHILLOS



### MANDILES



## MUEBLES Y ENSERES

- Escritorio ejecutivo con silla giratoria
- Mesas de Trabajo
- Sillas plásticas

- Archivadores
- Perchas Metálicas

### **EQUIPO DE OFICINA**

- Computador
- Impresora
- Teléfono
- Calculadora

### **ÚTILES DE OFICINA**

- Escobas
- Recogedores de basura
- Cesto para la basura
- Trapeadores
- Desinfectantes de 2 litros

### **REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS**

- Gerente
- Secretaría - Contadora
- Jefe de Ventas
- Jefe de Producción
- Obreros
- Conserje – Guardián

## **PROCESO PRODUCTIVO**

El proceso productivo es una serie de operaciones secuenciales mediante las cuales se transforma la materia prima en producto terminado.

Para la elaboración de mortadela de cerdo se sigue el siguiente proceso:

### **PRIMERA FASE**

**Recibo y selección:** Se usa carne de cerdo sin tendones la cual debe estar refrigerada.

**Preparación de la carne:** El tocino se pica en cubitos de 1 cm y se escalda en agua a 75°C hasta que adquiera un aspecto vidrioso. Los cubitos se dejan enfriar y escurrir. La carne fragmentada y refrigerada se muele en molino con agujeros de 5 mm de diámetro.

**Mezclado:** La carne molida se pasa a la cortadora y se agregan polifosfatos, hielo, sal, mezcla de curación, azúcar y grasa orgánica. Se transfiere la masa a la mezcladora y se agregan los cubitos de tocino. Se deja mezclar por 3 minutos cuidando que la temperatura de la masa no suba más de 15 °C.

**Embutido:** La masa de carne se embute en tripas sintéticas, las cuales han sido remojadas en agua tibia durante 30 minutos.



**Atado:** Las mortadelas se atan por el extremo libre, con hilo de algodón, nylon o alambre delgado.

**Colgado:** Se cuelgan en palos de madera y se dejan reposar durante 3 horas en un lugar tibio.

**Escaldado:** Se escaldan a 85°C. El tiempo se determina cuando el corazón del embutido alcance 69°C (se requiere un tiempo entre 120 a 150 minutos).

**Enfriado:** Se enfría en agua a temperatura ambiente durante una hora.

**Almacenamiento:** Las mortadelas se deben almacenar a temperaturas de refrigeración.

## **SEGUNDA FASE**

### **CONTROL DE CALIDAD**

#### **Higiene**

El color del escaldado pasteuriza el producto. El peligro más importante son las bacterias que pueden contaminar el producto cuando no se mantienen condiciones adecuadas de almacenamiento. Todo el proceso debe realizarse con estricta higiene ya que los productos solo se pasteurizan, además el hielo debe ser de buena calidad microbiológica.

### **Control de la Materia Prima**

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

### **Control del Proceso**

Los principales puntos de control son:

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

## Control del Producto terminado

Los principales factores de calidad son el color, el sabor y la textura del producto.


























## Empaque y almacenamiento

El empaque protege a los embutidos de la contaminación. La calidad final de la mortadela depende del uso de materias primas de buena calidad, de un buen proceso y del uso de envolturas adecuadas. Se utiliza como material de empaque tripas sintéticas. El producto final debe mantenerse en refrigeración y tiene una vida útil de aproximadamente 8 días.

### SIMBOLOGÍA

-  = OPERACIÓN
-  = INSPECCIÓN
-  = OPERACIÓN INSPECCIÓN
-  = DEMORA
-  = ALMACENAMIENTO
-  = TRANSPORTE

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACIÓN DE MORTADELA DE CARNE DE CERDO

ACTIVIDADES							TIEMPO
Obtención de materia prima							20'
Selección							20'
Control de calidad							30'
Lavado de materia prima							50'
Picado y molido de materia prima							40'
Amasado y mezcla de ingre.							40'
Embutido							80'
Cocción							10'
El control de calidad							30'
La opción de retirar o no la tripa del embutido							10'
Empacado							60'
Sellado y etiquetado							40'
Almacenado							30'
Distribución							20'
<b>TIEMPO</b>						<b>480 minutos 120 LIBRAS</b>	<b>8 HORAS</b>

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

La estructura organizativa es el sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales.

## **BASE LEGAL**

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA**

## **“Barba Cia. Ltda”**

### **SEÑOR NOTARIO:**

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

#### **PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -**

Intervienen en la celebración de este contrato, el señor: José Barba compareciente de nacionalidad ecuatoriano, mayor de edad, casado y domiciliado en la ciudad de Palora, Provincia del Morona Santiago, Juan Carlos Viñan compareciente de nacionalidad ecuatoriano, mayor de edad, casado y domiciliado en la ciudad de Palora, Provincia del Morona Santiago; y, el señor Carlos Barba Ruíz, mayor de edad, de nacionalidad ecuatoriano, casado domiciliado en la ciudad de Palora, Provincia del Morona Santiago; declaran, su voluntad de constituir, la compañía de responsabilidad limitada **“Barba Cia. Ltda.”** la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de

manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

**SEGUNDA.-** ESTATUTOS “Barba Cia. Ltda.”

## **CAPÍTULO PRIMERO**

### **DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN**

**ARTÍCULO UNO.-** Constituyese en la ciudad de Palora, con domicilio en el mismo lugar, provincia Morona Santiago, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada “Barba Cia. Ltda.”.

**ARTÍCULO DOS.-** La compañía tiene por objeto y finalidad, la fabricación y comercialización de mortadela de carne de Cerdo, además podrá establecer sucursales o agencias en los términos de la ley; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, podrá así mismo, adquirir todo tipo de bienes muebles o inmuebles encaminados a cumplir en mejor forma su objeto social, finalmente podrá realizar todo acto o contrato permitido por las leyes vigentes respectivas, relacionados con el objeto principal de la compañía.

**ARTÍCULO TRES.-** La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

**ARTÍCULO CUATRO.-** El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el

Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la Junta General de Socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

### **DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL**

**ARTÍCULO CINCO.-** El capital social de la compañía es de mil quinientos dólares, dividido en mil quinientas participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

**ARTÍCULO SEIS.-** La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

**ARTÍCULO SIETE.-** El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

**ARTÍCULO OCHO.-** La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

**ARTÍCULO NUEVE.-** Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

**ARTÍCULO DIEZ.-** Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución



en contrario de la Junta General de Socios. En caso de sesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

**ARTÍCULO ONCE.-** En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES**

**ARTÍCULO DOCE.-** Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

**ARTÍCULO TRECE.-** Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

**ARTÍCULO CATORCE.-** La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

## **CAPÍTULO CUARTO**

### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

**ARTÍCULO QUINCE.-** El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

**ARTÍCULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.-** La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

**ARTÍCULO DIECISIETE.-** Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

**ARTÍCULO DIECIOCHO.-** Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

**ARTÍCULO DIECINUEVE.-** Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a

cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta General. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

**ARTÍCULO VEINTE.-** El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

**ARTÍCULO VEINTIUNO.-** Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**ARTÍCULO VEINTIDÓS.-** Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a que todos los socios acaten dichas resoluciones, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

**ARTÍCULO VEINTITRÉS.-** Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretarlo el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

**ARTÍCULO VEINTICUATRO.-** Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

**ARTÍCULO VEINTICINCO.-** Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al Presidente y al Gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

**ARTÍCULO VEINTISÉIS.-** Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

**ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.-** El Presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido, para este cargo deberá ser socio.

**ARTÍCULO VEINTIOCHO.-** Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la Junta General de Socios:

Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del Gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de Socios.

**ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.-** El Gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser o no socio.

**ARTÍCULO TREINTA.-** Son deberes y atribuciones del Gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el Presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:



Presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

**ARTÍCULO TREINTA Y UNO.-** La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

**ARTÍCULO TREINTA Y DOS.-** No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

**DECLARACIONES.-** El capital con el que constituye la compañía “Barba Cia. Ltda.” ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: José Barba, Juan Carlos Viñan; y, el señor Carlos Barba Ruíz, tendrán quinientas participaciones de un dólar cada una; que dan un valor de MIL

QUINIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR y un total de MIL QUINIENTOS DÓLARES; valor que será depositado en efectivo en una de las entidades bancarias de la ciudad de Palora, como cuenta de «Integración de Capital», cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía autorizan al Ab. Juan Carlos Plascencia abogado de la empresa, se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

Ab. Juan Carlos Plascencia

**ABOGADO**

### **ESTRUCTURA EMPRESARIAL INTERNA**

La estructura empresarial interna es la estructura organizativa con que cuenta la empresa, ya que una buena organización conlleva la asignación de funciones y responsabilidades a cada una de las integrantes de la misma.

Esto permitirá que los recursos especialmente el humano sean administrados con eficiencia. La estructura organizativa se representa

mediante organigramas los cuales se presentan a continuación junto al manual de funciones correspondientes.

### **Niveles Jerárquicos**

La estructura administrativa de la empresa “Barba Cia. Ltda.” está establecida por cinco niveles jerárquicos que son:

**Nivel Legislativo Directivo:** Estará conformado por la Junta General de Socios.

**Nivel Ejecutivo.-** Es el que ejecuta los planes y programas impuestos por el nivel legislativo, es decir la ejecución y control de la empresa, estará representado por la Gerente de la misma.

**Nivel Asesor.-** Lo constituye la personas que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrado por un asesor Jurídico (Temporal).

**Nivel de Apoyo.-** Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficiencia y eficacia, se encuentra conformado por la Secretaría y el Conserje.

**Nivel Operativo.-** Se describen los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa, dentro de éste nivel estarán el departamento de Contabilidad, Producción y Ventas.

### **Organigramas**

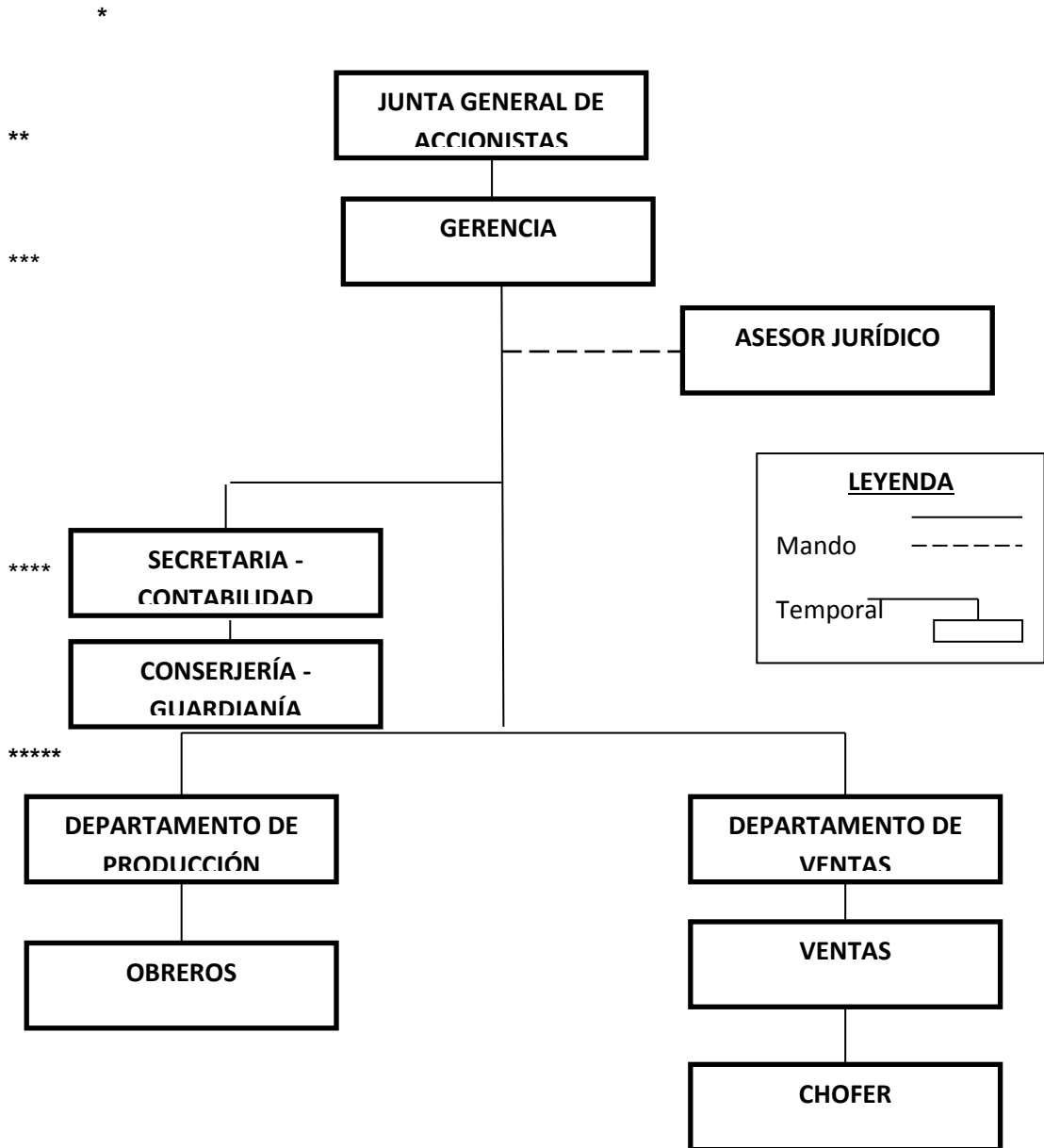
Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

**Organigrama Estructural.-** Representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de una forma objetiva sus unidades administrativas, apreciándose la organización de la empresa como un todo.

**Organigrama Funcional.-** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales o básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por los más importantes y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

**“BARBA Y CÍA. LTDA.”.**

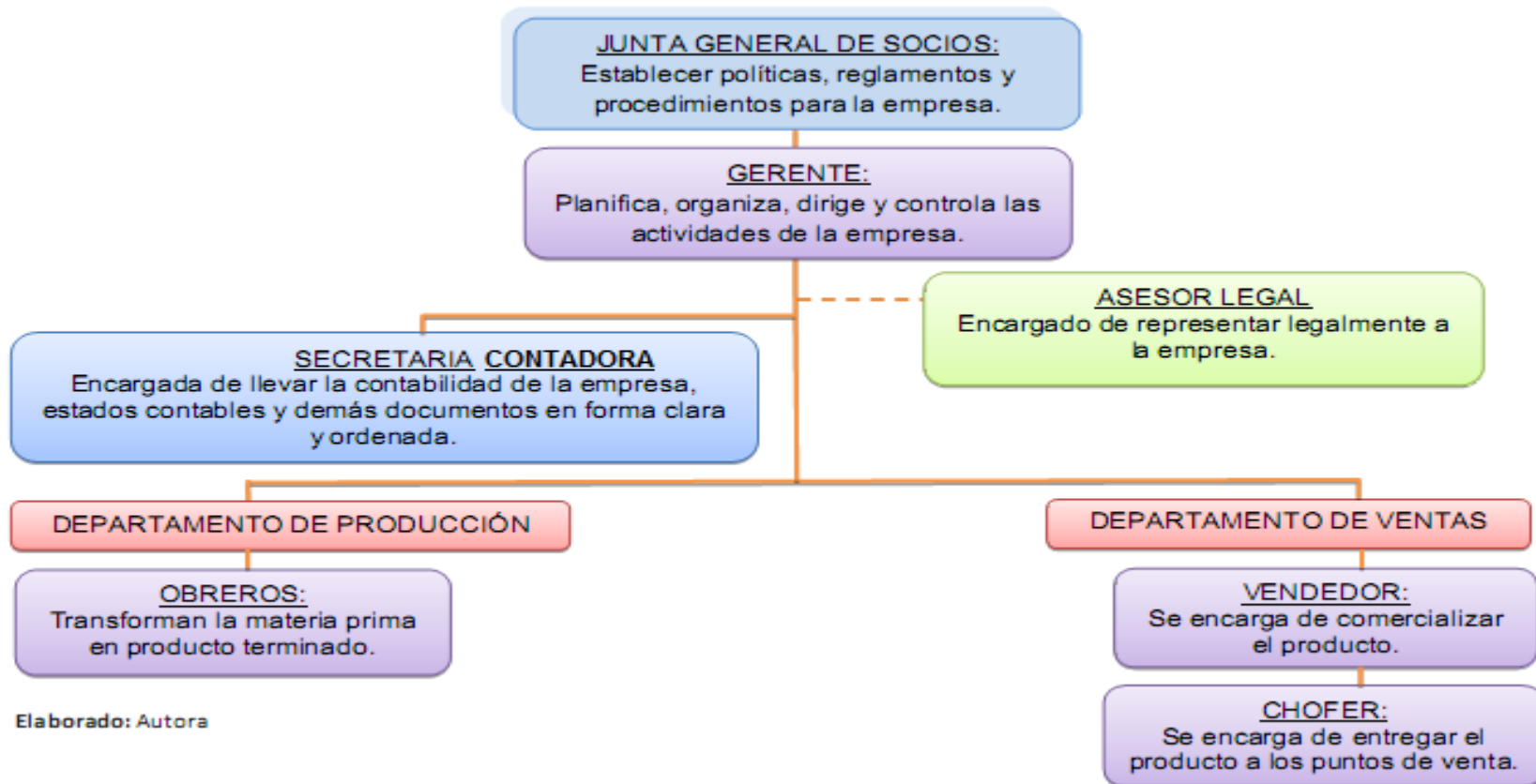
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



- \* LEGISLATIVO
- \*\* EJECUTIVO
- \*\*\* ASESOR
- \*\*\*\* AUXILIAR
- \*\*\*\*\* OPERATIVO

# “BARBA Y CÍA. LTDA.”

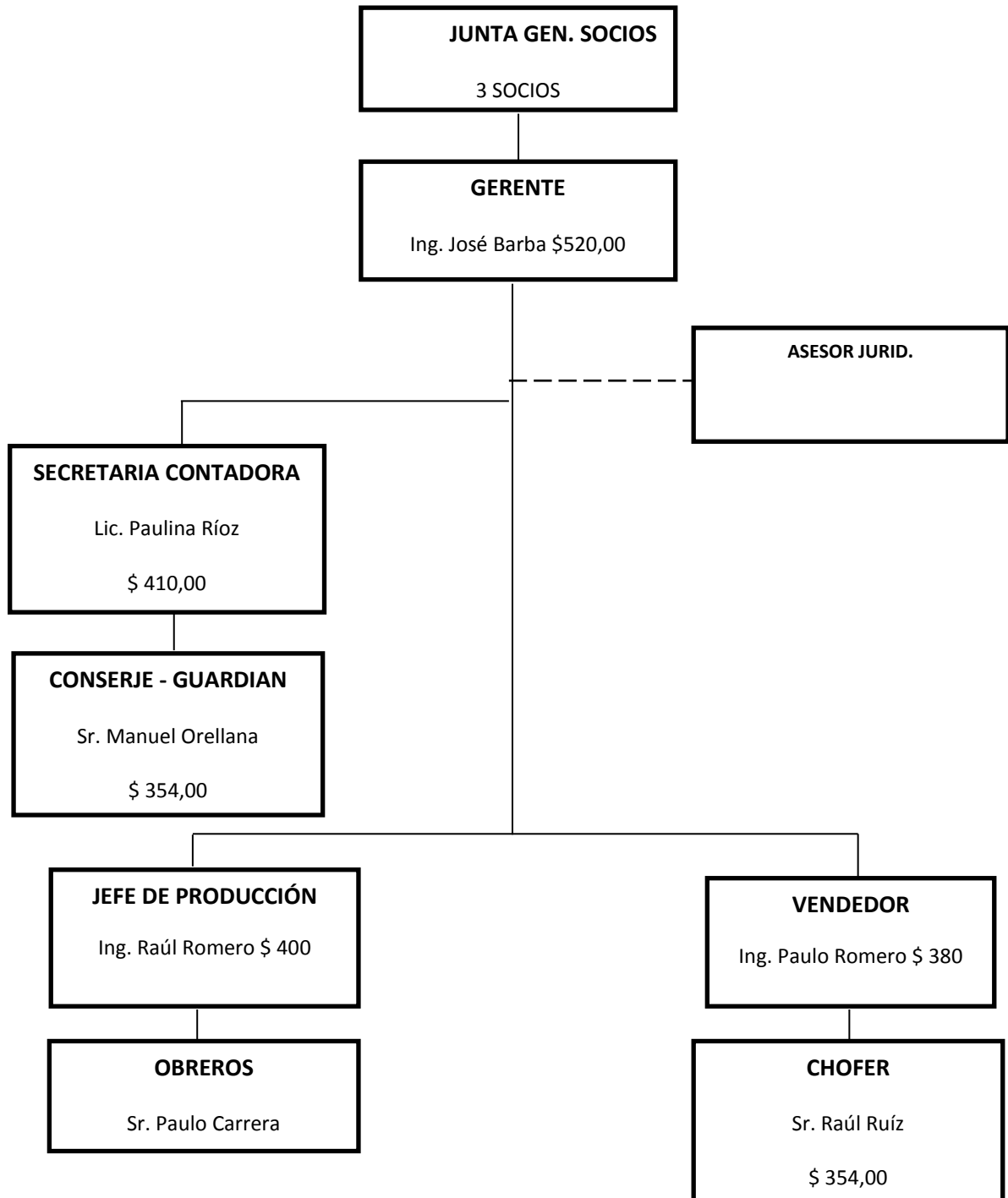
## ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado: Autora

**“BARBA Y CÍA. LITDA.”**

**ORGANIGRAMA POSICIONAL**



## MANUAL DE FUNCIONES

### MANUAL DE FUNCIONES

El Manual de Funciones debe contemplar la estructura administrativa de las obligaciones y funciones de los socios y personas que conforman la empresa.

<b>CÓDIGO: 01</b>
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> <i>Gerente</i>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>  Representar legalmente a la compañía y administrar los recursos para cumplir con los planes y programas establecidos, con el fin de alcanzar los objetivos empresariales.
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa</li><li>• Planificar las diferentes actividades de la empresa</li><li>• Organizar en forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas</li><li>• Ejecutar los diferentes planes de acción trazados y las disposiciones de la Junta General de Accionistas</li><li>• Controlar la ejecución de los planes para realizar los ajustes correspondientes</li><li>• Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía.</li><li>• Analizar las políticas de venta</li><li>• Controlar la producción de la empresa</li></ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</b>  Supervisar y controlar las actividades bajo su mando, así como las actividades de la empresa, usando su criterio profesional para la solución de los problemas inherentes a su cargo
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>  Título:           Ingeniero en Administración de Empresas Ing. Comercial  Experiencia: Mínimo dos años en actividades similares



<b>CÓDIGO: 02</b>
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> <i>Asesor Jurídico</i>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b> Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.</li> <li>• Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.</li> <li>• Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.</li> <li>• Participar en procesos contractuales.</li> <li>• Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes.</li> <li>• Realizar contratos</li> <li>• Redacción de capitalizaciones de inversiones</li> <li>• Asesoramiento y gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial (marcas, patentes...).</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</b> Se caracterizan por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b> <b>EDUCACIÓN:</b> Título a nivel universitario, Abogado Doctor en Jurisprudencia. <b>EXPERIENCIA:</b> Dos años en funciones similares

**CÓDIGO:** 03

**TÍTULO DE PUESTO:** *Secretaria Contadora*

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Elabora conciliaciones bancarias.
- Elabora roles de pago.
- Registro y mantenimiento de Kárdex de suministros y materiales.
- Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.
- Consolida, revisa y verifica que las facturas se encuentren debidamente legalizadas.
- Archivo, mantenimiento y custodia de los contables diarios.
- Elaborar planillas IESS, SRI.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
- Administración de caja chica.
- Tramitar pedidos u órdenes del jefe
- Enviar y recibir correspondencia de la empresa.
- Mantener la información administrativa al día.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE**

Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Título:** Licenciada/o. Contabilidad y Auditoría

**Experiencia:** Un año en funciones similares

**CÓDIGO: 04**

<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> <i>Vendedor</i>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b> Planificar estrategias de distribución y comercialización del servicio.
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de las ventas del servicio en el mercado local.</li> <li>• Entregar los productos en los lugares convenidos</li> <li>• Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.</li> <li>• Responsabilizarse de la mercadería que le sea asignada.</li> <li>• Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos concernientes a ventas.</li> <li>• Establecer stock mínimos y máximos en bodega.</li> <li>• Promocionar a la empresa a nivel local y provincial.</li> <li>• Mantener contactos con empresas públicas como privadas</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</b> Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta del servicio.
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>  <b>Título:</b> Título en el área de Administración y ventas  <b>Experiencia:</b> Un año en funciones similares

**CÓDIGO: 05**

**TÍTULO DE PUESTO:** *Jefe de Producción*

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

Planificar estrategias de producción.

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Responsable de la producción del producto.
- Realiza las estrategias en el departamento de producción
- Planificar programas, políticas y estrategias de producción.
- Responsabilizarse de la producción diaria.
- Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.
- Establecer stock mínimos y máximos en bodega.
- Encargado del control de calidad.
- Mantener contactos con empresas públicas como privadas

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE**

Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta del servicio.

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Título:** Título de Ingeniero en alimentos

**Experiencia:** Un año en funciones similares

**CÓDIGO:** 06

**TÍTULO DE PUESTO:** *Obreros*

**NATURALEZA DEL TRABAJO**

Ejecutar las actividades referentes al proceso productivo, mantenimiento de máquina e instalaciones así como del almacenamiento del producto final.

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Recepción y selección de materia primas.
- Ejecución del proceso de producción.
- Realizar la limpieza diaria de las máquinas y utensilios que utilizan para el proceso productivo.
- Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.
- Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto.
- Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.
- Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE**

El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción, requiere de alta movilidad y responsabilidad.

**REQUISITOS MÍNIMOS**

**Título:** Bachiller

**Experiencia:** Un año en funciones similares

<b>CÓDIGO:</b> 07
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> <i>Conserje</i>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b> Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado.
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir y cerrar las instalaciones.</li> <li>• Ejecución del proceso de vigilancia.</li> <li>• Realizar la limpieza diaria de las instalaciones.</li> <li>• Ordenar las oficinas.</li> <li>• Efectuar las labores de tramitología interna.</li> <li>• Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.</li> <li>• Las demás que por disposición superior le sean requeridas</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</b> El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de conserjería, requiere de alta movilidad y responsabilidad.
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>  <b>Título:</b> Bachiller  <b>Experiencia:</b> Un año en funciones similares

<b>CÓDIGO: 08</b>
<b>TÍTULO DE PUESTO:</b> <i>Chofer</i>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b> Manejo del vehículo de la empresa.
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conducir el vehículo de la empresa.</li> <li>• Ejecución del proceso de entrega de mercadería.</li> <li>• Realizar el mantenimiento vehicular.</li> <li>• Ordenar las compra.</li> <li>• Efectuar las labores de tramitología interna.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</b> El puesto requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de conserjería, requiere de alta movilidad y responsabilidad.
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>  <b>Título:</b> Chofer profesional  <b>Experiencia:</b> Un año en funciones similares



## **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero determina cuál será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de productos la obtenemos mediante los estudios anteriores, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

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

- ✚ Activos Fijos
- ✚ Activos Intangibles y,
- ✚ Capital de Trabajo

### **ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.**

Se compone por los bienes propiedad de la empresa que no son objeto de sus transacciones comunes, ya que le son indispensables para la realización de su proceso productivo, estos bienes son:

Construcciones y Adecuaciones, maquinaria, mobiliario, herramientas y otros. Se llama fijo por que la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

**CUADRO 31**  
**INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>ANEXO</b>	<b>VALOR</b>
Adecuaciones e instalaciones	7	12.500,00
Maquinaria	8	13.850,00
Vehículo	21	12.000,00
Muebles y equipos de oficina	13	1680
Equipos de computación	19	1.840,00
Imprevistos 5%		2093,5
<b>TOTAL</b>		<b>43.963,50</b>

**Fuente:** Anexos 7, 8, 13 y 19

**Elaboración:** El Autor.

### **ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.**

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

**CUADRO 32**  
**ACTIVOS DIFERIDOS**

CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elaboración del Proyecto	900	900
Gastos Organizativos	300	300
Permiso de funcionamiento	250	250
Patente	200	200
Imprevistos 5%		82,5
	<b>TOTAL</b>	<b>1.732,50</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** El Autor.

**ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Son los que debe realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones o inicio de las operaciones hasta que alcance un funcionamiento adecuado durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

En nuestro proyecto el capital de operación corresponderá la adquisición de materia prima, materiales directos, mano de obra directa, gastos administrativos y ventas, gastos de fabricación gastos financieros y amortizaciones.

Para este proyecto se establecerá el capital de operación para un mes, puesto que luego de haber transcurrido este período se empezará a generar ingresos por ventas.

### CUADRO 33

#### INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE (un mes)

CONCEPTO	ANEXO	VALOR TOTAL
Mano de obra directa	5	533,81
Mano de obra indirecta	6	533,81
Materia prima directa	3	960,86
Sueldos ventas	18	985,29
Materiales indirectos	4	179,64
Suministros de oficina	14	9,93
Sueldos administrativos	12	1.707,53
Arriendo	20	350
Publicidad y propaganda	16	80
Servicios básicos	10, 11 y 15	121,64
Mantenimiento	22	40
Suministros de operación	9	20,79
Imprevistos 5 %		276,17
<b>TOTAL</b>		<b>5.799,47</b>

Fuente: Anexos

Elaboración: El Autor

#### INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria.

#### RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones se muestra en los cuadros expuestos a continuación:

**CUADRO 34**  
**INVERSIÓN TOTAL**

DESCRIPCIÓN	ANEXO O CUADRO	VALOR USD	%
<b><u>ACTIVOS FIJOS:</u></b>			
Adecuaciones e instalaciones	7	12.500,00	
Maquinaria	8	13.850,00	
Vehículo	21	12.000,00	
Muebles y equipos de oficina	13	1680	
Equipos de computación	19	1.840,00	
Imprevistos 5%		2093,5	
Subtotal:		<b>43.963,50</b>	85,37
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS:</u></b>			
Elaboración del Proyecto	22	900	
Gastos Organizativos	22	300	
Permiso de funcionamiento	22	250	
Patente	22	200	
Imprevistos 5%	22	82,5	
Subtotal:		<b>1.732,50</b>	3,36
<b><u>CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)</u></b>	Anexo 3		
Mano de obra directa	5	533,81	
Mano de obra indirecta	6	533,81	
Materia prima directa	3	960,86	
Sueldos ventas	18	985,29	
Materiales indirectos	4	179,64	
Suministros de oficina	14	9,93	
Sueldos administrativos	12	1.707,53	
Arriendo	20	350	
Publicidad y propaganda	16	80	
Servicios básicos	10, 11 y 15	121,64	
Mantenimiento	22	40	
Suministros de operación	9	20,79	
Imprevistos 5 %		276,17	11,26
Subtotal:		<b>5.799,47</b>	
<b>TOTAL:</b>		<b>51.495,47</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Cuadros N° 31, 32 y 33

**Elaboración:** El Autor

## **FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

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

### **a. FUENTES INTERNAS**

El 41,74% del total de la inversión y que corresponde a 21.495,47 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

### **b. FUENTES EXTERNAS**

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Fomento, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 58,26% que corresponde a 30.000 dólares a 5 años plazo al 15% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

**CUADRO 35****FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Crédito	30.000,00	58,26%
Capital social	21.495,47	41,74%
<b>TOTAL:</b>	<b>51.495,47</b>	<b>100,00%</b>

**ELABORACIÓN:** El Autor

**CUADRO 36****AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>CAPITAL:</b>	30.000,00	<b>PAGO:</b>	SEMESTRAL	
<b>INTERÉS:</b>	15,00%			
<b>TIEMPO:</b>	5 AÑOS			
<b>SEMESTRES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>CAPITAL RED.</b>
0				30.000,00
1	3.000,00	2.250,00	5.250,00	27.000,00
2	3.000,00	2.025,00	5.025,00	24.000,00
3	3.000,00	1.800,00	4.800,00	21.000,00
4	3.000,00	1.575,00	4.575,00	18.000,00
5	3.000,00	1.350,00	4.350,00	15.000,00
6	3.000,00	1.125,00	4.125,00	12.000,00
7	3.000,00	900,00	3.900,00	9.000,00
8	3.000,00	675,00	3.675,00	6.000,00
9	3.000,00	450,00	3.450,00	3.000,00
10	3.000,00	225,00	3.225,00	0,00

**FUENTE:** Banco de Fomento

**ELABORACIÓN:** El Autor

## **PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

### **PRESUPUESTO DE COSTOS**

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, se comienza desglosando los rubros parciales, de manera parecida pero no idéntica a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que aquí se utilizará es estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, como lo exponemos en el cuadro 37.



**CUADRO N° 37: PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS DIEZ AÑOS**

<b>COSTO PRIMO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Materia Prima Directa	11.530,26	11.789,69	12.054,96	12.326,20	12.603,53	12.887,11	13.177,07	13.473,56	13.776,71	14.086,69
Materiales Indirectos	2.155,72	2.204,22	2.253,82	2.304,53	2.356,38	2.409,40	2.463,61	2.519,04	2.575,72	2.633,68
Mano de Obra Directa	11.389,98	11.646,25	11.908,30	12.176,23	12.450,20	12.730,33	13.016,76	13.309,64	13.609,10	13.915,31
<b>Total costo primo</b>	<b>25.075,96</b>	<b>25.640,17</b>	<b>26.217,07</b>	<b>26.806,96</b>	<b>27.410,11</b>	<b>28.026,84</b>	<b>28.657,45</b>	<b>29.302,24</b>	<b>29.961,54</b>	<b>30.635,67</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
Mano de Obra Indirecta	6.405,71	6.549,84	6.697,21	6.847,90	7.001,97	7.159,52	7.320,61	7.485,32	7.653,74	7.825,95
Depreciación de Maquinaria y Equipo	1.246,70	1.246,70	1.246,70	1.246,70	1.246,70	1.246,70	1.246,70	1.246,70	1.246,70	1.246,70
Depreciación de instalaciones	562,50	562,50	562,50	562,50	562,50	562,50	562,50	562,50	562,50	562,50
Suministros de producción	244,70	250,21	255,84	261,59	267,48	273,50	279,65	285,94	292,38	298,95
Amortización de activos diferidos	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25
Imprevistos 5%	431,64	439,12	446,77	454,60	462,60	470,77	479,14	487,69	496,43	505,37
<b>Total carga proceso de fabricación</b>	<b>9.064,50</b>	<b>9.221,62</b>	<b>9.382,27</b>	<b>9.546,54</b>	<b>9.714,50</b>	<b>9.886,24</b>	<b>10.061,84</b>	<b>10.241,40</b>	<b>10.425,00</b>	<b>10.612,72</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos Administrativos	20.490,32	20.951,35	21.422,76	21.904,77	22.397,63	22.901,57	23.416,86	23.943,74	24.482,47	25.033,33
Depreciación de muebles y enseres	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20
Suministros de oficina	119,18	121,86	124,60	127,41	130,27	133,20	136,20	139,27	142,40	145,60
Depreciación de vehículo	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Depreciación equip. De computación	592,91	592,91	592,91	592,91	592,91	592,91	592,91	592,91	592,91	592,91
Mantenimiento vehicular	480,00	490,80	501,84	513,13	524,68	536,49	548,56	560,90	573,52	586,42
Arriendo	4.200,00	4.294,50	4.391,13	4.489,93	4.590,95	4.694,25	4.799,87	4.907,86	5.018,29	5.131,20
Servicios Básicos	1.459,68	1.492,52	1.526,10	1.560,44	1.595,55	1.631,45	1.668,16	1.705,69	1.744,07	1.783,31
Imprevistos 5%	1.428,66	1.458,76	1.489,53	1.520,99	1.553,16	1.586,05	1.619,69	1.654,08	1.689,24	1.725,20
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>30.001,95</b>	<b>30.633,90</b>	<b>31.280,07</b>	<b>31.940,78</b>	<b>32.616,35</b>	<b>33.307,13</b>	<b>34.013,44</b>	<b>34.735,65</b>	<b>35.474,11</b>	<b>36.229,18</b>
<b>VENTAS</b>										
Personal de ventas	11.823,45	12.089,48	12.361,49	12.639,62	12.924,02	13.214,81	13.512,14	13.816,16	14.127,03	14.444,88
Publicidad y propaganda	960,00	981,60	1.003,69	1.026,27	1.049,36	1.072,97	1.097,11	1.121,80	1.147,04	1.172,85
Imprevistos 5%	639,17	653,55	668,26	683,29	698,67	714,39	730,46	746,90	763,70	780,89
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>13.422,62</b>	<b>13.724,63</b>	<b>14.033,44</b>	<b>14.349,19</b>	<b>14.672,04</b>	<b>15.002,17</b>	<b>15.339,71</b>	<b>15.684,86</b>	<b>16.037,77</b>	<b>16.398,62</b>
<b>FINANCIEROS</b>										
Intereses por préstamo	4.275,00	3.375,00	2.475,00	1.575,00	675,00					
<b>Total gastos financieros</b>	<b>4.275,00</b>	<b>3.375,00</b>	<b>2.475,00</b>	<b>1.575,00</b>	<b>675,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>81.840,04</b>	<b>82.595,32</b>	<b>83.387,85</b>	<b>84.218,46</b>	<b>85.088,01</b>	<b>86.222,37</b>	<b>88.072,44</b>	<b>89.964,14</b>	<b>91.898,41</b>	<b>93.876,19</b>
<b>Elaboración: El Autor</b>										

## INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de mortadela de cerdo.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica en el cuadro 38, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta ex – fábrica para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 30%, en función a la competencia.

$$C.U. = \text{COSTO TOTAL} / \text{UNIDADES PRODUCIDAS}$$

$$C.U. = 81.840,04 / 36.608$$

$$C.U. = 2,24$$

$$PVP = C.U. + M.U.$$

$$PVP = 2,24 + 0,67$$

$$PVP = 2,91$$

**CUADRO 38**  
**INGRESOS TOTALES**

<b>AÑO</b>	<b>COSTOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>UTILIDAD 30%</b>	<b>P.V.P.</b>	<b>INGRESOS</b>
1	81.840,04	36.608	2,24	0,67	2,91	106.392
2	82.595,32	38.896	2,12	0,64	2,76	107.374
3	83.387,85	41.184	2,02	0,61	2,63	108.404
4	84.218,46	43.472	1,94	0,58	2,52	109.484
5	85.088,01	43.472	1,96	0,59	2,54	110.614
6	86.222,37	43.472	1,98	0,60	2,58	112.089
7	88.072,44	43.472	2,03	0,61	2,63	114.494
8	89.964,14	43.472	2,07	0,62	2,69	116.953
9	91.898,41	43.472	2,11	0,63	2,75	119.468
10	93.876,19	43.472	2,16	0,65	2,81	122.039

**Fuente:** Cuadros Nº 29 y 37

**Elaboración:** El Autor

**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

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

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

**INGRESOS:**

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

**EGRESOS:**

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

**CUADRO Nº 39**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	106.392	107.374	108.404	109.484	110.614	112.089	114.494	116.953	119.468	122.039
( - ) Costo Total	81.840,04	82.595,32	83.387,85	84.218,46	85.088,01	86.222,37	88.072,44	89.964,14	91.898,41	93.876,19
( = ) Utilidad Bruta Ventas	24.552,01	24.778,60	25.016,36	25.265,54	25.526,40	25.866,71	26.421,73	26.989,24	27.569,52	28.162,86
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	3.682,80	3.716,79	3.752,45	3.789,83	3.828,96	3.880,01	3.963,26	4.048,39	4.135,43	4.224,43
( = ) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	20.869,21	21.061,81	21.263,90	21.475,71	21.697,44	21.986,70	22.458,47	22.940,86	23.434,09	23.938,43
( - ) 25% Impuesto a la renta	5.217,30	5.265,45	5.315,98	5.368,93	5.424,36	5.496,68	5.614,62	5.735,21	5.858,52	5.984,61
( = ) Utilidad Liquida ejercicio	15.651,91	15.796,36	15.947,93	16.106,78	16.273,08	16.490,03	16.843,85	17.205,64	17.575,57	17.953,82
( - ) 10% reserva Legal	1.565,19	1.579,64	1.594,79	1.610,68	1.627,31	1.649,00	1.684,39	1.720,56	1.757,56	1.795,38
( = ) Utilidad Neta	<b>14.086,72</b>	<b>14.216,72</b>	<b>14.353,13</b>	<b>14.496,10</b>	<b>14.645,77</b>	<b>14.841,03</b>	<b>15.159,47</b>	<b>15.485,08</b>	<b>15.818,01</b>	<b>16.158,44</b>

**Elaboración: El Autor**

## **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto.

## **COSTOS FIJOS Y VARIABLES.**

### **COSTOS FIJOS.-**

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

## **COSTOS VARIABLES.-**

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

### CUADRO Nº 40 CLASIFICACION DE LOS COSTOS

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
	Materia Prima Directa		11.530,26		12.603,53	
Materia Prima Indirecta		2.155,72		2.356,38		2.633,68
Mano de Obra Directa		11.389,98		12.450,20		13.915,31
<b>Total costo primo</b>		25.075,96		27.410,11		30.635,67
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>						
Mano de Obra Indirecta	6.405,71		7.001,97		7.825,95	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	1.246,70		1.246,70		1.246,70	
Depreciación de instalaciones	562,50		562,50		562,50	
Suministros de producción	244,7		267,48		298,95	
Amortización de activos diferidos	173,25		173,25		173,25	
Imprevistos 5%	431,643		462,60		505,37	
<b>Total carga proceso de fabricación</b>	9.064,50		9.714,50		10.612,72	
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>						
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos Administrativos	20.490,32		22.397,63		25.033,33	
Depreciación de muebles y enseres	151,2		151,2		151,2	
Suministros de oficina	119,18		130,27		145,60	
Depreciación vehículo	1080		1080,00		1080,00	
Depreciación equip. De computación	592,91		592,91		592,91	
Mantenimiento vehicular	480		524,68		586,42	
Arriendo	4200		4590,95		5131,20	
Servicios Básicos		1.459,68		1.595,55		1.783,31
Imprevistos 5%	1.428,66		1.553,16		1.725,20	
<b>Total gastos administrativos</b>	28.542,27	1.459,68	31.020,80	1.595,55	34.445,87	1.783,31
<b>VENTAS</b>						
Personal de ventas	11.823,45		12.924,02		14.444,88	
Publicidad y propaganda	960		1.049,36		1.172,85	
Imprevistos 5%	639,1725		698,67		780,89	
<b>Total gastos de ventas</b>	13.422,62		14.672,04		16.398,62	
<b>FINANCIEROS</b>						
Intereses por préstamo	4.275,00		675			
<b>Total gastos financieros</b>	4.275,00		675			
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>						
<b>COSTOS TOTALES</b>	55.304,40	26.535,64	56.082,34	29.005,67	61.457,21	32.418,99
Elaboración: El Autor						



## AÑO 1

### MATEMÁTICAMENTE:

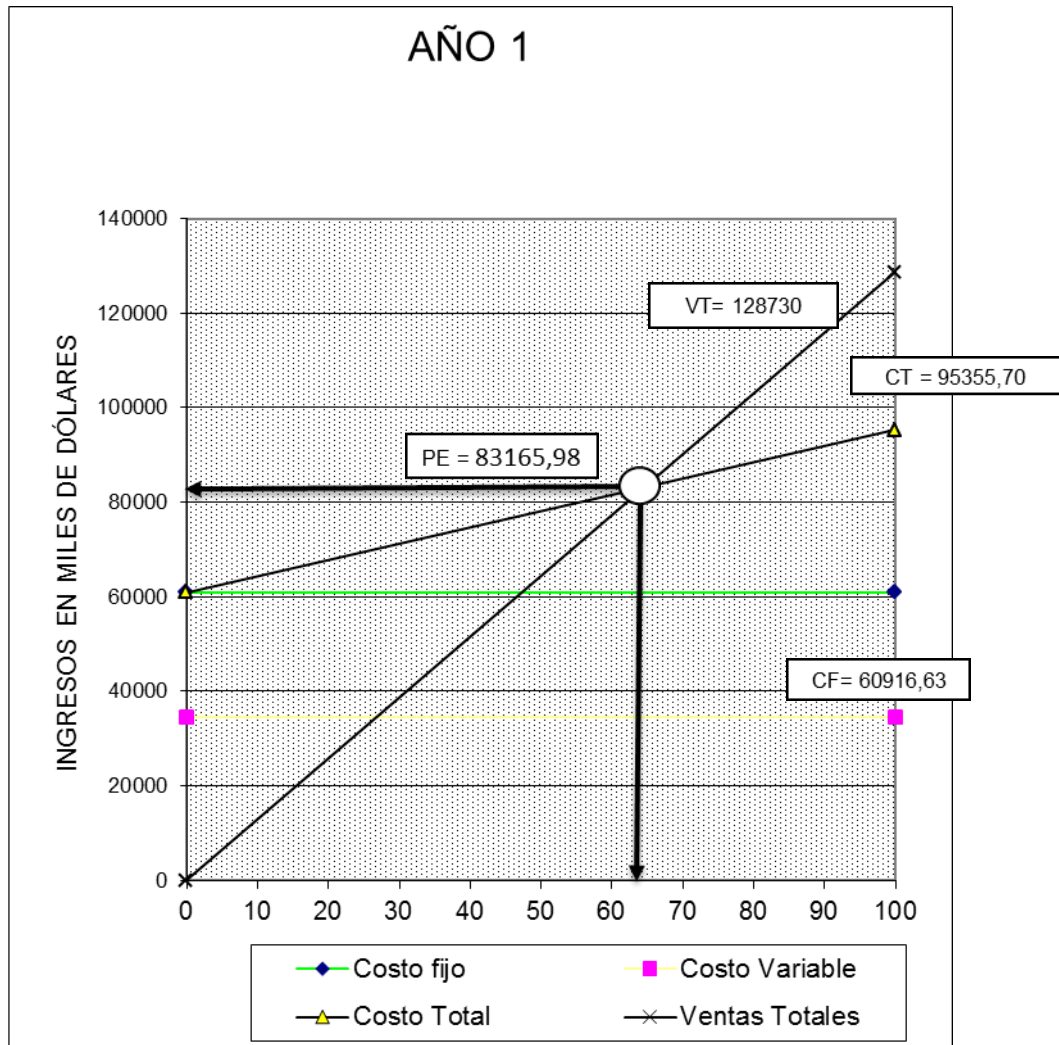
#### \* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{56304,40}{106392,00 - 26535,64} * 100 = \mathbf{70,51\%}$$

#### \* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{56304,40}{1 - \frac{26535,64}{106392,00}} = \mathbf{75013,91}$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



**ELABORACION:** El Autor

**ANÁLISIS:** El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 64,60% y con un ingreso en las ventas de 83165,98 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

## AÑO 5

### MATEMÁTICAMENTE:

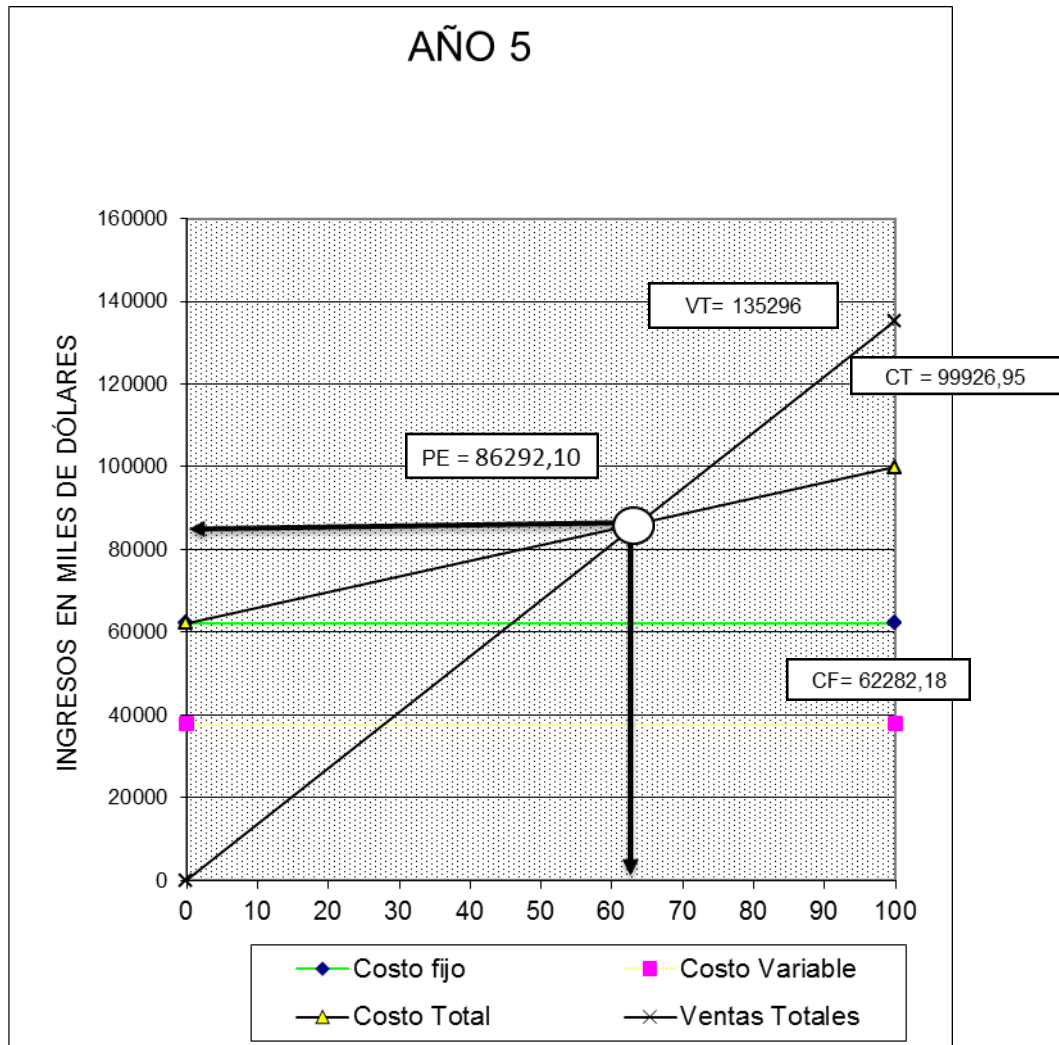
#### \* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{62282,18}{135296,00 - 37644,77} * 100 = \mathbf{63,78\%}$$

#### \* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{62282,18}{1 - \frac{37644,77}{135296,00}} = \mathbf{86292,10}$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



**ELABORACION:** El Autor

**ANÁLISIS:** El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 63,78% y con un ingreso en las ventas de 86292,10 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

## AÑO 10

### MATEMÁTICAMENTE:

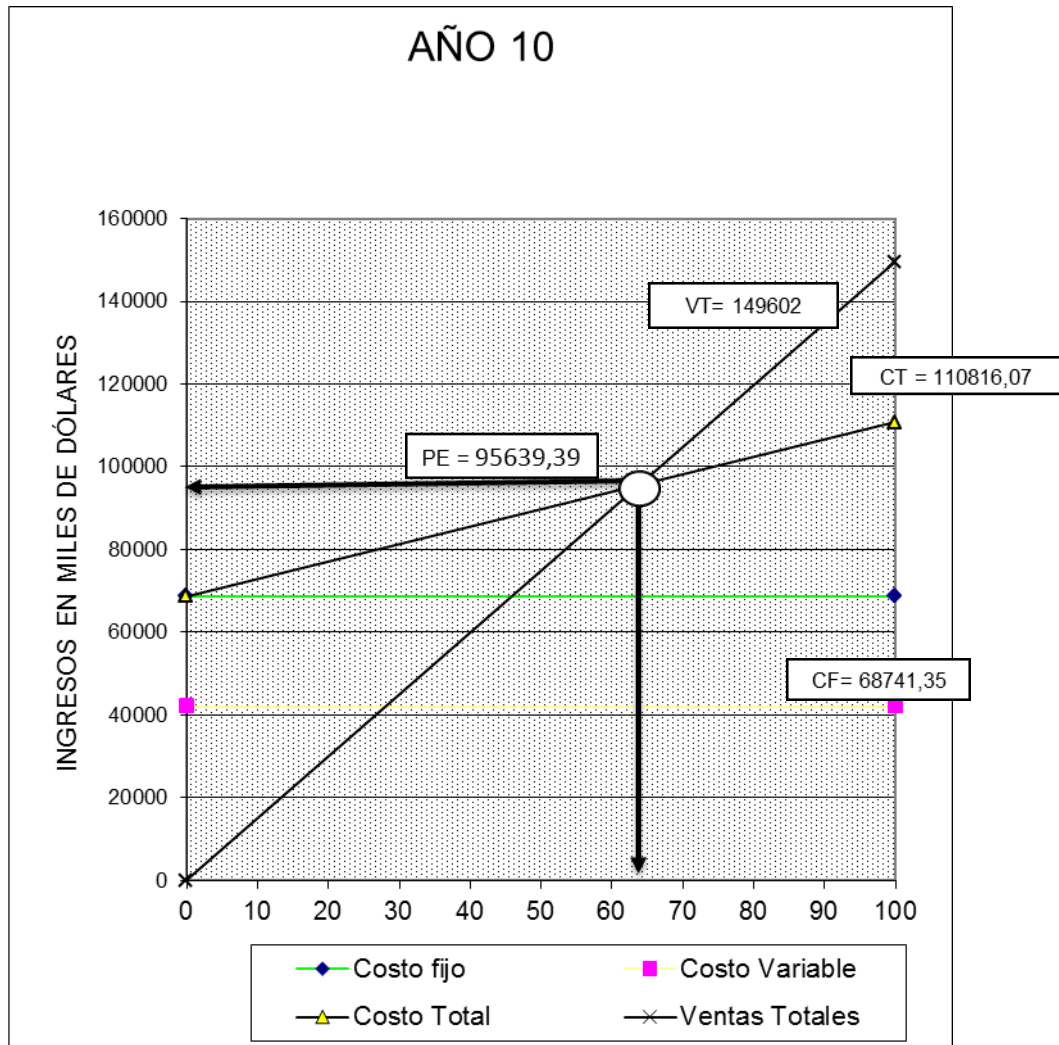
#### \* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{68741,35}{149602,00 - 42074,72} * 100 = \mathbf{63,93\%}$$

#### \* PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{68741,35}{1 - \frac{42074,72}{149602,00}} = \mathbf{95639,39}$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



**ELABORACION:** El Autor

**ANÁLISIS:** El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 63,93% y con un ingreso en las ventas de 95639,39 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde

## **EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

### **FLUJO DE CAJA**

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

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

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro 41 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

**Cuadro 41**  
**FLUJO DE CAJA**

<b>AÑOS / DETALLES</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>INGRESOS</b>											
Capital propio	21495,47										
Préstamo Bancario	30000										
Ventas		106392,05	107373,92	108404,21	109484,00	110614,41	112089,08	114494,18	116953,39	119467,93	122039,05
Valor Residual				613,27			654,11			692,11	1295
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>51495,47</b>	<b>106.392,05</b>	<b>107.373,92</b>	<b>109.017,48</b>	<b>109.484,00</b>	<b>110.614,41</b>	<b>112.743,19</b>	<b>114.494,18</b>	<b>116.953,39</b>	<b>120.160,04</b>	<b>123.334,05</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	43963,5										
Activo Diferido	1732,5										
Activos circulantes	5799,47										
Costo de Producción		81.840,04	82.595,32	83.387,85	84.218,46	85.088,01	86.222,37	88.072,44	89.964,14	91.898,41	93.876,19
Reinversiones					2.644,35			3.124,00			3358
Amortización de capital		2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>51495,47</b>	<b>84.340,04</b>	<b>85.095,32</b>	<b>85.887,85</b>	<b>89.362,81</b>	<b>87.588,01</b>	<b>88.722,37</b>	<b>93.696,44</b>	<b>92.464,14</b>	<b>94.398,41</b>	<b>99.734,19</b>
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		22.052,01	22.278,60	23.129,63	20.121,19	23.026,40	24.020,82	20.797,73	24.489,24	25.761,63	23.599,86
(-) 15% Utilidad Trabajadores		3307,80	3341,79	3469,44	3018,18	3453,96	3603,12	3119,66	3673,39	3864,24	3539,98
<b>UTILIDAD ANT. IMPUESTO</b>		<b>18.744,21</b>	<b>18.936,81</b>	<b>19.660,18</b>	<b>17.103,01</b>	<b>19.572,44</b>	<b>20.417,70</b>	<b>17.678,07</b>	<b>20.815,86</b>	<b>21.897,39</b>	<b>20.059,88</b>
( - ) 22% Impuesto a la renta		4123,73	4166,10	4325,24	3762,66	4305,94	4491,89	3889,18	4579,49	4817,43	4413,17
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>		<b>14.620,48</b>	<b>14.770,71</b>	<b>15.334,94</b>	<b>13.340,35</b>	<b>15.266,50</b>	<b>15.925,80</b>	<b>13.788,90</b>	<b>16.236,37</b>	<b>17.079,96</b>	<b>15.646,71</b>
Amortización Diferidos		240,45	240,45	240,45	240,45	240,45	240,45	240,45	240,45	240,45	240,45
Depreciaciones		3.061,36	3.061,36	3.061,36	3.061,36	3.061,36	3.061,36	3.061,36	3.061,36	3.061,36	3.061,36
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>17.922,29</b>	<b>18.072,52</b>	<b>18.636,75</b>	<b>16.642,16</b>	<b>18.568,31</b>	<b>19.227,61</b>	<b>17.090,71</b>	<b>19.538,18</b>	<b>20.381,77</b>	<b>18.948,52</b>
<b>FUJO NETO DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>17.922,29</b>	<b>18.072,52</b>	<b>18.636,75</b>	<b>16.642,16</b>	<b>18.568,31</b>	<b>19.227,61</b>	<b>17.090,71</b>	<b>19.538,18</b>	<b>20.381,77</b>	<b>18.948,52</b>



## **VALOR ACTUAL NETO.**

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

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

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

**CUADRO 42**

**VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>
0	51.495,47		
1	17.922,29	0,869565217	15.584,60
2	18.072,52	0,756143667	13.665,42
3	18.636,75	0,657516232	12.253,97
4	16.642,16	0,571753246	9.515,21
5	18.568,31	0,497176735	9.231,73
6	19.227,61	0,432327596	8.312,63
7	17.090,71	0,37593704	6.425,03
8	19.538,18	0,326901774	6.387,07
9	20.381,77	0,284262412	5.793,77
10	18.948,52	0,247184706	4.683,78
			91.853,21
			51.495,47
			<b>40.357,74</b>

$$\text{VAN} = \Sigma \text{FNA} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$\text{VAN} = 91.853,21 - 51.495,47$$

$$\text{VAN} = \mathbf{40.357,74}$$

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

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

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

**CUADRO 43**

### PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FACTOR ACUMULADO
0	( 51495,47 )		
1		17.922,29	
2		18.072,52	35.994,81
3		18.636,75	54.631,57
4		16.642,16	71.273,72
5		18.568,31	89.842,04
6		19.227,61	109.069,65
7		17.090,71	126.160,36
8		19.538,18	145.698,54
9		20.381,77	166.080,31
10		18.948,52	185.028,82
		185.028,82	

$$\text{PRC} = \frac{\text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}}{1}$$

$$\text{PRC} = \frac{2 + \frac{51495,47 - 18072,52}{18636,75}}{1}$$

$$\text{PRC} = 3,79$$

	<b>3 Años</b>
<b>0,79 * 12 =</b>	<b>9 Meses</b>
<b>0,52 * 30 =</b>	<b>11 Días</b>

**Análisis :** El capital se recupera en 3 años, 9 meses y 11 día

## TASA INTERNA DE RETORNO

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

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

#### CUADRO 44

##### TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 33,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 34,00%	VAN MAYOR
0			51.495,47		51.495,47
1	17.922,29	0,7518796992	13.475,41	0,7462686567	13.374,85
2	18.072,52	0,5653230821	10.216,81	0,5569169080	10.064,89
3	18.636,75	0,4250549490	7.921,64	0,4156096328	7.745,61
4	16.642,16	0,3195901872	5.318,67	0,3101564424	5.161,67
5	18.568,31	0,2402933738	4.461,84	0,2314600317	4.297,82
6	19.227,61	0,1806717097	3.473,89	0,1727313669	3.321,21
7	17.090,71	0,1358433907	2.321,66	0,1289040052	2.203,06
8	19.538,18	0,1021378878	1.995,59	0,0961970188	1.879,51
9	20.381,77	0,0767954043	1.565,23	0,0717888200	1.463,18
10	18.948,52	0,0577409055	1.094,10	0,0535737463	1.015,14
			<b>349,37</b>		<b>-968,51</b>

$$TIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$\text{TIR} = 33 + 1,00 \left( \frac{349,37}{1317,88} \right)$$

$$\text{TIR} = 33 + 1,00 ( 0,27 )$$

$$\text{TIR} = 33 + 0,27 ($$

$$\text{TIR} = 33,27 \%$$

## RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.30) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.35 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

**CUADRO 45**

**RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 15,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	81840,04	0,8695652174	71165,25	106392,05	0,8695652174	92514,83
2	82595,32	0,7561436673	62453,93	107373,92	0,7561436673	81190,11
3	83387,85	0,6575162324	54828,87	108404,21	0,6575162324	71277,53
4	84218,46	0,5717532456	48152,18	109484,00	0,5717532456	62597,83
5	85088,01	0,4971767353	42303,78	110614,41	0,4971767353	54994,91
6	86222,37	0,4323275959	37276,31	112089,08	0,4323275959	48459,20
7	88072,44	0,3759370399	33109,69	114494,18	0,3759370399	43042,60
8	89964,14	0,3269017738	29409,44	116953,39	0,3269017738	38232,27
9	91898,41	0,2842624120	26123,26	119467,93	0,2842624120	33960,24
10	93876,19	0,2471847061	23204,76	122039,05	0,2471847061	30166,19
			428.027,47			556.435,71

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

$$R (B/C) = \frac{556435,71}{428027,47}$$

$$R (B/C) = 1,30 \quad \text{Dólares}$$

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

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

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 12.95% en los costos y una disminución del 9.95% en los ingresos.

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

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.



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

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 12,95% y en un 9,95%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

**FÓRMULAS:**

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

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

**Cuadro 46**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 12,95 %**

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	12,95%	ORIGINAL	NETO	24,00%	MENOR	25,00%	MAYOR
0						51.495,47		51.495,47
1	81.840,04	92.438,33	106.392,05	13.953,73	0,8064516129	11.253,01	0,8000000000	11.162,98
2	82.595,32	93.291,42	107.373,92	14.082,50	0,6503642040	9.158,76	0,6400000000	9.012,80
3	83.387,85	94.186,58	108.404,21	14.217,63	0,5244872613	7.456,97	0,5120000000	7.279,43
4	84.218,46	95.124,75	109.484,00	14.359,25	0,4229735978	6.073,58	0,4096000000	5.881,55
5	85.088,01	96.106,90	110.614,41	14.507,51	0,3411077401	4.948,62	0,3276800000	4.753,82
6	86.222,37	97.388,17	112.089,08	14.700,91	0,2750868872	4.044,03	0,2621440000	3.853,76
7	88.072,44	99.477,83	114.494,18	15.016,35	0,2218442639	3.331,29	0,2097152000	3.149,16
8	89.964,14	101.614,50	116.953,39	15.338,89	0,1789066644	2.744,23	0,1677721600	2.573,44
9	91.898,41	103.799,25	119.467,93	15.668,68	0,1442795681	2.260,67	0,1342177280	2.103,01
10	93.876,19	106.033,16	122.039,05	16.005,89	0,1163544904	1.862,36	0,1073741824	1.718,62
						<b>1.638,04</b>		<b>-6,91</b>
$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 24,00 + 1,00 \left( \frac{1638,04}{1644,95} \right) = 25,00 \%$								
Diferencias TIR =	<i>Tir Proyecto - Nueva Tir</i>			33,27	- 25,00 =	8,27 %		
Porcentaje de variación =	<i>Diferencia. Tir / Tir del proyecto</i>			8,27	/ 33,27 =	24,86%		
<b>Sensibilidad =</b>	<i>Porcentaje de variación / Nueva Tir</i>			24,86	/ 25,00 =	<b>0,9945</b>		

**Cuadro 47**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 9,95 %**

PERIODO	COSTO	INGRESO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	9,95%	ORIGINAL	NETO	24,00%	MENOR	25,00%	MAYOR
0						51.495,47		51.495,47
1	81.840,04	95.806,04	106.392,05	13.966,00	0,8064516129	11.262,91	0,8000000000	11.172,80
2	82.595,32	96.690,22	107.373,92	14.094,89	0,6503642040	9.166,81	0,6400000000	9.020,73
3	83.387,85	97.617,99	108.404,21	14.230,14	0,5244872613	7.463,53	0,5120000000	7.285,83
4	84.218,46	98.590,34	109.484,00	14.371,88	0,4229735978	6.078,93	0,4096000000	5.886,72
5	85.088,01	99.608,28	110.614,41	14.520,27	0,3411077401	4.952,98	0,3276800000	4.758,00
6	86.222,37	100.936,22	112.089,08	14.713,85	0,2750868872	4.047,59	0,2621440000	3.857,15
7	88.072,44	103.102,01	114.494,18	15.029,56	0,2218442639	3.334,22	0,2097152000	3.151,93
8	89.964,14	105.316,52	116.953,39	15.352,38	0,1789066644	2.746,64	0,1677721600	2.575,70
9	91.898,41	107.580,87	119.467,93	15.682,46	0,1442795681	2.262,66	0,1342177280	2.104,86
10	93.876,19	109.896,16	122.039,05	16.019,97	0,1163544904	1.864,00	0,1073741824	1.720,13
						<b>1.684,78</b>		<b>38,39</b>
$\text{NTIR} = T_m + D_t \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right) = 24,00 + 1,00 \left( \frac{1684,78}{1646,39} \right) = \mathbf{25,02 \%}$								
Diferencias	TIR	=		<i>Tir Proyecto - Nueva Tir</i>		33,27	- 25,02	= 8,24 %
Porcentaje de variación	=			<i>Diferencia. Tir / Tir del proyecto</i>		8,24	/ 33,27	= 24,78%
<b>Sensibilidad</b>	=			<i>Porcentaje de variación / Nueva Tir</i>		24,78	/ 25,02	= <b>0,9901</b>

## **h) CONCLUSIONES**

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalo las siguientes:

- ✓ Después de haber realizado el estudio de mercado, he demostrado que existe una demanda que es no atendida en el cantón Palora de la provincia de Morona Santiago
  
- ✓ El estudio de mercado realizado en el Cantón Palora, determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.
  
- ✓ Nuestra provincia no cuenta con empresas que se dediquen a esta actividad.
  
- ✓ La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la provincia antes citada para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 33.185 libras de carne de cerdo de los cuales la empresa atenderá el 99% es decir 25.344 libras de carne de cerdo.

- ✓ El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.
- ✓ La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 40.357,74 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.
- ✓ Para el presente proyecto la TIR es 33,27%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.
- ✓ El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 3 años, 9 meses y 11 días.
- ✓ Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 12,95% y disminuidos en un 9,95%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.
- ✓ En cuanto a los objetivos planteados que indica que es factible la implementación de una empresa productora de mortadela de cerdo en el cantón Palora de la Provincia de Morona Santiago,

fue comprobada, y adicionalmente debemos indicar que cada uno de los objetivos planteados en el proyecto de investigación fueron desarrollados en el trabajo.

## **i) RECOMENDACIONES**

Al término del trabajo de investigación es prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Para que la producción de mortadela de cerdo tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo.
  
- La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación existente en nuestra ciudad y provincia.
  
- La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente.
  
- 
  
- Al presente producto por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia con productos provenientes de otras provincias, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en la propuesta de comercialización.

## j) BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. Norma S.A., 1991.
- ✓ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 2da. Edic., 1994.
- ✓ BELL, Martín L., Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias., Edit. Continental S.A., México., 1971.
- ✓ BOLTEN, Steven., Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.
- ✓ DAVALOS ARCENALES, Nelson., Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría., Tomo II., 1990.
- ✓ FOLLETO., El Comercio Fronterizo Peruano Ecuatoriano., Características y Perspectivas.
- ✓ GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
- ✓ GOXENS, Antonio y GOXENS, María de los Angeles., Biblioteca Práctica de Contabilidad., Vol. 4., Ed. Grupo Océano.
- ✓ KOLHER, Eric., Diccionario para Contadores., Edit. Limusa S.A., México., 1992.



- ✓ LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia.**, McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.
- ✓ MOORE, Franklin., **Administración de la Producción.**, Edit. Diana S.A., México., 1977.
- ✓ NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico.**, México D.F., Diciembre., 1968.
- ✓ OROZCO, José., **Contabilidad General.**, Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 1986.
- ✓ REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas.**, Edit. Limusa., México., 1982.
- ✓ ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas.**, Edit. Océano., Barcelona-España.
- ✓ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía.**, Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
- ✓ VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada.**, 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.
- ✓ VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas.**, Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
- ✓ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía.**, Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.

- ✓ VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada.**, 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.
  
- ✓ VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas.**, Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.

## **k) ANEXOS**

### **ANEXO Nº 1**

#### **FICHA RESUMEN**

##### **TEMA.**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE MORTADELA DE CARNE DE CERDO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN PALORA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO

##### **PROBLEMÁTICA**

La elaboración de mortadela es un factor determinante que busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto que permite observar la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

En la localidad del Cantón Palora se encuentran empresas que no manejan proyectos de inversión, por la misma razón no tienen conocimiento del estudio técnico, y sus problemas centrales radican en la producción.

La industria de la producción de cárnicos se encuentra en pleno crecimiento. Es esencial para el funcionamiento de la economía de nuestro país

El Ecuador es un país que se caracteriza por el consumo de productos cárnicos como es el consumo de la mortadela.

No hay producción de mortadela en la localidad por la razón que no existe ninguna empresa que se dedique a producir este producto debido a la falta de asesoramiento técnico, mano de obra tecnicada, temor al alto riesgo económico, intereses personales y no grupales, falta de estudios de factibilidad en este campo, etc.

En el mercado se encuentran productos con costos elevados

Tener un local especializado para la venta de mortadela.

De estos productos cárnicos, la mortadela, es el producto escogido para el estudio de factibilidad. Está compuesta por una mezcla de carne de cerdo y gordura de cerdo finalmente picada, embutidos en una tripa natural como vejiga o sistémica como celofán fibrosa o poliamida.

Refiriéndose a la provincia de Morona Santiago, podemos manifestar que es una de las provincias que más se dedican a la ganadería.

Considerando que en el cantón sí existe la materia prima necesaria para la implementación de una microempresa destinada a la producción y comercialización de productos cárnicos.

Pocas agrupaciones han emprendido con este tipo de proyectos, sin embargo, por problemas internos, falta de recursos y apoyo de entidades financieras y gubernamentales y especialmente por no realizar estudios técnicos y lograr una buena ubicación de su planta han postergado su actividad.

La implementación de una empresa es esencial para el funcionamiento de la economía de nuestro cantón, ya que además es una generadora de empleo, directo, esto ayudara a que se sean aprovechados de la mejor manera todos los productos necesarios existentes dentro del cantón en la elaboración y comercialización de mortadela de carne de cerdo.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

Determinar el estudio de Factibilidad para la elaboración de mortadela de cerdo y su comercialización en el cantón Palora en la provincia de Morona Santiago

### **Objetivos Específicos**

- Determinar un estudio de mercado, para establecer la oferta y la demanda de la mortadela, para poder definir el sistema de comercialización.
- Realizar un estudio técnico, para determinar la localización y el tamaño del proyecto.
- Realizar un estudio administrativo, organizacional y legal de la futura microempresa, con el fin establecer su modelo organizacional y constitución legal de la misma.
- Determinar el estudio económico para determinar la correcta utilización de fondos para la realización de la empresa.

-Evaluar los estados financieros, para determinar a través de los indicadores TIR, VAN, B/C, PRC y análisis de sensibilidad, para determinar la viabilidad de la empresa.

## **METODOLOGÍA**

### **Métodos**

Para desarrollar el presente proyecto será necesario la aplicación de los distintos métodos, técnicas e instrumentos que nos proporciona la investigación científica.

**Método científico.-** Me permitirá conocer la realidad del problema a investigar, la factibilidad o no para la creación de una microempresa en la localidad realizando una evaluación del proyecto.

Este método permitirá recolectar un conjunto de procedimientos ordenados y lógicos sobre la sustentación científica para un trabajo investigativo como es en nuestro caso el marco teórico.

**Método sintético.-** Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen.

Se utilizara para llegar a comprender la esencia del mismo, conocer sus aspectos y relaciones básicas en una perspectiva de totalidad.

**Método histórico.-** Este método me permitirá conocer datos históricos y describirlos o analizarlos lo que fue, o sea los hechos, las personas, las

ideas, etc., del pasado, conocer la evolución y desarrollo de otras empresas similares.

En este método se utilizará la localización y recopilación de las fuentes documentales, que son la materia prima del trabajo del historiador.

**Método inductivo.-** consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

Este Método me permitirá partir del análisis de los casos y situaciones de carácter particular para luego llegar a determinar la conclusión de carácter general. Investigación de leyes científicas, y las demostraciones.

### **Técnicas**

**La observación.-** Es una técnica que consiste en observar atentamente, el fenómeno, hecho o caso, tomar información registrados para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella apoyaremos para obtener el mayor número de datos.

**Encuesta.-** La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales nos será de vital importancia para el desarrollo de la investigación. Se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los diferentes mercados

segmentados de nuestro cantón a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.



## ANEXO Nº 2

### MODELO DE LA ENCUESTA



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

#### 1.- ¿Cuáles son sus ingresos promedio?

Marque con una(X) la respuesta que se ajuste a sus ingresos

- |             |        |
|-------------|--------|
| 1 – 300     | (    ) |
| 301 – 500   | (    ) |
| 501 – 800   | (    ) |
| 801 – 1000  | (    ) |
| 1001 – 1100 | (    ) |
| Más de 1100 | (    ) |

#### 2. ¿Consume Ud. Mortadela?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI        (    )

NO        (    )

#### 3. ¿En su alimentación diaria consume Ud. mortadela?

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI        (    )

NO        (    )

**4. ¿En la localidad conoce alguna fabrica productora y comercializadora de mortadela?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI ( )

NO ( )

**5. ¿Con que frecuencia compra Ud. mortadela?**

Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente

Diario ( )

Semanal ( )

Mensual ( )

**6. ¿Cuántas libras de mortadela compra semanalmente para el consumo familiar?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

2 libras ( )

3 libras ( )

5 libras ( )

10 libras ( )

**7. ¿Cuál es el precio que paga por este producto?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

\$ 2.00 ( )

\$ 2.50 ( )

\$ 3.00 ( )

**8. ¿Qué opina de la calidad de la mortadela que usted consume?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

EXCELENTE ( )

BUENA ( )

REGULAR ( )

MALA ( )

**9. ¿Al adquirir la mortadela en qué presentación usted lo prefiere?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Tacos de 1 libra ( )

Fileteada ( )

En libras

( )

**10. ¿Qué es lo que más le gusta al momento de comprar Mortadela?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Calidad ( )

Precio ( )

Presentación ( )

Trato al cliente ( )

**11. ¿Cuántos miembros de su familia consumen mortadela?**

**12. ¿Cuál de las marcas de Mortadela es de su preferencia?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

Europea ( )

- Plumrose ( )
- Don Diego ( )
- Ibérica ( )
- Sin Marca ( )

**13. ¿De qué carne usted prefiere consumir la mortadela?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

- Carene de cerdo ( )
- Carne de res ( )

**14. ¿Dónde adquiere o le gustaría adquirir la mortadela para su consumo o el de su familia?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente en ambas circunstancias según corresponda.

ADQUIERE ACTUALMENTE	LE GUSTARÍA ADQUIRIR
Mercados ( )	Supermercados ( ) Tiendas ( )

**15. ¿Qué es lo que más le llama la atención de este producto?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

- a) Presentación ( )
- b) Tamaño ( )
- c) Logotipo e imagen ( )
- d) Color ( )

**16. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?**

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

**Radio** ( )

•Aventura ( )

•Súper Tropicana ( )

•Bandida ( )

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

Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente

SI ( )

NO ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO Nº 3**  
**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/UNIT.</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Carne Magra de Cerdo	1.214,00	2,40	2.913,60	242,8
Tocino fresco	517	1,24	641,08	53,423333
Tocino salado (panceta)	748	1,24	927,52	77,293333
Carne de vacuno	814	2,20	1.790,80	149,23333
Tripa	214	1,01	216,14	18,011667
Salitre	614	1,24	761,36	63,446667
Condimento para mortadela	341	0,95	323,95	26,995833
Sal	961	2,31	2.219,91	184,9925
Fécula de maíz	1.345	1,20	1.614,00	134,5
Harina mandioca	106	1,15	121,90	10,158333
<b>TOTAL</b>			11.530,26	960,86

**Fuente:** Ing. Paulo Coello Ruíz, Ingeniero en alimentos ( almacén Central, Quito)

**Elaboración:** El Autor

**ANEXO Nº 3.A**

**PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,25</b>
1	11.530,26
2	11.789,69
3	12.054,96
4	12.326,20
5	12.603,53
6	12.887,11
7	13.177,07
8	13.473,56
9	13.776,71
10	14.086,69

#### ANEXO Nº 4

#### PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Bolsas plásticas para embutidos	8.458	0,24	2.029,92	169,16
Hilo	3.145	0,04	125,80	10,4833333
<b>TOTAL</b>			<b>2.155,72</b>	<b>179,64</b>

FUENTE: Importadoras Locales y Nacionales

ELABORACIÓN: El Autor

#### ANEXO Nº 4.A

#### PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	2.155,72
2	2.204,22
3	2.253,82
4	2.304,53
5	2.356,38
6	2.409,40
7	2.463,61
8	2.519,04
9	2.575,72
10	2.633,68

## ANEXO Nº 5

### PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	Obreros
<b>REMUNERACIONES</b>	
Salario Básico	354
13º Sueldo	29,33
14º Sueldo	29,33
Aporte Patronal (11.15%)	45,79
IECE (0.50%)	1,76
SECAP (0.50%)	1,7
Vacaciones	14,67
<b>Total</b>	<b>474,58</b>
Número de empleados	2
<b>Total Mensual</b>	<b>949,17</b>
<b>Total Anual</b>	<b>11.389,98</b>

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 5.A

### PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	11.389,98
2	11.646,25
3	11.908,30
4	12.176,23
5	12.450,20
6	12.730,33
7	13.016,76
8	13.309,64
9	13.609,10
10	13.915,31



## ANEXO Nº 6

### PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	Jefe de Producción
<b>REMUNERACIONES</b>	
Salario Básico	400
13º Sueldo	33,33
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (11.15%)	51,48
IECE (0.50%)	2
SECAP (0.50%)	2
Vacaciones	16,67
<b>Total</b>	<b>533,81</b>
Número de empleados	1
<b>Total Mensual</b>	<b>533,81</b>
<b>Total Anual</b>	<b>6.405,71</b>

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 6.A

### PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	6.405,71
2	6.549,84
3	6.819,69
4	7.100,66
5	7.393,21
6	7.697,81
7	8.014,96
8	8.345,18
9	8.689,00
10	9.046,98

## ANEXO Nº 7

### PRESUPUESTO DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Adec. e Instalaciones	m <sup>2</sup>	100,00	125,00	12.500,00
				12.500,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 7. A

### DEPRECIACIÓN DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

$$= 12.500 \times 0,1$$

$$= 1.250$$

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

$$= (12.500 - 1.250) / 20$$

$$= 562,50$$

## ANEXO Nº 8

### PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Picadora automática para carne	2	2.500,00	5.000,00
Embutidora Hidráulica automática al vacío	1	3.200,00	3.200,00
Máquina embutidora industrial	1	5.000,00	5.000,00
Estufa con tina de cocción	1	650,00	650,00
<b>TOTAL</b>			13.850,00

FUENTE: Almacenes Locales y Nacionales

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 8.A

### DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

**Método: Línea Recta**

Valor residual = Valor Total x 10%

$$= 13.850 \times 0,1$$

$$= 1.385$$

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

$$= (13.850 - 1.385) / 10$$

$$= 1.246,50$$

## ANEXO Nº 9

### PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL	VALOR MENSUAL
Guantes	36	1,80	64,80	5,4
botas	4	32,00	128,00	10,67
Overoles	6	6,90	41,40	3,45
Mascarillas	6	1,75	10,50	0,875
<b>TOTAL</b>			244,70	20,39

**FUENTE:** Almacenes de la ciudad

**ELABORACIÓN:** El Autor

## ANEXO Nº 9.A

### PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	244,70
2	250,21
3	255,84
4	261,59
5	267,48
6	273,50
7	279,65
8	285,94
9	292,38
10	298,95

## ANEXO Nº 10

### PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	CANT. (Kw./h)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de energía eléctrica	1845	0,016	29,52	354,24
				354,24

FUENTE: Empresa Eléctrica

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 10.A

### PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	354,24
2	362,21
3	370,36
4	378,69
5	387,21
6	395,93
7	404,83
8	413,94
9	423,26
10	432,78

## ANEXO Nº 11

### PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT. M 3</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>VAL. MENS.</b>	<b>VAL. ANUAL</b>
Consumo de agua				
potable	410	0,0426	17,47	209,59
				209,59

**FUENTE:** Empresa Municipal de Agua Potable

**ELABORACIÓN:** El Autor

## ANEXO Nº 11.A

### PROYECCIÓN POR CONSUMO DE AGUA POTABLE

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,25</b>
1	209,59
2	214,31
3	219,13
4	224,06
5	229,10
6	234,25
7	239,52
8	244,91
9	250,42
10	256,06

## ANEXO Nº 11

### AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1139,25	113,93	1.025,33
2	1.025,33	113,93	911,40
3	911,40	113,93	797,48
4	797,48	113,93	683,55
5	683,55	113,93	569,63
6	569,63	113,93	455,70
7	455,70	113,93	341,78
8	341,78	113,93	227,85
9	227,85	113,93	113,93
10	113,93	113,93	0,00

**FUENTE:** Cuadros Nº 19

**ELABORACIÓN:** El Autor

## ANEXO Nº 12

### PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	Gerente	Secretaria Contadora	Conserje Guardián	TOTAL
<b>REMUNERACIONES</b>				
Salario Básico	520	410	354	
13º Sueldo	43,33	34,17	29,33	
14º Sueldo	29,33	29,33	29,33	
Aporte Patronal (11.15%)	66,08	52,80	45,79	
IECE (0.50%)	2,6	2,05	1,76	
SECAP (0.50%)	2,6	1,9	1,7	
Vacaciones	21,67	17,08	14,67	
<b>Total</b>	<b>685,62</b>	<b>547,33</b>	<b>474,58</b>	
Número de empleados	1	1	1	
<b>Total Mensual</b>	<b>685,62</b>	<b>547,33</b>	<b>474,58</b>	<b>1707,53</b>
<b>Total Anual</b>	<b>8.227,39</b>	<b>6.567,94</b>	<b>5.694,99</b>	<b>20490,32</b>

**FUENTE:** La Tablita 2015

**ELABORACIÓN:** El Autor

## ANEXO Nº 12.A

### PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	20.490,32
2	20.951,35
3	21.422,76
4	21.904,77
5	22.397,63
6	22.901,57
7	23.416,86
8	23.943,74
9	24.482,47
10	25.033,33

## ANEXO Nº 13

### PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	280,00	280,00
Sillón tipo gerente	1	180,00	180,00
Escritorio tipo Secretaria	1	220,00	220,00
Silla giratoria	1	80,00	80,00
Sillas	12	25,00	300,00
Archivadores	2	160,00	320,00
Estantes	2	150,00	300,00
Total:			1.680,00

**FUENTE:** Almacenes de la ciudad

**ELABORACIÓN:** El Autor



## ANEXO Nº 13.A

### DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

= 1.680 x 0,1

= 168

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

= (1.680 – 168) / 10

= 151,20

## ANEXO Nº 14

### PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Papel bond	3000	0,008	24	2,00
Papel copia	1500	0,003	4,5	0,38
Lápices	100	0,35	35	2,92
Esferográficos	100	0,50	50	4,17
Otros 5%			5,68	0,47
Total			119,18	9,93

**FUENTE:** Almacenes de la ciudad

**ELABORACIÓN:** El Autor

#### ANEXO Nº 14.A

#### PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE OFICINA

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,25</b>
1	119,18
2	121,86
3	124,60
4	127,41
5	130,27
6	133,20
7	136,20
8	139,27
9	142,40
10	145,60

#### ANEXO Nº 15

#### PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN PARA CONSUMO TELEFÓNICO

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Consumo teléfono	540	45,00
Total	540,00	45,00

FUENTE: CNT

ELABORACIÓN: El Autor

#### ANEXO Nº 15 A

#### PROYECCIÓN POR CONSUMO TELEFÓNICO

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,25</b>
1	540,00
2	552,15
3	564,57
4	577,28
5	590,26
6	603,55
7	617,13
8	631,01
9	645,21
10	659,73

## ANEXO Nº 16

### PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD CUÑAS	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Radio Súper Tropicana	4	50,00	600,00
Hojas volantes	1000	30,00	360,00
			960,00

FUENTE: Medios de comunicación

ELABORACIÓN: El Autor

## ANEXO Nº 16.A

### PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	960,00
2	981,60
3	1003,69
4	1026,27
5	1049,36
6	1072,97
7	1097,11
8	1121,80
9	1147,04
10	1172,85

**ANEXO N° 18**

**PRESUPUESTO DE PERSONAL DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	Vendedor	Chofer	TOTAL
<b>REMUNERACIONES</b>			
Salario Básico	380	354	
13° Sueldo	31,67	29,33	
14° Sueldo	29,33	29,33	
Aporte Patronal (11.15%)	49,17	45,79	
IECE (0.50%)	1,9	1,76	
SECAP (0.50%)	2,6	1,9	
Vacaciones	15,83	14,67	
<b>Total</b>	<b>510,50</b>	<b>474,78</b>	
Número de empleados	1	1	
<b>Total Mensual</b>	<b>510,50</b>	<b>474,78</b>	<b>985,29</b>
<b>Total Anual</b>	<b>6.126,06</b>	<b>5.697,39</b>	<b>11823,45</b>

FUENTE: La Tablita 2015

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO N° 18 A**

**PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	11.823,45
2	12.089,48
3	12.361,49
4	12.639,62
5	12.924,02
6	13.214,81
7	13.512,14
8	13.816,16
9	14.127,03
10	14.444,88

## ANEXO N° 19

### PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadora	2	820,00	1.640,00
Impresora matricial	1	120,00	120,00
Impresora tinta	1	80,00	80,00
Total:			1.840,00

**FUENTE:** Almacenes de la ciudad

**ELABORACIÓN:** El Autor

## ANEXO N° 19.A

### DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 33.33%

= 1.840 x 0,3333

= 613,272

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

= (1.840 – 61,272) / 3

= 592,91

## ANEXO N° 20

### PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN PARA ARRIENDO

DENOMINACIÓN	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Arriendo local	4.200,00	350,00
Total	4.200,00	350,00

## ANEXO N° 20 A

### PROYECCIÓN POR CONSUMO TELEFÓNICO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 2,25
1	4200,00
2	4294,50
3	4391,13
4	4489,93
5	4590,95
6	4694,25
7	4799,87
8	4907,86
9	5018,29
10	5131,20

## ANEXO N° 21

### PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Camioneta Hiunday	1	12000,00	12.000,00
Total:			12.000,00

**FUENTE:** Almacenes Hiunday

**ELABORACIÓN:** El Autor

## ANEXO Nº 19.A

### DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

Método: Línea Recta

Valor residual = Valor Total x 10%

$$= 12.000 \times 0,10$$

$$= 1.200$$

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

$$= (12.000 - 1.200) / 10$$

$$= 1.080$$

## ANEXO Nº 22

### PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DENOMINACIÓN	CANT	AL. MENSUA	VAL. TOTAL
Mantenimiento 4%	1	40,00	480,00
Total:			480,00

**FUENTE:** Almacenes Hiunday

**ELABORACIÓN:** El Autor

**ANEXO Nº 22 A**

**PROYECCIÓN MANTENIMIENTO**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL INC. 2,25</b>
1	480,00
2	490,80
3	501,84
4	513,13
5	524,68
6	536,49
7	548,56
8	560,90
9	573,52
10	586,42



## INDICE

Caratula	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización de Tesis	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
a. Título	1
b. Resumen	2
Abstract	5
c. Introducción	7
d. Revisión de Literatura	10
e. Materiales y Métodos	48
f. Resultados	53
g. Discusión	70
h. Conclusiones	165
i. Recomendaciones	166
j. Bibliografía	169
k. Anexos	172
Índice	202