



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**La Universidad Técnica Particular de Loja  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PROCESAMIENTO Y  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN EL  
CANTÓN LIMÓN INDANZA A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE LA  
EMPRESA “CARNICOS DOMINOS S.A” 2008**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**AUTORA: LEIDY CATALINA GUZMÁN GÓMEZ**

**DIRECTOR: Ing. MEDARDO ÁNGEL VANEGAS VILLA**

**CENTRO UNIVERSITARIO:**

**LIMON INDANZA**

**2009**

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Leidy Catalina Guzmán Gómez, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja, que en su parte pertinente textual dice: "Formar parte del Patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos, técnicos y tesis de grados que se realice a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad.

Leidy C. Guzmán G.

C.I. 140040037-8

Ing. Medardo A. Vanegas Villa

CATEDRÁTICO DE LA ESCUELA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.

**CERTIFICA**

Haber revisado y corregido la Tesis “Plan de Negocios para el Procesamiento y Comercialización de productos cárnicos en el cantón Limón Indanza a través de la creación de la empres CÁRNICOS DOMINÓS S.A.”, de la egresada de la Escuela de Ingeniería en Administración de Empresas, Leidy Catalina Guzmán Gómez, previo al título de ingeniero por cual autorizo su presentación para el análisis, calificación y sustentación correspondiente.

Limón Indanza, Julio del 2009

-----  
Medardo Vanegas Villa  
DIRECTOR DE TESIS

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar quiero agradecer a Dios por darme la vida y las fuerzas para realizar este trabajo.

A mis padres, quienes han sido el pilar fundamental para realizar este propósito. A mis hermanos, en especial a Fernando quien sin escatimar esfuerzos me ha sabido brindar su apoyo y consejos para avanzar en este trabajo.

A mis profesores, quienes han sido ejemplo de profesionalidad y en el transcurso de estos cinco años han estado dispuestos a brindar su apoyo y ayuda en las dificultades que he tenido.

Un agradecimiento especial a mi director de tesis, el ingeniero Medardo Vanegas, quien ha apoyado con sus sabios conocimientos, ha guiado en el proceso de investigación para la realización de esta tesis y ha brindado todas las facilidades para su culminación.

## DEDICATORIA

*El presente trabajo está dedicado:  
A mi hijo, Diego Alexander,  
por ser mi fuerza, templanza,  
y por quien me he sacrificado  
incondicionalmente.*

## INDICE

<b>CAPÍTULO I: SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL ECUADOR.....</b>	
	<b>.....2</b>
1.1 FACTOR ECONÓMICO.....	2
1.2 FACTOR POLÍTICO.....	5

1.3 FACTOR SOCIO-CULTURAL.....	8
1.4 FACTOR LEGAL.....	10
1.5 FACTOR TECNOLÓGICO.....	11
1.6 FACTOR AMBIENTAL.....	13
1.7 LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN LA ZONA.....	14

## **CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....17**

2.1 SITUACIÓN COMPETITIVA.....	17
2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	22
2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	25
2.4 METODOLOGÍA.....	26
2.5 ESTUDIO DE MERCADO.....	26
2.6 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	27
2.7 SEGMENTO DE MERCADO.....	28
2.8 ANÁLISIS DE DATOS.....	31

## **CAPÍTULO III: LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO.....52**

3.1. Factores que determinan la localización.....	52
3.2 Factores que Determinan el Tamaño.....	54
3.3 Tamaño de la planta.....	55

3.4	Capacidad instalada.....	56
3.5	Capacidad ocupada.....	56
3.6	Programa de Producción.....	57

#### **CAPITULO IV: INGENIERÍA DEL PROYECTO.....59**

4.1	EL PRODUCTO.....	59
4.2	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	59
4.3	NECESIDADES DEL PROYECTO.....	69
4.4	PLAN DE PRODUCCIÓN.....	76

#### **CAPITULO V: ORGANIZACIÓN Y MARCO LEGAL DE LA EMPRESA...78**

5.1	Tipo de empresa.....	78
5.2.	Marca.....	79
5.3.	Logotipo.....	80
5.4.	Slogan.....	80
5.5	Recurso Humano (organización).....	80

#### **CAPITULO VI: ESTUDIO ECONÓMICO.....94**

6.1 INVERSIONES.....	94
6.2 INGRESOS.....	95
6.3 COSTOS.....	96
6.4 COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	99
6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	101

### **CAPITULO VII: EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....105**

7.1 BALANCE GENERAL.....	105
7.2 ESTADO DE RESULTADOS.....	106
7.3 FLUJO DE CAJA.....	108

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....112**

<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>115</b>

### **RESUMEN EJECUTIVO**

El tema de la presente tesis consiste en la elaboración de un **“Plan de Negocios para la Elaboración y Comercialización de Productos Cárnicos en el Cantón Limón Indanza”**. La decisión de desarrollar este tema se sustenta en lo siguiente: la ausencia de una planta procesadora de productos cárnicos en el cantón Limón Indanza; estudios de mercado demuestran que este

tipo de productos tienen un gran potencial y aceptación entre sus pobladores; al ser el cantón Limón Indanza una zona ganadera por excelencia se puede obtener materia prima de altísima calidad lo que permitiría que nuestros productos sean competitivos en el mercado por precio y calidad; existe mano de obra barata a la que se le puede capacitar fácilmente, lo que permitiría tener un alto rendimiento de la empresa; se generaría nuevas fuentes de trabajo; entre otros factores que se podrán observar a lo largo del presente trabajo.

La ubicación geográfica permitirá que esta planta pueda convertirse en la pionera para la elaboración y distribución de productos cárnicos en la provincia de Morona Santiago y a futuro en otras regiones del país. A continuación se detalla brevemente el contenido de cada uno de los capítulos.

En el **Capítulo I** se explica los factores económicos, políticos, jurídicos, sociales, culturales en el país y específicamente en el cantón que justifican plenamente la elaboración del presente proyecto y su posterior ejecución con resultados positivos para Limón Indanza.

En el **capítulo II**, se parte de un análisis teórico de la investigación del mercado, que nos permite realizar un estudio real sobre la base de cifras que se obtuvieron a través de encuestas realizadas a la población del cantón y de otros estudios de mercado realizados previamente.

En el **capítulo III** se explica la localización y tamaño de la planta que será fijada por algunos factores que condicionan la localización y la capacidad de producción de la unidad productiva, con un programa específico de producción y una proyección de crecimiento para los cinco años posteriores.

En el **capítulo IV**, sobre la ingeniería del proyecto, se describe todo el proceso de la producción de los tres principales productos de la fábrica, entre

ellos mortadela, jamón, vienesa; la infraestructura de la planta; inversión; y, plan de producción.

En el **capítulo V** hace referencia a la organización y marco legal de la empresa como tipo, marca, logotipo, *slogan*, y recursos humanos con una descripción de sus funciones y obligaciones que tienen que cumplir dentro de la empresa.

En el **capítulo VI** explica sobre las inversiones, ingresos, costos tanto fijos como variables, y punto de equilibrio que deberá considerar la empresa en su proceso de producción.

En el **capítulo VII** se detalla la evaluación del proyecto con un balance general, estado de resultados, flujo de caja, que determinará la factibilidad del proyecto.

Con espíritu emprendedor y gente de trabajo se podrá impulsar el crecimiento económico de este cantón de la provincia de Morona Santiago. Este proyecto permitirá que como región dejemos de ser simples proveedores de materia prima y ofrezcamos productos con valor agregado y de alta calidad.

## **1.- TÍTULO**

Plan de Negocios para el Procesamiento y Comercialización de productos cárnicos en el Cantón Limón Indanza a través de la creación de la empresa... "CARNICOS DOMINOS S.A"

## **2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el Cantón Limón Indanza se produce gran cantidad de ganado vacuno<sup>1</sup>, debido a que en esta zona oriental la mayoría de la población se dedica a la cría de estos animales; y como resultado se obtiene un producto de muy buena calidad y en cantidad suficiente para satisfacer toda la demanda interna del cantón (la cual es reducida) e incluso sacarla a mercados cercanos de alta demanda.

La carne obtenida de la cría no es aprovechada correctamente debido a que en el lugar no existen lugares especializados para su faenamiento, tan sólo hay una tercena privada que se ha convertido en un monopolio, la cual genera un intercambio injusto y perjudicial para ofertantes y demandantes del producto. La ubicación geográfica es otro factor que desfavorece la comercialización justa del producto. Adicionalmente, contribuye al problema la poca preparación académica y cultural de la gente que se dedica a la agricultura y ganadería, que no sabe aprovechar correctamente este recurso y no lo explotan de una manera eficiente y beneficiosa para sus economías.

La realidad existente, provoca que el costo de la carne y sus derivados en este sector de la Provincia de Morona Santiago sea bajo y exista un exceso de producción, lo que deriva en una salida del producto vivo hacia los grandes mercados regionales y nacionales como Cuenca, Guayaquil, Ambato y otros lugares del país para que sean procesados. El cantón tiene más de 50 años de creación y sus habitantes siempre han sido ganaderos por excelencia; sin embargo quienes más se han aprovechado de esta actividad han sido los intermediarios que se dedican a la compra-venta de ganado de manera informal, ya que al realizar una actividad de este tipo en primer lugar evaden impuestos y muchas veces existen abusos a los ganaderos en época de abundancia, debido al poder de negociación que poseen

---

<sup>1</sup> Conefa

estos comerciantes. Por otra parte, los perjudicados no solo son los productores de la carne que obligadamente tienen que venderla a precios muy bajos, sino los mismos pobladores de la zona que demandan el producto y sus derivados ya procesados, porque tienen que pagar un precio alto e injusto, situación generada por la existencia del monopolio ya mencionado anteriormente.

**En definitiva el problema radica en el ineficiente uso y destino de toda la producción de carne de vaca generada en el Cantón Limón Indanza.**

### **3.- JUSTIFICACIÓN**

A través de la realización de este trabajo se pretende crear una empresa encargada del procesamiento y comercialización de la carne de vaca y sus derivados con métodos eficientes que contribuyan a la generación de las máximas utilidades para sus socios; y que para este caso ya existen muchas personas interesadas en el negocio. Es muy importante también poder ofrecer al mercado un producto de alta calidad y con precios justos; de tal manera que se generen relaciones sólidas y duraderas entre proveedores y clientes con la empresa. Para ello el proyecto propondrá el uso de tecnología adecuada para el procesamiento y comercialización de productos cárnicos con mayores cuidados y mejor higiene, logrando así el bienestar y la salud de los pobladores del cantón Limón Indanza.

Existe un amplio grupo de ganaderos interesados en ofertar su producto para el procesamiento y elaboración de derivados cárnicos; lo cual constituye un paso muy importante para la puesta en marcha del negocio, ellos necesitan el apoyo de personas con conocimientos que les colaboren la parte técnica de este proceso.

Finalmente, la ejecución del proyecto favorecerá a gran parte de la población del cantón ya que se generarán fuentes de trabajo, se permitirá la inversión de capitales locales que se encuentran improductivos, el aprovechamiento de los recursos ganaderos que existen en la zona, pero sobretodo el desarrollo de relaciones comerciales justas tanto para criadores de ganado que recibirán el pago justo por su producto así como para los consumidores finales de la carne y sus derivados que evitarán el abuso y exageración de precios por parte del monopolio local existente.

#### **4.- OBJETIVOS**

##### **Objetivo General**

Desarrollar un Plan de Negocios para el procesamiento y comercialización de productos cárnicos en el cantón Limón Indanza a través de la creación de la empresa “**CARNICODOMINOS S.A**”, que guíe la ejecución del negocio.

##### **Objetivos Específicos**

1. Realizar una investigación de mercados que permita conocer la oferta y demanda de productos cárnicos en el cantón Limón Indanza de tal manera que se reconozcan las necesidades de los potenciales clientes, de tal manera que puedan ser satisfechas de manera eficiente y se cumplan sus expectativas.
2. Determinar los canales óptimos de comercialización de los productos cárnicos en el cantón Limón Indanza.
3. Organizar a la empresa de la forma más conveniente y diseñar un sistema administrativo óptimo y factible que

permita cumplir los objetivos planteados en el corto, mediano y largo plazo.

4. Realizar el estudio económico y financiero del negocio a través del empleo de herramientas técnicas, de tal forma que se facilite la implementación y ejecución del proyecto.

# CAPITULO I

## SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL ECUADOR

### **CAPÍTULO I**

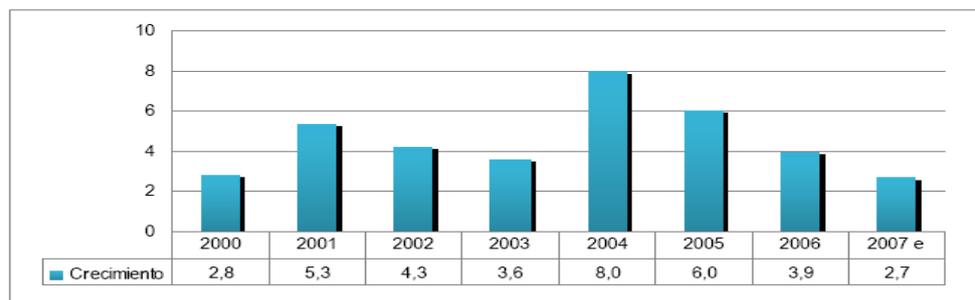
#### **1. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL ECUADOR**

La situación socioeconómica del entorno implica un análisis de factores macro cuya realidad influye en el desarrollo de la industria de cualquier sector económico.

## 1.1 FACTOR ECONÓMICO

### PIB

**Gráfico # 1.1 Tasa de crecimiento (%) anual del PIB**



Fuente: BCE

Elaboración: FLACSO<sup>2</sup>

Durante los últimos tres años el crecimiento de la economía del país ha tendido a la baja. Para el año actual se espera que llegue a un 4,25%.

### PIB por actividad económica

Ramas de actividad	Años	2002	2003	2004	2005 (sd)	2006 (p)	2007 (prev)
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)		2,53	4,59	3,23	9,24	8,54	4,63
9. Carnes y pescado elaborado		3,30	14,43	4,41	19,87	15,74	4,50

Fuente: BCE

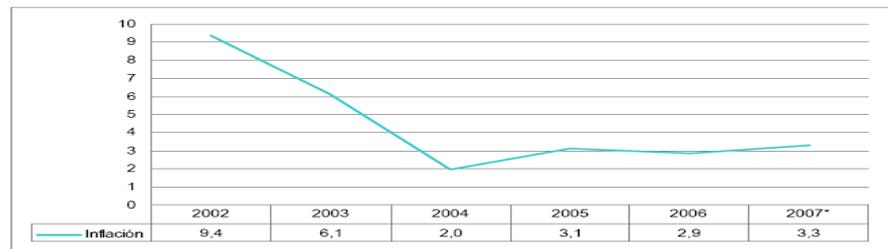
Elaboración: FLACSO<sup>3</sup>

La actividad correspondiente a la manufactura de carnes luego de tener dos años de un muy buen crecimiento (2005-2006), durante el 2007 bajo su productividad.

### Gráfico # 1.2 Inflación (%)

<sup>2</sup> Análisis de Coyuntura Ecuador 2007

<sup>3</sup> Análisis de Coyuntura Ecuador 2007

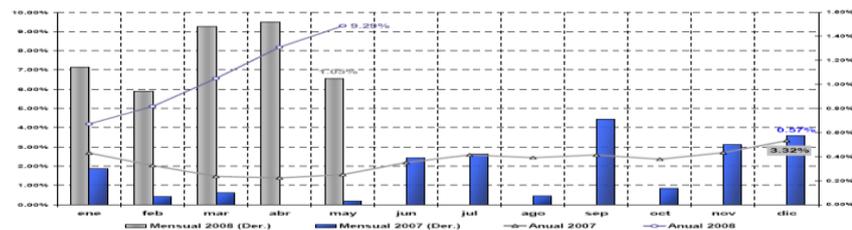


Fuente: BCE

Elaboración: FLACSO<sup>4</sup>

Durante los últimos cuatro años, la inflación se ha mantenido en un nivel estable, alrededor del 3%, debido sobre todo a la estabilidad de la moneda.

### Gráfico # 1.3 Inflación 2008



Fuente y elaboración: BCE<sup>5</sup>

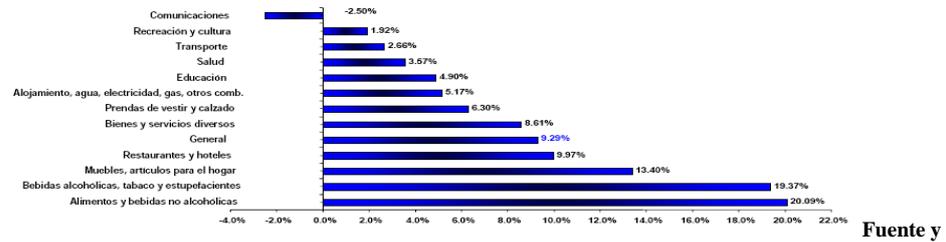
Es importante prestar atención a la inflación del año actual cuyo acumulado hasta el mes de mayo está en 6,28%, por lo que se está convirtiendo en un serio problema para la economía de las familias ecuatorianas.

Por otro lado como se ve en el siguiente gráfico, son los alimentos los que más aportan a ese valor de inflación, su valor anualizado supera el 20%.

### Gráfico # 1.4 Inflación del 20%

<sup>4</sup> Análisis de Coyuntura Ecuador 2007

<sup>5</sup>



elaboración: BCE<sup>6</sup>

## Desempleo y Subempleo

	Quito	Guayaquil	Cuenca	Nacional
<b>SUBEMPLEO</b>				
2005	37,8	55,1	48,7	47,3
2006	42,0	52,5	44,5	47,6
2007 (ene-nov)	44,0	43,1	40,3	43,6
<b>DESEMPLEO</b>				
2005	10,6	11,7	4,1	10,7
2006	10,6	10,8	3,6	10,1
2007	9,4	9,5	4,1	7,1

Fuente:

BCE y INEC

Elaboración: FLACSO<sup>7</sup>

El subempleo se sigue manteniendo en niveles altos, aunque se ha reducido en comparación con años anteriores. De la misma forma, el desempleo para finales del 2007 se ubicó en un 7,1% a nivel nacional.

Gráfico # 1.5 desempleo a nivel nacional



fuentes y elaboración: BCE<sup>8</sup>

Es notable que durante el año actual el desempleo ha conservado ese valor bajo igual al de finales del 2007, ubicándose en niveles del 6%.

6

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf200805.pdf>

<sup>7</sup> Análisis de Coyuntura Ecuador 2007

<sup>8</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)

## **1.2 FACTOR POLÍTICO**

El sistema político ecuatoriano demuestra una total inestabilidad y falta de consensos que no permiten promover el desarrollo y crecimiento económico del país, especialmente en la última década.

Muchas son las características que determinan la inestabilidad política en el Ecuador. Existen problemas estructurales acarreados durante muchos años que han alterado el desenvolvimiento socio-económico de la nación. Los problemas políticos más graves y más relevantes del macroentorno son básicamente:

- Centralización de poder.
- Monopolios de empresas públicas que demuestran poca competitividad y productividad.
- Intereses partidistas, falta de consensos y pugna de poderes.
- Regulaciones excesivas en el campo comercial.
- Política proteccionista e intervención en la economía.
- Debilidad de las instituciones bases del funcionamiento del Estado.
- Prioridad al pago de la deuda externa, dejando la deuda social en segundo plano.
- Corrupción.

Esta inestabilidad política se explica, en parte, por el histórico predominio de gobiernos minoritarios y de congresos altamente fragmentados. Esto dificulta enormemente la creación de coaliciones de gobiernos estables y sólidos y ha provocado, además, que el país viva en una continua campaña electoral marcada por el constante cambio en las alianzas parlamentarias.

### **Asamblea Constituyente**

Actualmente la Asamblea Constituyente instaurada por decreto popular en las elecciones del 15 de Abril del 2007 es el organismo que rige en el Estado. Esta Asamblea instalada el 26 de Noviembre de 2007, cuenta con plenos poderes y tiene el objetivo de redactar una nueva constitución política del Estado; sin embargo, cabe anotar que esta Asamblea está constituida por una mayoría representativa del partido de gobierno (PAIS), lo cual hace prever que no existirá mucha disputa en la discusión y aprobación (parcial) de la Carta Magna; aunque la popularidad de la Asamblea en estas instancias se ha visto notablemente disminuida. Esta situación ha generado una incertidumbre bastante alta en todos los sectores políticos, económicos y sociales del Ecuador, realidad que debe ser tomada con cautela en lo que se refiere a la planificación y ejecución de proyectos.

De acuerdo a un estudio realizado por CEDATOS entre el 28 y 30 de abril de 2008, a una muestra de 1200 hogares en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Portoviejo, con un nivel de confianza del 95% y margen de error de +/- 3.3 %; la situación socio-económica y política se presenta de forma negativa.

## **PERCEPCIÓN SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA**

Según la información obtenida de CEDATOS demuestra que la situación económica del país esté peor el 56% de la población, el 31% opina que sigue igual y el 13% que es mejor.

De igual manera el 94% de la población opina que los precios de los productos han subido, el 5% que es estable y solamente el 1% dice que los precios han bajado.

Respecto del empleo en el Ecuador, el 68% opinan que esta peor que los años anteriores, el 28% que el empleo se mantiene y únicamente el 4% que ha mejorado.

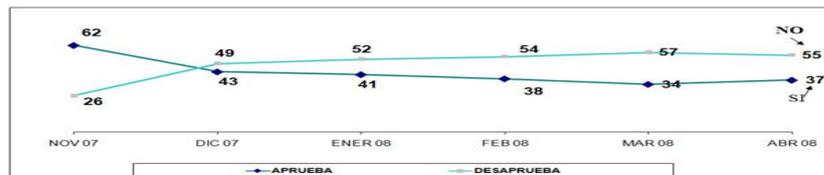
Finalmente, respecto de la tranquilidad en el país, la percepción de la población es que 72% ha disminuido, el 23% se ha mantenido y solo el 5% considera que se ha incrementado.

**Gráfico # 1.6 APROBACIÓN DE LA GESTIÓN DEL PRESIDENTE**



Fuente y elaboración: BCE<sup>9</sup>

**Gráfico # 1.7 APROBACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA ASAMBLEA**



Fuente y elaboración: BCE<sup>10</sup>

Como se observa en las graficas la situación política se encuentra nuevamente en medio de condiciones desfavorables y conflictivas, por lo que la gente está desaprobando en un alto porcentaje la gestión del Presidente y la Asamblea.

En la actualidad existe un creciente número de grupos de interés público que presionan a los funcionarios y a los directivos de las empresas para que presten atención a los derechos de los trabajadores, del consumidor, de la mujer, de los ancianos, de las minorías, de los homosexuales, etc., y muchas empresas han establecido departamentos de asuntos públicos para tratar con estos grupos y problemas.

<sup>9</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)

<sup>10</sup> [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)

### 1.3 FACTOR SOCIO-CULTURAL

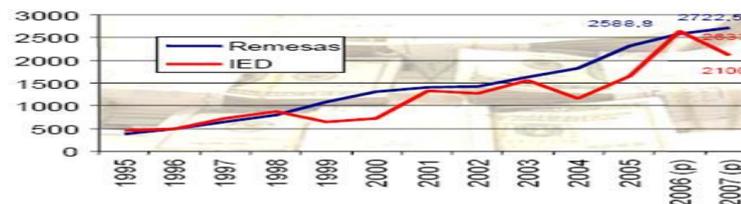
#### Demografía

La población aproximada del Ecuador es 12'156,608 habitantes (Censo INEC, 2001). Aproximadamente el 61% vive en centros urbanos y el 39% en el medio rural. El 49% se concentra en la región de la Costa y el 47% en la región de la Sierra; el resto de la población se reparte entre la región Amazónica y las islas Galápagos.

Tasa de crecimiento de la población:	2,1% (Censo INEC, 2001)
Densidad de población:	48 hab/km <sup>2</sup>
Distribución por sexo:	49,5% masculino; 50,5% femenino
Tasa de fecundidad (número de hijos):	3,39
Tasa de analfabetismo	9% (Censo INEC, 2001)
Pobreza (necesidades básicas insatisfechas)	61,3% (2001)
Extrema pobreza (nec. bás. insatisfechas)	31,9% (2001)
PIB per cápita	\$3.263 (diciembre, 2007)

Gráfico # 1.8 **Evolución de las remesas de los migrantes y la IED (inversión extranjera directa)**

Millones de dólares



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: ECONESTAD S.A.<sup>11</sup>

#### La Sociedad Ecuatoriana

<sup>11</sup> <http://www.econestad.com/informe18.pdf>

Su ubicación en los Andes y al mismo tiempo en el Trópico, ha incidido para que la población ecuatoriana sea étnica y culturalmente rica en diversidad, así como para que las relaciones sociales sean muy complejas y heterogéneas. El Ecuador tiene una gran diversidad cultural que se manifiesta en la existencia de algunas formas de mestizaje, nacionalidades indígenas, comunidades afroecuatorianas y diferentes grupos humanos que interactúan y dependen de la riqueza biológica del país.

Fenómenos como la migración han dejado efectos visibles en la vida de las comunidades, especialmente en los sectores medios y más empobrecidos, puesto que se han fragilizado las familias, han destruido redes sociales de solidaridad y se han generado vacíos de afectividad en la niñez que ha quedado a cargo de parientes y vecinos ante la ausencia paterna y materna.<sup>12</sup>

### **Cultura Ecuatoriana**

Lo común en América Latina es que al interior de cada Estado coexistan diversidad de pueblos cada uno con sus tradiciones culturales propias, siendo, por tanto, la diversidad étnica, la característica de nuestros países. En el Ecuador existen 13 pueblos indígenas que se autodefinen como nacionalidades de raíces ancestrales, y los pueblos negros o afroecuatorianos. Como "Nacionalidad", se hace referencia a la unidad histórica, de lengua, cultura y formas propias de ejercicio social, lo que implica que en una Nación puede existir una diversidad de Nacionalidades, sin afectar su soberanía y su existencia como unidad.<sup>13</sup>

## **1.4 FACTOR LEGAL**

---

<sup>12</sup> [http://www.quito.gov.ec/plan\\_bicentenario/socecu.htm](http://www.quito.gov.ec/plan_bicentenario/socecu.htm)

<sup>13</sup>

[http://www.vicepresidencia.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=31&Itemid=59](http://www.vicepresidencia.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=31&Itemid=59)

Este ambiente se compone de leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión, los cuales influyen y limitan a diversas organizaciones e individuos de la sociedad. El ordenamiento jurídico del Ecuador es un sistema organizado e integrado por ciertos principios generales, que presentan la jerarquía de las leyes dentro del Estado.

### **Pirámide jurídica**

La estructura jurídica del Estado Ecuatoriano está conformada en forma de pirámide de acuerdo a la jerarquía de cada norma, siendo ésta la siguiente:

- I. Constitución
- II. Normas Internacionales
- III. Leyes Orgánicas
- IV. Leyes Ordinarias
- V. Decretos-Leyes
- VI. Decretos
- VII. Estatutos
- VIII. Ordenanzas
- IX. Reglamentos
- X. Resoluciones
- XI. Otros actos de poder público

### **La Constitución**

Es la máxima ley del país; Todas las demás leyes deben sujetarse al contenido de esta ley. Contiene disposiciones generales sobre la economía, la política y los derechos individuales y de la sociedad. También se la denomina Carta Política Fundamental.<sup>14</sup>

### **Las Leyes en las Empresas**

Toda empresa u organización está supeditada a leyes que impulsan, promueven, autorizan, evalúan, vigilan y controlan su funcionamiento. En

---

<sup>14</sup> [www.llacta.org/organiz/coms/com62.htm](http://www.llacta.org/organiz/coms/com62.htm)

primera instancia una empresa de tipo comercial o de servicios tiene como organismo superior a la Superintendencia de Compañías.

### **1.5 FACTOR TECNOLÓGICO**

La tasa de crecimiento de la economía se ve afectada por el número de las nuevas tecnologías que se descubren. Los descubrimientos tecnológicos no surgen con regularidad. La economía puede sufrir estancamientos en el lapso existente entre las principales innovaciones. Toda tecnología trae consecuencias a largo plazo, no siempre predecibles. Las tendencias de la tecnología son:

Ritmo acelerado de los cambios tecnológicos: muchos de los productos que ahora son comunes no existían hace treinta años, muchos de ellos ni siquiera hace diez. Se puede apreciar un impulso acelerado de la invención, la explotación y difusión de nuevas tecnologías.

Oportunidades ilimitadas en cuanto a innovación: en la actualidad, los científicos trabajan en una cantidad impresionante de nuevas tecnologías que revolucionarán nuestros productos y procesos de producción. El desafío no es sólo técnico, sino también comercial, esto es, desarrollar versiones de estos productos prácticamente accesibles.

Presupuestos variables para investigación y desarrollo: una gran parte de la investigación es defensiva más que agresiva. La investigación orientada a lograr hitos de importancia es emprendida con frecuencia por consorcios de empresas y no por compañías independientes.

Mayor control sobre los cambios tecnológicos: en virtud de que los productos se vuelven cada vez más complejos, el público necesita confiar en su seguridad. En consecuencia, las oficinas gubernamentales deben ampliar sus

poderes para investigar y prohibir los productos potencialmente inseguros. Se debe tener en cuenta estos controles al proponer, desarrollar y lanzar nuevos productos.

### **La Tecnología en Ecuador**

Ecuador tiene uno de los niveles más bajos de gasto en investigación y desarrollo (I+D) como porcentaje del PIB y en dólares per cápita. El país gasta menos del 0.1% del PIB en I+D, tres veces menos que Bolivia y Colombia, y seis veces menos que el promedio de la región. El bajo gasto de I+D por parte del sector productivo ecuatoriano denota la gran carencia tecnológica dentro de las empresas. El promedio del sector privado de la región invierte 73 veces más que el sector privado ecuatoriano. Por ejemplo, mientras las empresas colombianas gastaron \$124 millones en I+D, en Ecuador apenas se gastaron \$4.6 millones.

Ecuador está entre los países de América Latina que más regalías y derechos de licencias pagados al exterior adquiere. Sin embargo, no existe evidencia que demuestre que dichos pagos sean por licencias tecnológicas. En importaciones de bienes de capital Ecuador se sitúa en el décimo puesto en América Latina, con dichas importaciones que representan el 21% de las importaciones totales.

La inversión doméstica ha crecido en los últimos años, aunque todavía está muy por debajo de la media de América Latina. Además, Ecuador cada vez recibe más inversión extranjera; en términos per cápita, está noveno en América Latina. No obstante, el gran problema que enfrenta el país es la falta de inversión extranjera directa en sectores no petrolíferos.<sup>15</sup>

### **1.6 FACTOR AMBIENTAL**

---

<sup>15</sup> <http://www.unido.org/doc/35782>

El Ecuador es considerado como el primer país mega-diverso del mundo. Es decir que teniendo en cuenta su extensión, éste alberga mayor cantidad de especies de animales y plantas por km<sup>2</sup>, que el resto de países del mundo. El 18% del territorio del Ecuador está considerado como Área Protegida, con el fin de garantizar y conservar la riqueza natural que existe dentro de estas zonas.

Tres de las diez "zonas calientes" del mundo (zonas de separación de la corteza terrestre de donde emergen islas volcánicas) se encuentran en el Ecuador.

Los principales temas a considerar dentro de la Gestión Ambiental son:

- Escasez de materia prima
- Aumento en los costos energéticos
- Incremento en los niveles de contaminación
- Cambios en el papel que juega el gobierno en la protección ecológica

El Ministerio del Ambiente es el organismo del Estado ecuatoriano encargado de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con los que cuenta nuestro país.

### **Marco Legal**

La ley de Gestión Ambiental establece que la autoridad Ambiental Nacional la ejerce el Ministerio del Ambiente, instancia rectora, coordinadora y reguladora del sistema nacional descentralizado de Gestión Ambiental; sin

perjuicio de las atribuciones que en el ámbito de sus competencias y acorde a las leyes que las regulan, ejercen otras instituciones del Estado.<sup>16</sup>

El Ministerio del Ambiente, para desempeñar una eficiente Gestión Ambiental, se apoya en varias leyes y reglamentos encaminados a la protección y conservación de los ecosistemas y los recursos naturales del Ecuador. Las leyes ambientales implementan los mecanismos necesarios para asegurar un ambiente sano. Todas las personas que viven en el país pueden recurrir a las normas ambientales y respaldarse en ellas de acuerdo a sus necesidades.

Existen leyes especiales para diferentes áreas vinculadas con la gestión ambiental, como: ecosistemas frágiles, calidad ambiental, contaminación, utilización y conservación de los recursos y áreas naturales del Ecuador.

El actual Sistema Nacional de Áreas Protegidas está constituido por 35 Áreas Naturales cuya permanencia y estabilidad es indispensable. Este sistema Nacional de Áreas Protegidas persigue el objetivo de preservar la diversidad biológica del país y promover el manejo sustentable de las tierras silvestres, promocionando las ventajas potenciales del ecoturismo y el mantenimiento de flujos genéticos por su importancia biogeográfica.

## **1.7 LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN LA ZONA**

La pequeña y mediana empresa en el sector, específicamente en cantón Limón Indanza está al servicio del mercado interno y externo, por ejemplo la fábrica de queso mozzarella, genera ingresos económicos previa transformación de la materia prima que ofertan los ganaderos de la localidad. Mediante un proceso técnico e higiénico la leche es transformada en un producto de calidad que es distribuido a los clientes y usuarios, en los salones

---

<sup>16</sup> [http://www.ambiente.gov.ec/paginas\\_espanol/3normativa/marco\\_legal.htm](http://www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/3normativa/marco_legal.htm)

de expendio de comida, en restaurante, bares de escuelas y colegios de la localidad un precio accesible.

También existen en el medio, talleres de carpintería en un gran número. Con el paso del tiempo los artesanos han logrado asociarse con la finalidad de mejorar su situación, actualmente ofrecen una gran variedad de productos con diferentes acabados de acuerdo al tipo de madera existente en la zona. Destacan productos como: muebles de cocina, sala, comedor, dormitorio y oficina, en las maderas: canelo, caoba, hizhpingo, laurel, cedro, guayacán, entre otras.

Existen algunos centros de confección de ropa deportiva, casual y formal, para diferentes eventos que se realizan en la localidad. Las prendas tienen diferentes precios de acuerdo a la calidad del material y complejidad del trabajo. Por otro lado la ropa casual, formal y elegante es elaborada para profesionales de las diferentes instituciones públicas y privadas, como también para la población estudiantil de los centros educativos del cantón.

El cantón cuenta también con mecánica automotriz que brinda apoyo al parque automotor en lo referente a reparación y mantenimiento. Además, existen en menor escala productores de mermeladas de guayaba y otros manjares, como también yogures, fábrica de cajones entre otros.

# CAPITULO II

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO

## **CAPÍTULO II**

### **2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **2.1 SITUACIÓN COMPETITIVA**

El análisis de mercado no solamente centra su atención en el estudio de los potenciales clientes de la empresa, sino que uno de los puntos tan importantes como el ya mencionado, es la investigación del entorno competitivo.

Según el economista Michael Porter, el panorama del negocio está representado por Cinco Fuerzas que determinan el comportamiento global de la industria así como el desempeño y previsión de cada uno de los participantes e involucrados en el mismo. “El modelo de las cinco fuerzas de Porter es un poderoso instrumento para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas de un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una de ellas”<sup>17</sup>

De acuerdo a este modelo, el entorno industrial competitivo cercano a la empresa está conformado por cinco integrantes:

- Competencia actual
- Proveedores
- Clientes
- Productos sustitutos
- Competidores potenciales

Toda industria o sector económico está integrado por estos factores competitivos que se interrelacionan de forma directa con la empresa y de forma indirecta entre ellos. Es por ello que se hace necesario analizar el poder de negocio que cada una de estas fuerzas puede desarrollar en su relación con la empresa que se desea formar.

**a. Intensidad de la rivalidad de la competencia actual.-** El poder de la competencia se ve determinada por varios factores como el número de competidores que existen en el entorno, la curva de la demanda en el tiempo, o

---

<sup>17</sup> THOMPSON, STRICKLAND. **Administración Estratégica**. 13ª Edición. Mac Graw Hill. México. 2004. Pág. 82.

en evaluación de los precios, así como determinadas medidas estratégicas que aplican las empresas.

En el cantón Limón Indanza existen apenas dos empresas que se dedican al procesamiento y comercialización de productos cárnicos. De las cuales solo una de ellas cumple estrictamente las normativas legales; lo cual garantiza su producto y por ende tiene un alto índice de consumidores.

Por su parte la otra empresa incumple con las normativas legales creando desconfianza e inseguridad en el consumidor y por cierto es menos competitiva.

Es importante aclarar que estas dos empresas son pequeñas porque apenas abastecen el mercado local con un promedio de tres reses sacrificadas por semana. Sin embargo la zona es altamente ganadera y de muy buena calidad, por lo que ofrece un buen número de reses vivas en el mercado local semanalmente, que es adquirido directamente por comerciantes intermediarios al productor, el mismo que posteriormente revende en los grandes mercados nacionales.

En conclusión, la empresa “TERCENA AIDITA” tiene un alto poder competitivo en el mercado, por encontrarse posicionado como líder, lo que le otorga beneficios en todo su entorno como son proveedores, clientes y competencia.

**b. Amenaza de entrada de potenciales competidores.-** Para analizar el potencial de ingreso de nuevos competidores en la industria se toman en cuenta variables como los requerimientos de capital necesarios para empezar el negocio, el acceso a los canales de distribución, la preferencia por una determinada marca y la rigurosidad y cantidad de regulaciones existentes para la industria.

Según lo investigado con personas del medio relacionadas con el negocio de procesamiento de carnes, es necesario disponer de aproximadamente 5.000 dólares para iniciar una empresa de este tipo, lo cual representa una cantidad relativamente baja que podría ser un atractivo para algunos emprendedores.

En el modelo de negocio manejado por las empresas de la zona, no existen mayores complicaciones en cuanto a los canales de distribución ya que por lo general los clientes demandan el producto final en la terrena que se constituye tanto en fábrica como en punto de venta, y no es necesario buscar canales especializados para ofertar el producto.

En la industria de preparación de alimentos, y específicamente del procesamiento de carnes se hace necesario contar con algo de experiencia para ejecutar las tareas, especialmente productivas de manera eficaz, ya que se requiere un nivel medio de conocimiento al momento de despostar una res y procesar sus diferentes partes.

Por otro lado, sí existen varias restricciones reglamentarias que las empresas que deseen incursionar en el negocio deben cumplir. Es exigencia contar con todos los permisos de sanidad que garanticen el cumplimiento de normas sanitarias estándares para este tipo de actividades; además de otros permisos legales como permiso del ministerio de salud y la patente municipal.

En resumen, el potencial de ingreso de nuevos competidores es medio, porque a pesar de ciertas facilidades económicas y comerciales para su manejo, existen limitantes en el aspecto técnico de producción y la existencia de variadas regulaciones para su legal funcionamiento.

**c. Amenaza de productos sustitutos.-** Los habitantes de la zona en la que se ubica el cantón Limón Indanza se dedican principalmente a la cría de

animales para luego vender o procesar su carne; es por ello que la oferta de carne de animales como pollo y cerdo es alta y por tanto fácil de conseguirla. A pesar de la inflación que ha afectado a ciertos productos como la carne de pollo en especial, sigue resultando más económico adquirir ésta, frente a comprar carne de res.

La escasa tecnificación de las dos empresas sobre el procesamiento de nuevos productos, ha facilitado el ingreso de productos procesados de otros mercados del país como la carne de chanco y de pollo. A pesar de desconocer su nivel de calidad tienen un alto índice de consumo por la población.

**d. Poder de negociación de proveedores.-** Como ya se ha mencionado anteriormente la zona oriental donde se ubica el cantón Limón Indanza es netamente ganadera, existen aproximadamente un mínimo de 17.000 cabezas de ganado vacuno según datos de CONEFA por lo que al momento no existe problema de escasez de materia prima.

Si bien en el cantón no existe una empresa grande demandante de materia prima (carne) hay que reconocer que sí lo hay fuera del cantón. Quienes actúan como intermediario y sacando el producto sin procesar a otros mercados del país; por lo que éstos últimos ejercen poder sobre los proveedores de materia prima que al contar con grandes cantidades de carne las venden en precios bajos.

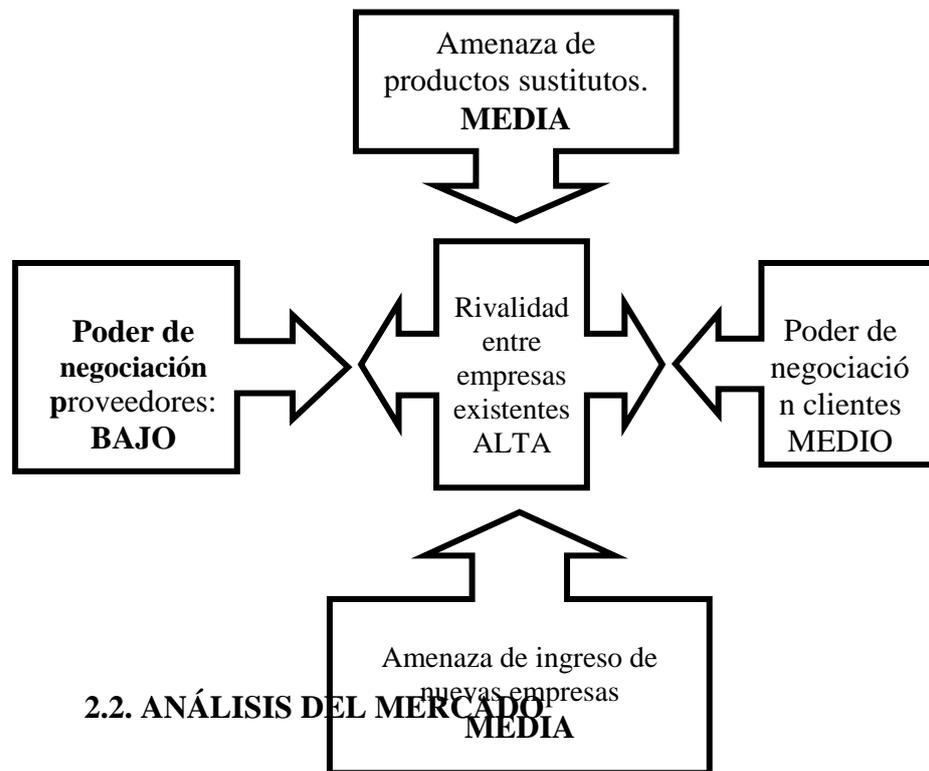
**e. Poder de negociación de clientes.-** En Limón Indanza los clientes de consumo de cárnicos son: las familias y dueños de restaurantes; estos últimos siendo los mayores consumidores.

La principal empresa que ofrece productos cárnicos y derivados cuenta aproximadamente con unas 100 familias como clientes, lo cual es un número relativamente bajo para la cantidad de ganado que se cría en el lugar; esto se

debe a que la mayoría de los habitantes de la zona son agro-ganaderas y casi todos tienen su pequeña finca.

Los clientes a pesar que el producto es de buena calidad no están satisfechos por los costos, ya que es un producto de la zona y como tal debería ser un precio módico y no concentrarse al mismo nivel de otros mercados del país.

### **FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS CÁRNICOS Y SUS DERIVADOS EN EL CANTÓN LIMÓN INDANZA**



#### **2.2.1. ANTECEDENTES**

Tradicionalmente la provincia de Morona Santiago se ha caracterizado por ser ganadera, que en la actualidad es su mayor potencial, pero solamente es productora por lo que ahora se intenta industrializar la carne y comercializarla.

A fines del siglo XIX, la agricultura deja de ser en forma progresiva el único recurso de subsistencia económica para la provincia; y, los caminos de inter relación con Riobamba, Cañar, Guarumales, Gualaceo, el Sigsig, se modifican con esfuerzo y los arrieros se toman estos accesos para arriar el ganado Bovino; los pobladores de la hoy Morona Santiago, ven que este rubro es importante y el cuidado no es de mayor inversión y peligro; es cuando los territorios se van cubriendo de pastizales y la cría de ganado es su mejor negocio.

Pese a que el traslado de los animales fue difícil no dejó de ser el mejor producto para la zona; para Macas, la comercialización con Guamote y Riobamba, se demoraba hasta 15 días, por la vía Jimbitono, Abanico, Nueve de Octubre, Playas, Chanalá, Zuña, Atillo, y Cebadas. Por el sur de igual modo sea por Limón Indanza hasta Gualaceo o por Chiguinda desde Gualaquiza. Definitivamente las limitaciones de comunicación con el resto del país marcan el retraso y hasta cierto punto la apatía y conformismo del ganadero de esta zona, constantemente engañado en las ofertas estatales.

Se debe señalar como un elemento importante para la ampliación de la cría de ganado bovino la presencia del Banco Nacional de Fomento desde los años 60 en adelante, la repoblación ganadera que se implemento por los años 1967 y las ayudas estatales mediante el apoyo del Centro de Reconvención Económica del Austro (CREA) por los años 70. La vía que llega por el año 1974 desde Cuenca y por acción del programa de colonización del CREA. Marca un nuevo amanecer para las actividades comerciales, productivas y de integración en Morona Santiago. Los comercios se fortalecen, la integración con el Azuay se consolida y se colonizan extensas tierras en la Provincia con el programa del CREA.

Durante los años 90, a pesar del mejoramiento del precio y la ampliación del comercio de animales y productos agrícolas como la madera,

naranjilla, papaya y otros, la ganadería no pierde su condición de ser la mejor y casi único medio o rubro de comercio y sustento económico para la provincia; sin embargo, no se hace nada para mejorar el manejo y explotación técnica y sostenida de los animales. El pastoreo mediante sogueo sigue su tradición, no se investiga sistemas de mejoramiento de pastizales, el gramalote sigue siendo el casi único pasto y el manejo de los animales comienza a ser de precio muy elevado, los créditos del Banco de Fomento que en su inicio ayudaron, suben su costo por el alza de intereses y los productores bajan sus ingresos y llegan a su punto más crítico de hasta perder sus fincas y posiciones por las deudas en el BNF. La recesión económica generada por el conflicto bélico con el país del sur, Perú agrava la situación. Los precios de la carne no suben y se congelan por casi 5 años consecutivos, agravando hasta la desgracia los niveles económicos de los ganaderos, se registra por tanto una baja de su crecimiento y hasta cierto punto una disminución de la población ganadera y de ganaderos por la migración a otros países en pos de mejor remuneración y superación de la crisis.

Se genera un aumento de los intermediarios que pagan según la oferta y la demanda a los ganaderos, el sistema de comercialización en la Canal que particularmente instaura Alfonso Dávalos; tiene sus limitaciones por las malas vías entre Macas, Cuenca, y Guayaquil; los mercados saturados clasifican a las reses y los niveles económicos comerciales se limitan. Con la firma de la paz y tras la apertura de fronteras, se abre la posibilidad de mejor comercio y los precios de la carne de res aumenta pero en los mismos niveles y costos de producción, y sin la existencia de ayuda para superar y salvar la crisis del ganadero de la zona.

Cabe mencionar que actualmente los ganaderos en la zona tienen pastos, quieren mejorar sus hatos, y manejo de animales pero están limitados, casi impedidos por la falta de apoyo crediticio, facilidad de comercialización por déficit de buenas carreteras, y la carencia de infraestructura y asistencia

técnica para responder al nuevo reto de comercialización con calidad a otros mercados que ofrecen mejores precios. Según los datos publicados en el plan maestro del ECORAE (1993) Morona Santiago es la que mayor masa ganadera registra en la Amazonía, con una tasa de crecimiento del 5,6% al 6.2%, poniéndose en la cabeza de los datos con relación al país, como se indica.

Analizando más internamente, el cantón Limón, se encuentra ubicado a unos 1080 msnm. y su condición climática es adecuada para la crianza de ganado, existiendo una población aproximada de 20.000 unidades bovinas, distribuidos en las diferentes parroquias del cantón. Las razas existentes Brownswiss, Charolaise, Holstein Frisian; y además existiendo un alto porcentaje de mestizaje de cruzamiento de estas razas. La variedad de pasto que predomina es gramalote, siendo un pasto de corte anual, el rendimiento en carga bovina de 0,5 Unidades Bovinas por Hectárea.

En el cantón se han estabilizado dos ferias semanales para la venta de ganado, la primera ubicada en el la parroquia Indanza los días martes y, la segunda en la parroquia General Plaza los días miércoles. Movilizándose mensualmente un promedio de 294 bovinos de la feria de General Plaza, y de 210 bovinos mensuales de feria de Indanza. El vecino cantón de San Juan Bosco utiliza la feria de Indanza, ingresando y movilizandando alrededor de 223 bovinos promedio mensualmente.

La comercialización del ganado generalmente es en pie, el costo por arroba oscila entre 26 dólares. Los destinos de los animales para faenamiento son las diferentes provincias del país: Azuay, Guayas (Naranjito), Machala, Loja, Azogues, Macas, Zamora, Ibarra, Puyo. Durante el 2007 se ha comercializado en el cantón Limón Indanza la cantidad de 5.052 bovinos, del cantón San Juan Bosco se ha comercializado 2.676 bovinos (CONEFA).

Actualmente la oferta de carne faenada y sus procesados en el cantón Limón Indanza es limitada, ya que son pocos los establecimientos que ofrecen estos productos, por lo que muchas veces la población tiene que acudir a mercados más grandes como Macas para demandar el producto. A pesar de la existencia de bastante ganado, hay limitaciones para los ofertantes de la zona ya que la mayoría de la carne es destinada a mercados nacionales como Cuenca y Guayaquil.

### **2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **2.3.1 Objetivo General**

Cuantificar la oferta y demanda de productos cárnicos procesados en el cantón Limón Indanza

#### **Objetivos Específicos**

1. Conocer la realidad de la competencia y sus principales fortalezas y debilidades.
2. Determinar las características más representativas del producto para los clientes.
3. Cuantificar el mercado objetivo y cualificar sus características.

### **2.4 METODOLOGÍA**

Para el desarrollo de esta investigación se tomará como unidad de análisis el estudio de mercado, características del producto y distribución del mercado.

### **2.5 ESTUDIO DE MERCADO**

Siendo el estudio del proyecto, la definición de una estructura de producción específica capaz de satisfacer una necesidad, su estudio debe empezar por la atención cuantificada de esta necesidad.

El estudio de mercado no es solo el punto de partida del estudio de proyecto sino también una de sus etapas más importantes puesto que a través de él se determina la viabilidad o no de seguir con las demás etapas del estudio. Si el estudio muestra que no hay suficiente interés y que por tanto no será posible venderlo, de nada sirve seguir con el proyecto por lo contrario, se ve que hay una posibilidad de venta, el estudio de mercado será el instrumento fundamental en la determinación del tamaño o capacidad de producción del proyecto, a través de la cuantificación de estas posibilidades de venta.

Esta capacidad de producción es definida por la tecnología o ingeniería del proyecto. La determinación de esta cantidad posible a ser vendida, es la tarea del estudio de mercado.

El estudio de mercado tiene por objeto determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que en una cierta área geográfica y sobre determinadas condiciones de venta la comunidad está dispuesta a comprar.

## **2.6 UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Limón Indanza forma parte de los diez cantones de la provincia de Morona Santiago: Palora, Huamboya, Taisha, Morona, Sucúa, Logroño, Santiago de Méndez, Limón Indanza, San Juan Bosco y Gualaquiza.

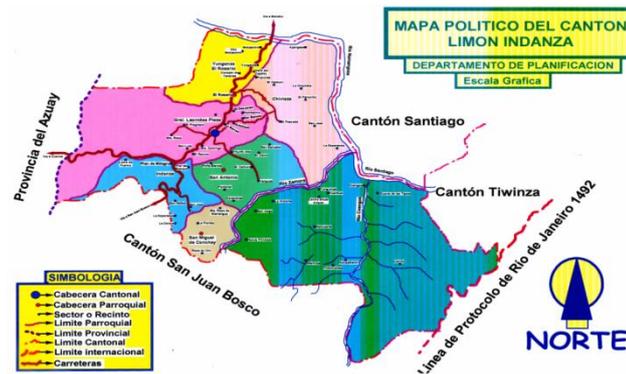
Limón Indanza se encuentra ubicado geográficamente entre  $78^{\circ} 9'$  y los  $78^{\circ} 57'$  de longitud oeste, y entre los  $2^{\circ}$  y 48 minutos y los  $3^{\circ}$  y  $17'$  de latitud sur, ubicación que corresponde a la zona sur de la provincia, en la

cuenca hidrográfica del Río Zamora y se encuentra a 1100 metros sobre el nivel del mar con una temperatura de 18 a 25 grados.

Sus límites son: Al norte con el cantón Santiago, al sur con el cantón San Juan Bosco, al este con el cantón Santiago y la República de Perú y al oeste con la provincia del Azuay, cuyo límite es la Cordillera de los Andes.

Limón Indanza Tiene una superficie de 2,700.2 km<sup>2</sup>.

### GRÁFICO 2.1: MAPA POLITICO DEL CANTON LIMON INDANZA.



### 2.7 SEGMENTO DE MERCADO

Segmentación Geográfica: Limón Indanza se encuentra situado en el Ecuador, provincia de Morona Santiago, cantón Limón Indanza, parroquia General Plaza, región Oriental tiene la siguiente población:

Pob. Total:	10.645 <sup>18</sup>
Pob. Urbana:	4.982
Pob. Rural:	5.663

<sup>18</sup> INEC, Proyecciones de Población (2008)

Segmentación Demográfica:

Miembros por familia: 4,2 miembros<sup>19</sup>

Ingresos: Mayores a \$400 mensuales

El mercado al que se ofrecerán los productos cárnicos son todas las familias del cantón Limón Indanza de la Provincia de Morona Santiago, con ingresos superiores a los \$400 mensuales.

**Tabla 2.1: NECESIDADES DE INFORMACIÓN, FUENTES DE DATOS Y MÉTODOS DE RECOLECCIÓN**

Tabla de Necesidades de Información, Fuentes de Datos y Métodos de Recolección					
		Necesidades de información	Fuentes Primarias / Método	Fuentes Secundarias	
				Internas	Externas
PRODUCTO	1	Marca/tipo de carne (derivados) que consume	Mercado / Encuesta		
	2	Características que se esperan del producto	Mercado / Encuesta		
	3	Cómo se percibe el producto por parte del mercado	Mercado / Encuesta		
	4	Presentación del producto en el punto de venta	Mercado / Encuesta		
PRECIO	5	Precio promedio del producto en el mercado	Mercado / Encuesta, Observación directa		INEC: niveles de precios del producto
	6	Estrategias de precios y descuentos de la competencia	Investigación de la competencia		Análisis de la competencia: Internet, personas relacionadas con el sector
	7	Disposición a pagar del cliente al recibir beneficios superiores	Mercado / Encuesta		
COMUNICACIÓN	8	Medios y formas por los que el cliente conoce el producto	Mercado / Encuesta		
	9	Cualidades físicas del punto de venta que atraen al cliente	Mercado / Encuesta, Investigación de la competencia / Observación		

<sup>19</sup> INEC, Censo de población 2001

			directa		
	10	Atención y trato al cliente en el punto de venta	Mercado / Encuesta		
DISTRIBUCIÓN	11	Características de lugares que ofrecen productos cárnicos	Observación directa		
	12	Necesidad de instalación de puntos de venta cercanos al cliente	Observación directa		
OFERTA	13	Cuántos y cuáles lugares ofrecen productos cárnicos en el cantón	Mercado / Encuesta, Observación directa		Superintendencia de Compañías: Empresas registradas legalmente
	14	Cualidades que destacan de los ofertantes	Mercado / Encuesta		
DEMANDA	15	Características de potenciales clientes	Mercado / Encuesta		
	16	Cuántas familias demandan carne en el cantón	Mercado / Encuesta		
	17	Qué cantidad de carne demanda cada familia semanalmente	Mercado / Encuesta		
	18	Presupuesto destinado a la demanda de cárnicos mensualmente	Mercado / Encuesta		
	19	Qué otros productos se consumen (carnes)	Mercado / Encuesta		

### Segmentación del Mercado

Al tratarse de la implementación de una empresa de productos procesados, la segmentación estará enfocada a las empresas que comercializan esta clase de productos.

El lugar que se ha escogido para la realización del presente proyecto es en el cantón Limón Indanza, lugar que es muy favorable para la

implementación de la empresa porque las condiciones geográficas son ideales en la producción.

## MUESTREO

### Proceso de muestreo

#### Paso 1: Definición de la Población

- a. Elemento muestral: Familias del cantón Limón
- b. Unidades de muestreo: Familias del cantón Limón con ingresos superiores a \$ 400 mensuales.
- c. Alcance: cantón Limón
- d. Tiempo: Septiembre 2008.

#### Paso 2: Marco Muestral

Población total de familias del cantón Limón –Indanza provincia de Morona Santiago.

#### Paso 3: Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$N = 2.535$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$Z^2 = 1.88$$

$$E = 0.0715$$

$$n = 161,87 = 162 \text{ encuestas.}$$

#### Paso 4: Procedimiento de Muestreo

Se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple, en donde todas las unidades muestrales tienen la misma probabilidad de ser escogidas.

## **2.8 ANÁLISIS DE DATOS**

### **Demanda**

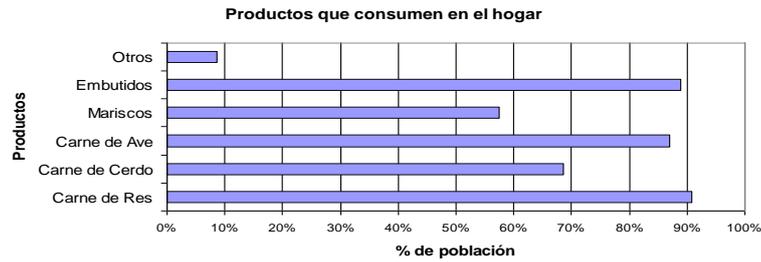
Al evaluar un proyecto de inversión se deberá tener en cuenta la estructura de funcionamiento del mercado, sus condiciones, limitaciones y proyecciones a fin de poder entregar oportuna y correctamente los antecedentes que se requieren para la construcción de las proyecciones de demanda.

Es importante definir adecuadamente la naturaleza de la demanda del bien que el proyecto producirá, así como las variables que las modifica.

La teoría económica indica que la relación funcional entre precio y cantidad demandada es inversa. Por otra parte, el preparador y evaluador de proyectos deberá intentar predeterminar los posibles cambios sectoriales en los gustos de los consumidores del bien que ofrecerá el proyecto y la estabilidad de la demanda respectiva.

Es preciso estudiar los bienes sustitutivos, complementarios e independientes cuya evaluación puede tener una gran influencia sobre la demanda del bien objeto de la preparación del proyecto.

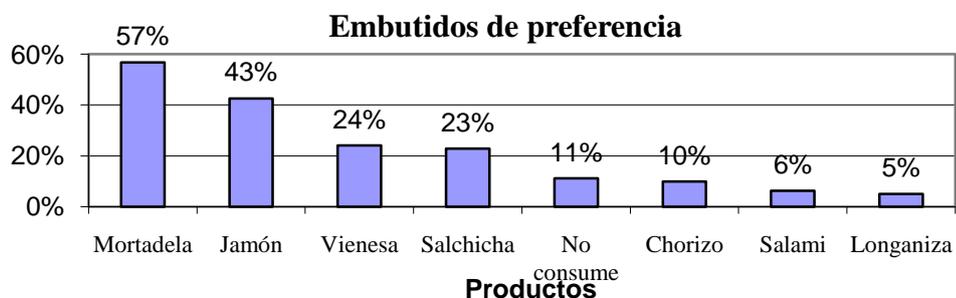
**Gráfico # 2.2: En su hogar consumen los siguientes productos**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

Un 91% de la población del cantón consume carne de res. El 90% de la misma consume embutidos. Mientras que la carne de ave es consumida por un 87%. Y además podemos indicar que los mariscos y embutidos son muy consumidos por la población. Es claro que el consumo de embutidos es alto en el cantón por lo que existe una oportunidad grande para ofrecer estos productos.

**Gráfico # 2.3: ¿Si consumen embutidos, cuáles son los de su mayor preferencia?**

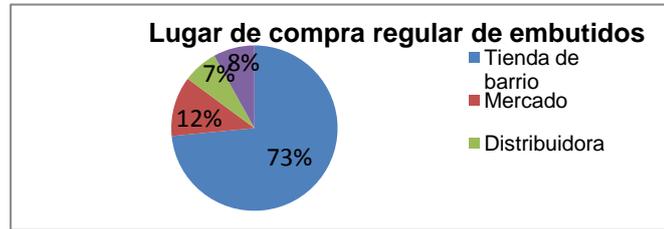


**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El embutido con mayor preferencia es la mortadela con un 57%, seguido del jamón con un 43%. Los embutidos como la vienesa con un 24% y la salchicha tienen aceptaciones del 23%. Con menores porcentajes están el salame, la longaniza y el chorizo.

Tomando en cuenta estos valores los productos que mayor factibilidad de producción y demanda tendrían son aquellos porcentajes más altos de preferencia: mortadela, jamón, vienesa y salchicha.

Gráfico # 2.4: ¿En dónde compra regularmente embutidos?

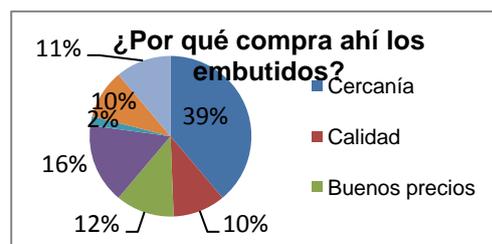


Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El lugar de preferencia de compra de embutidos de la población del cantón Limón es las tiendas de barrio con un 73% de predilección. En segundo lugar está el mercado con un 12%, mientras distribuidoras y otros tiene valores menores de preferencia.

La información nos indica que la gente localiza un lugar cercano a su hogar para demandar los embutidos. A partir de ello, se debe elegir una ubicación estratégica del negocio para su funcionamiento.

Gráfico 2.5: ¿Por qué compra ahí los embutidos?



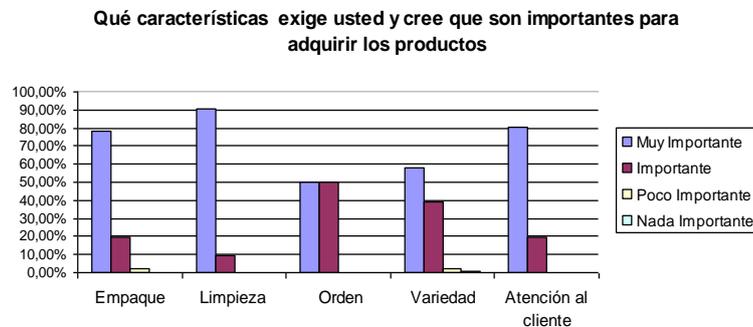
Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

La gente tiene su lugar de preferencia para comprar los embutidos en primer lugar por la cercanía del local de expendio de los productos con un 39% de predilección. Una razón muy importante según los consumidores es que para un 16% no existe otro lugar en donde comprar.

Otras razones importantes son los buenos precios para el 12% de la población, el 11% por distintos motivos, la calidad del producto para el 10% y la facilidad de pago para el 10%.

Estos parámetros deberán ser tomados en cuenta de acuerdo a la importancia de cada característica para el cliente; así por ejemplo la localización del punto de venta debe ser estratégica.

**Gráfico # 2.6: Qué características exige usted y cree que son importantes para adquirir los productos**



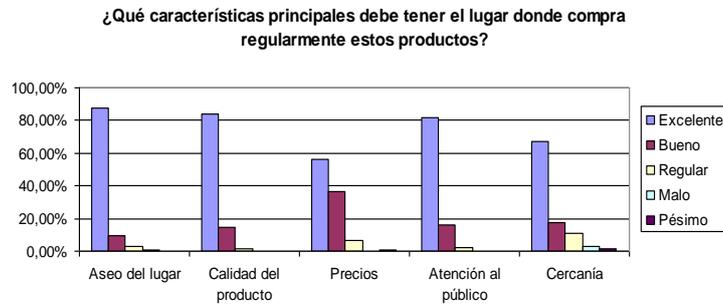
**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

Al momento de compra, todas las características mencionadas del producto son importantes para la población que demanda embutidos. Pero la limpieza se destaca con un 90% que lo considera muy importante.

Lo siguen la atención al cliente y el empaque del producto con un 80% y 78% que lo considera muy importante respectivamente. La variedad y el orden son importantes pero ocupan un lugar secundario.

Si bien en la pregunta anterior los clientes no habían tomado en cuenta a la limpieza como un factor que motiva su demanda, al responder esta pregunta lo ponen en primer lugar; por lo que ofrecer esta característica en los productos representaría un valor agregado para el cliente.

**Gráfico # 2.7: ¿Qué características principales debe tener el lugar donde compra regularmente estos productos?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

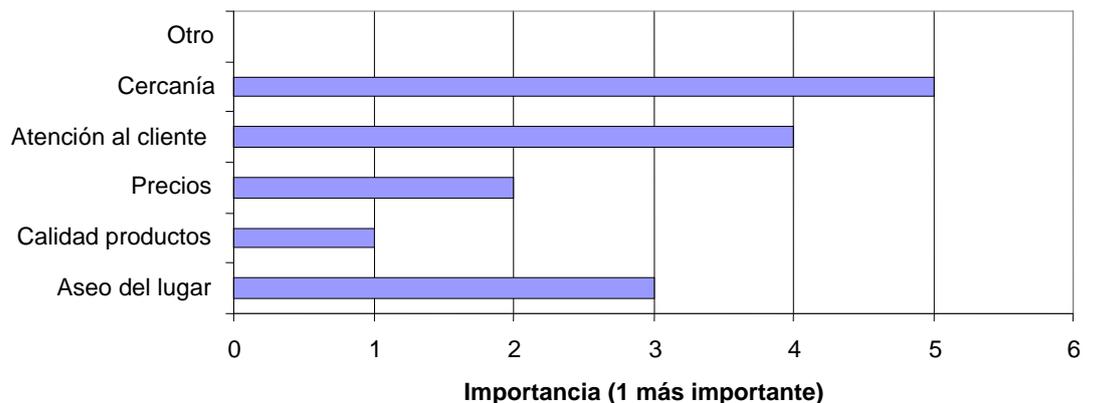
La característica más importante que debe tener un lugar que expende embutidos son el aseo del lugar ya que un 87% lo considera muy importante. Lo siguen en preferencia la calidad del producto con un 84%, la atención al público con 81% y la cercanía del local con un 67%.

Los precios no son considerados entre las características más relevantes. Aquí se confirma que para el cliente sí es importante la limpieza y aseo del producto y el local.

**Gráfico # 2.8: Cuando compra los productos cárnicos, ¿qué es lo más importante para usted? (ordene siendo 1 más importante)**

**Características**

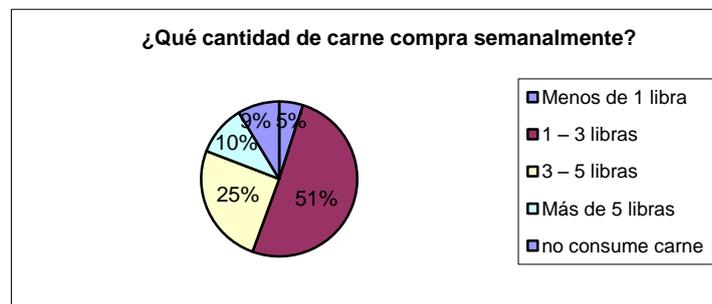
**Importancia de características de demanda**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

La característica más importante es la calidad del producto. Lo siguen los precios, el aseo del lugar y la atención al cliente. La cercanía del local no es tomada en cuenta porque al tratarse de una población pequeña esta característica pasa desapercibida; sin embargo, hay que recordar que los clientes comprarán los productos en un lugar cercano a sus domicilios como lo expresaron en la pregunta # 4 de esta encuesta.

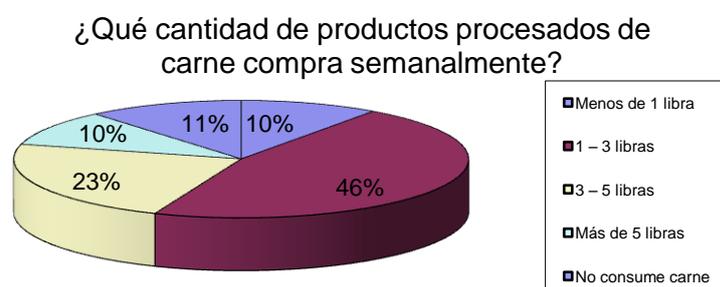
**Gráfico # 2.9: ¿Qué cantidad de carne compra semanalmente?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El 51% de la población que compra carne, demanda la cantidad de entre 1 a 3 libras semanales. El 25% consume de 3 a 5 libras semanales. Un 10% demanda más de 5 libras. y tan solo un 9% consume menos de 1 libra y el 5% no consumen carne.

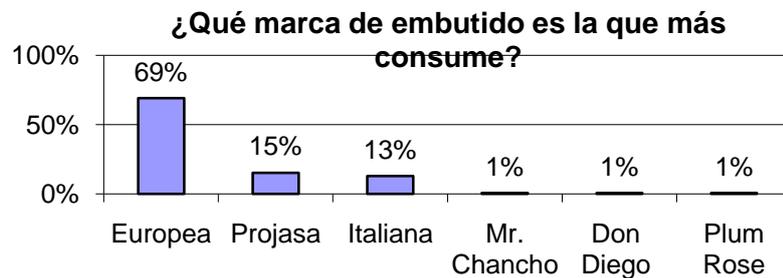
**Gráfico # 2.10: ¿Qué cantidad de productos procesados de carne compra semanalmente?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El 46% de la población demanda entre 1 y 3 libras de embutidos semanalmente. El 23% de la población compra entre 3 y 5 libras a la semana. Con un porcentaje del 10% demandan mas de 5 libras y el 11% menos de 1 libra, así como el 10% no consumen.

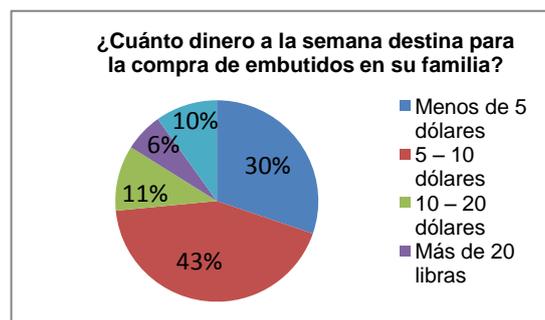
**Gráfico # 2.11 ¿Qué marca de embutido es la que más consume?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

La marca de embutido más demandada es La Europea con un 69% de consumo poblacional. Un 15% demanda la marca Projasa y un 13% consume embutidos La Italiana. Con valores poco significantes están las demás marcas.

**Gráfico # 2.12: ¿Cuánto dinero a la semana destina para la compra de embutidos en su familia?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

Un 43% de la población destina entre 5 y 10 dólares para la compra de embutidos. Un 30% destina menos de 5 dólares. El porcentaje restante destina más de 10 dólares y el 10% no consume.

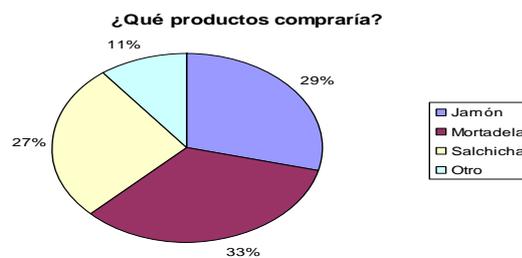
**Gráfico # 2.13: ¿Si se creara en el cantón Limón Indanza una planta procesadora de carne, usted estaría dispuesto a consumir sus productos?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El 99% de la población está dispuesto a demandar productos procesados de carne si se creara un nuevo local en el cantón Limón Indanza.

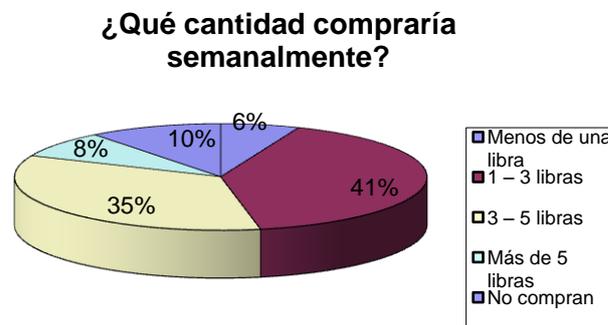
**Gráfico # 2.14: ¿Qué productos compraría?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El producto que más demandaría la población sería mortadela con un 33%, seguido de jamón con un 29% y salchicha 27%. El 11% restante demandaría otros productos.

Gráfico # 2.15: **¿Qué cantidad compraría semanalmente?**



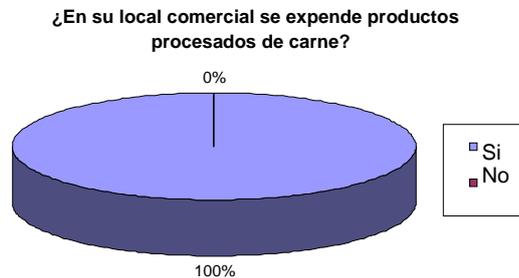
**Fuente:** Encuestas realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El 41% de la población demandaría entre 1 y 3 libras de embutidos a la semana. Un 35% demandaría entre 3 y 5 libras, el 10% menos de una libra, 8% más de cinco libras y el 6% no consumirían.

### **Análisis Oferta**

La oferta de los bienes para evidenciar los resultados que se lograrían tener los precios sobre la cantidad ofrecida. El valor de los Insumos, el desarrollo de la tecnología, las variaciones climáticas y el valor de los bienes relacionados pueden producir cambios en la oferta de los bienes y servicios.

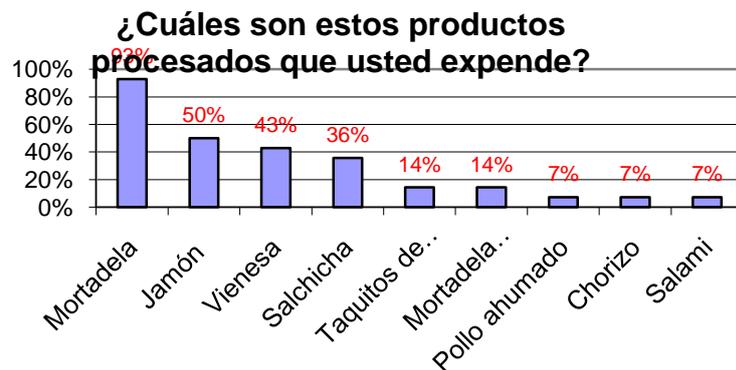
**Gráfico 2.16 ¿En su local comercial se expende productos procesados de carne? (mortadela, salchichas, vienesa, etc.)**



Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

Todos los locales del cantón expenden productos procesados de carne.

Gráfico # 2.17 ¿Cuáles son estos productos procesados que usted expende?

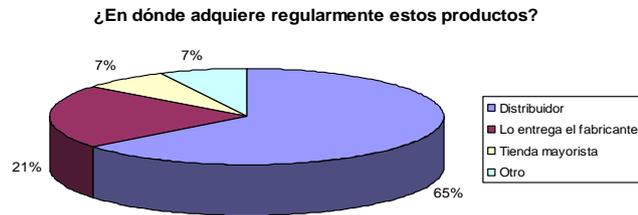


Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

Los productos que más expenden los locales de cárnicos en el cantón son la mortadela que lo hace un 93% de ellos, el jamón que lo vende el 50%. La vienesa lo venden el 43% de los locales y la salchicha lo hacen un 36% de ellos.

Los resultados nos indican que al menos estos productos mencionados como los que la mayoría de los locales ofertantes de embutidos ofrecen, debería hacerlo la nueva empresa.

Gráfico # 2.18 ¿En dónde adquiere regularmente estos productos?



Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El 65% de la oferta de embutidos, adquiere sus productos directamente del distribuidor. Un 21% lo hace entrega a domicilio el mismo fabricante. El porcentaje restante lo compra en tiendas mayoristas u otros lugares.

Gráfico # 2.19 ¿Por qué lo adquiere ahí? (puede ser más de una respuesta, en orden de prioridad)

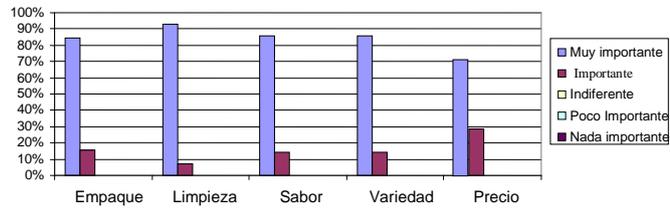


Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El factor más importante que motiva la demanda en los lugares mencionados son en orden de importancia; los precios bajos, un acceso rápido y cómodo, la calidad y variedad del producto; y finalmente la atención y servicio.

Gráfico # 2.20 Cómo califica las siguientes características del producto de acuerdo a su importancia para el cliente

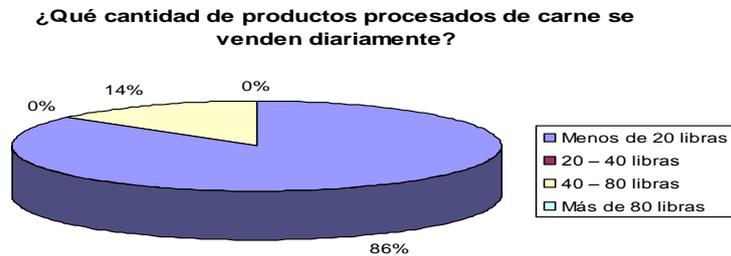
**Como califica las siguientes características del producto de acuerdo a su importancia para el cliente**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

Todos los factores son considerados importantes en lo referente al producto que ofrecen los expendios, destacan en este sentido la limpieza, seguido del sabor y la variedad de productos.

**Gráfico # 2.21 ¿Qué cantidad de productos procesados de carne se venden diariamente?**

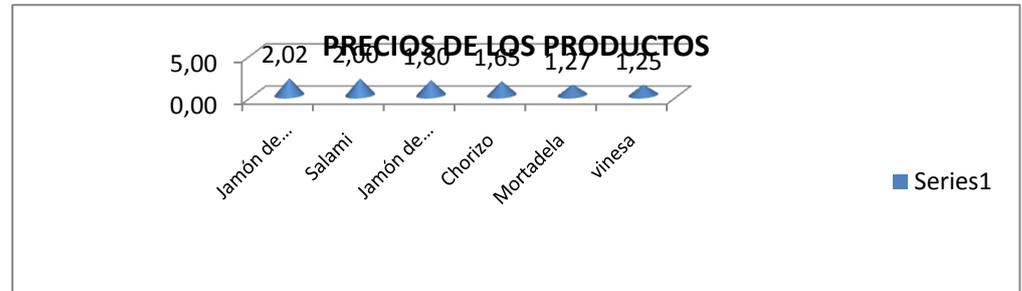


**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El 86% de los locales venden menos de 20 libras diarias, mientras que el restante 14% expende entre 40 y 80 libras diarias.

Se puede concluir diciendo que existe cierta clasificación de los locales que venden productos procesados de carne, siendo así locales pequeños que son la mayoría (12) mientras que solamente dos locales son de tamaño mediano.

Gráfico # 2.22 ¿Cuál es el precio de una libra de los siguientes productos?



Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

El producto con mayor precio es el jamón de pierna cuyo valor es superior a los 2 dólares. La mortadela es el producto con menor precio de \$1,27 cada libra. La vonesa con un valor de 1,25 la libra. Los otros productos están entre el rango de \$1,65 y \$2,00.

Los precios de la competencia son el referente más importante para la fijación de precios propios dentro de la industria de alimentos procesados.

Gráfico # 2.23 ¿Qué marca de embutido es la que más se vende?



Fuente: Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

La marca de embutidos que más se vende en el cantón Limón Indanza es La Europea con un 47%. Le siguen La Italiana y Projasa con 29% y 24% respectivamente.

Los resultados nos indican que los productos que se venden son marcas que se producen en otros lugares lejanos al cantón Limón, por lo que representa una oportunidad para la puesta en marcha de una empresa para el procesamiento de productos cárnicos en esta Ciudad.

**Gráfico # 2.25 ¿Cuánto dinero a diario estima que se vende en embutidos?**



**Fuente:** Encuesta realizadas en el cantón Limón Indanza, enero/2009

Un 93% de los locales ofertantes considera que vende menos de \$50 dólares en embutidos. Tan solo un 7% vende entre \$50 y \$100 diarios.

Esta información nos confirma que existen 13 locales pequeños que venden embutidos, y 1 local más grande que vende mayores cantidades de estos productos.

## **2 ESTIMACIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA**

De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación de mercado realizada tanto de demanda como de oferta acerca de las diferentes variables involucradas en estos procesos, es posible estimar una potencial demanda insatisfecha existente en el cantón Limón Indanza.

### **Demanda**

Actualmente la población de Limón-Indanza consume las siguientes cantidades de productos procesados de carne (embutidos) por cada familia y por semana (grafico # 2.10)

Tabla # 2.2 Cantidad de carne que consumen las familias del cantón por semana

Menos de 1 libra	16	10%
1 – 3 libras	75	46%
3 – 5 libras	37	23%
Más de 5 libras	16	10%
otro	18	11%

De acuerdo al INEC, la población urbana y rural del cantón Limón Indanza proyectado el año 2009 se representa en el siguiente cuadro.

Tabla # 2.3 Población del Cantón Limón Indanza

<b>Población del cantón Limón Indanza Año 2009</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>URBANA</b>	<b>RURAL</b>
10.803	5.197	5.606

Entonces, si calculamos el número de familias del cantón, sabiendo que el promedio nacional de miembros de familia es 4,2, tenemos:

Tabla # 2.4 **Proyección Poblacional de las Familias del cantón Limón Indanza Año 2009**

<b>Proyección Poblacional de las Familias del Cantón Limón Indanza Año 2009</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>URBANA</b>	<b>RURAL</b>
2.572	1.237	1.335
100 %	48,09 %	51,91 %

Para obtener la demanda real existente en el cantón, cruzamos los datos de la investigación con los datos poblacionales, y tenemos que utilizar el punto

medio de los rangos de demanda para calcular el valor de la cantidad de consumo:

**Tabla # 2.5 Demanda real de productos cárnicos procesados en el cantón Limón Indanza Año 2009 (kg/años)**

<b>Demanda real de productos cárnicos procesados en el cantón Limón Indanza Año 2009 (kg / años)</b>					
	<b>Punto medio</b>	<b>% del total de consumo</b>	<b>TOTAL</b>	<b>URBANA</b>	<b>RURAL</b>
Menos de 1 libra	1 kg	10%	12.346	5.938	6.408
1 – 3 libras	2 kg	46%	56.790	27.313	29.477
3 – 5 libras	4kg	23%	28.395	13.656	14.738
Más de 5 libras	5kg	10%	12.346	5.938	6.408
otros		11%	<b>13.580</b>	<b>6.531</b>	<b>7.049</b>
<b>TOTAL</b>			<b>123.456</b>	<b>59.376</b>	<b>64.080</b>

### **Oferta**

Analizando la oferta de productos cárnicos procesados, se obtuvo los siguientes datos de las cantidades que venden diariamente en los locales que existe en el cantón Limón Indanza.

**Tabla # 2.6 Cantidad de carne que consumen diariamente en el cantón Limón Indanza**

Menos de 20 libras	12	86%
20 – 40 libras	0	0%
40 – 80 libras	2	14%
Más de 80 libras	0	0%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Para obtener la oferta real existente en el cantón, cruzamos los datos de la investigación con el número de locales oferentes del producto en el lugar;

utilizando el punto medio de los rangos de oferta calculamos la cantidad de productos cárnicos que están puestos en el mercado.

**Tabla # 2.7 Oferta real de productos cárnicos procesados en el cantón Limón Indanza Año 2009 (kg / años)**

<b>Oferta real de productos cárnicos procesados en el cantón Limón Indanza Año 2009 (kg / años)</b>				
<b>Venta Diaria</b>	<b>Punto medio (kg)</b>	<b>Locales oferentes</b>	<b>TOTAL (diario)</b>	<b>TOTAL (año)</b>
Menos de 20 libras	9	12	109	5232
20 – 40 libras	14	0	0	0
40 – 80 libras	27	2	54	2592
Más de 80 libras	36	0	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>14</b>	<b>163</b>	<b>7824</b>

### **Demanda Insatisfecha**

Para este cálculo confrontamos los datos de demanda y oferta y obtenemos la diferencia. En este caso es necesario tomar el valor de la demanda total, tomando en cuenta, que en el momento que se seleccione el mercado se establecerá si se ofrece para todos o solamente para el segmento urbano del cantón.

**Tabla # 2.8 Demanda insatisfecha estimada de productos cárnicos procesados en el cantón Limón Indanza Año 2009 (kilogramos/año)**

<b>Demanda insatisfecha estimada de productos cárnicos procesados en el cantón Limón Indanza Año 2009 (kilogramos/año)</b>		
<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
123.456	7.824	115.632

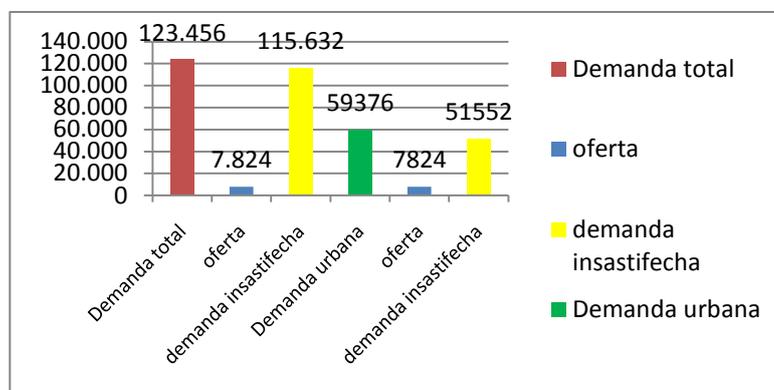
La proyección de la demanda está realizada en base a la tasa de crecimiento de la población

$$P = B(1+i)^n$$

años	formula	Demanda Insastisfecha Proyectada
P2010 =	$115632(1+0.021)^1$	118060
P2011 =	$115632(1+0.021)^2$	120540
P2012 =	$115632(1+0.021)^3$	123071
P2013 =	$115632(1+0.021)^4$	125655
P2014 =	$115632(1+0.021)^5$	128294

En el siguiente gráfico, se establecerá la relación entre oferta y demanda, y determinación de demanda insatisfecha, tomando el dato de demanda total así como solamente de población urbana:

Gráfico # 2.25 Relación de la demanda y oferta y determinación de la demanda insatisfecha de toda la población y la población urbana.



### **Conclusiones de la investigación de mercados**

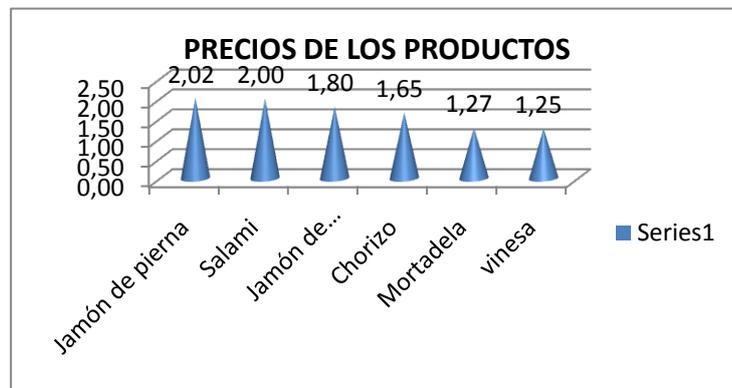
Luego de realizado todo el proceso de investigación de mercados se puede concluir:

- Los consumidores además de un buen precio, sí valoran aspectos como la limpieza, la variedad y el servicio de los lugares donde compran productos cárnicos y sus derivados.
- Los locales existentes que ofrecen productos cárnicos no cumplen las expectativas de aseo y calidad de servicio que esperan los clientes.
- Los productos procesados de mayor preferencia son la mortadela, el jamón, la vienesa y la salchicha.
- Los clientes consideran muy importante la ubicación del punto de venta ya que lo eligen principalmente por la cercanía a la que éste se encuentra.
- Existe una demanda insatisfecha en el cantón, que asciende a 115632 kilos por año, y tomando solamente la parte urbana es de 51552 kilos por año aproximadamente.

### **3 PRECIOS**

La determinación de los precios comerciales de los productos es muy importante, ya que sirve para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro basado en encuestas.

Gráfico # 2.26 Precios de los productos



Como se muestra en el gráfico anterior los precios de los productos cárnicos tienen una variación de acuerdo al tipo de productos que se van a elaborar.

#### 4 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

Este proyecto trata de garantizar al consumidor productos de muy buena calidad cumpliendo estrictamente las leyes y normativas, sobre todo de salubridad de tal manera que nos permita ampliar posteriori nuestro mercado a otras ciudades del país.

La investigación de mercado nos a permitido visualizar que el consumidor desea que los productos no se le ofrezca únicamente en un solo lugar, sino que se le facilite su adquisición en tiendas, supermercados o frigoríficos a fin que sea más accesible, pero siempre y cuando estos lugares ofrezcan sus debidas garantías y cumplan con disposiciones emanadas de los organismos competentes.

# CAPITULO III

## LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

## CAPÍTULO III

### 3 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

La localización de la microempresa productiva es fundamental que se tome en cuenta

#### 3.1. FACTORES QUE DETERMINAN LA LOCALIZACIÓN

Los factores son: disponibilidad de materia prima, mano de obra, Políticas de desarrollo, entre otras.

Disponibilidad de materia prima.- había manifestado anteriormente que la materia prima existe lo suficiente para satisfacer las necesidades del mercado local e incluso de los mercados nacionales toda vez que la zona es altamente ganadera.

Mano de obra.- frente a las crisis económicas que estamos viviendo, considero que esta es una excelente oportunidad para ofertar fuentes de trabajo; toda vez que existe mucha desocupación en el pueblo y razón de ello es la emigración a otros países.

Políticas de desarrollo.- este proyecto cuenta con el apoyo de instituciones de desarrollo, instituciones educativas y de pequeñas agrupaciones ganaderas, toda vez que en la zona es el único que ofrece un servicio de alta calidad y por ende abre oportunidades de trabajo y crea expectativas visionarias a futuro.

##### 3.1.1. Macrolocalización

Nuestra Unidad Productiva dedicada al procesamiento de cárnicos se localiza en el Ecuador, provincia de Morona Santiago, en el cantón Limón Indanza, parroquia General Plaza.

Gráfico # 3.1 Mapa de la provincia



La Unidad de Procesamiento de Cárnicos se encuentra ubicada en la Región Oriente y específicamente en la provincia de Morona Santiago, ya que su misión es ubicarse en este sector para que contribuya a mejorar el nivel de vida a sus pobladores.

### 3.1.2. Microlocalización

Nuestra unidad de procesamiento de cárnicos está ubicada en la av. 6 de Diciembre, barrio la Paz, en la parroquia General Plaza, el proyecto se ha optado por ubicarlo en este sector por la disponibilidad del terreno, para la ubicación y distribución del lugar se encuentra un plano en anexos 1.5.

En el sector de General Plaza a ubicarse la Unidad de Procesamiento de cárnicos se cuenta con servicios básicos de agua, luz, teléfono y alcantarillado, además se considera que este lugar es estratégico ya que está ubicado en nuestro cantón lo que facilitaría la distribución de nuestro producto y en un futuro la distribución a toda la provincia de Morona Santiago y parte del Azuay.

### 3.2 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO

Los factores que van a determinar el tamaño es el Mercado, Tecnología, Materias Primas e Insumos, Financiamiento, entre otros.

Mercado.- si bien es cierto que el mercado de la zona es pequeño pero tiende a cumplirse por el crecimiento poblacional en los últimos tiempos.

Tecnología.- No es alta pero tampoco es baja, considero que es buena de acuerdo a la plaza de consumo.

Materias primas e insumos.- al existir la materia prima en la zona en gran cantidad y de buena calidad permite proporcionar al consumidor diversos insumos en sus derivados.

Financiamiento.- este proyecto será financiado a través del Banco de Fomento en su mayoría y en pequeños aportes por los respectivos socios.

Para determinar el tamaño de la Unidad desarrollar los de Procesamiento de Cárnicos vamos a analizar dos variables:

#### VIABILIDAD DEL MERCADO

Para determinar el mercado de la Unidad de procesamiento de cárnicos, se ha considerado en primera instancia, la demanda insatisfecha de nuestros tres productos para el año 2009 con los cuales se pretende captar el 50% de la demanda insatisfecha, en vista que en la investigación de mercado realizadas en el cantón Limón Indanza los ciudadanos prefieren consumir productos procesados en la localidad y fomentar el crecimiento económico y social de la población.

Pero por no contar al momento con un lugar apropiado que oferte servicios de calidad con sus respectivas garantías y normas de higiene. Propendemos a un futuro no muy lejano brindar un excelente servicio al

usuario lo que permitirá tener una ventaja competitiva frente a nuestros principales competidores y posicionarnos rápidamente en el mercado local.

Para nuestros productos que son la mortadela, jamón y vienesa se pretende atender el 50% del total de la demanda insatisfecha que es de 57816 kg, de la misma manera tenemos una ventaja competitiva de estos productos; ya que en nuestro cantón y provincia no existe una empresa dedicada a la producción de mortadela, jamón y vienesa lo que nos permitirá posicionarnos en nuestro mercado local.

Por lo expuesto anteriormente, podemos afirmar que nuestros productos tendrán un gran porcentaje de aceptación en el cantón Limón Indanza.

### 3.3 TAMAÑO DE LA PLANTA

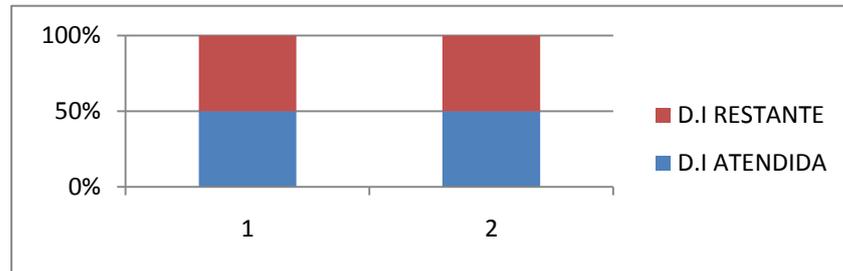
Se lo define como la capacidad de producción que tiene la planta en un periodo operacional determinado.

**Tabla # 3.1 Tamaño de la Planta de Productos Procesados**

#### TAMAÑO DE LA PLANTA DE PRODUCTOS

	VALOR	
DEMANDA INSATISFECHA	KG/AÑO	%
D.I. A ATENDER	115.632	100%
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	57.816	50%

#### Gráfico # 3.2 TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA DE PROCESAMIENTO DE CARNE



Para determinar el tamaño de la planta hemos considerado una participación del proyecto del 50% de la demanda insatisfecha total del año 2009 lo que representa el 57.816 kg de producto procesado de carne en el cantón Limón Indanza con lo cual debemos considerar esta demanda para la capacidad de producción.

### 3.4 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada actual de nuestra empresa está acorde a la demanda insatisfecha actual del producto y a nuestra participación en el mercado, según los resultados obtenidos en el respectivo estudio de mercado. La producción en su capacidad instalada será de aproximadamente de 57816 kg por año

### 3.5 CAPACIDAD OCUPADA

La empresa o unidad de procesamiento iniciará sus operaciones el primer año con una producción de 34. 690, que comprende el 60% de la capacidad instalada, para el segundo año se tiene programado realizar un incremento del 10% de producción y lo cual se mantendrá para el tercer año y posteriormente se realiza un incremento del 10% cada año de esa manera cumpliré con mi proyecto.

**Tabla # 3.2 Capacidad Ocupada de la Planta**

AÑOS	KG/PRODUCCIÓN	CAPACIDAD OCUPADA
1	34.690	60%
2	40.471	70%
3	40.471	70%
4	46.253	80%
5	52.034	90%

### 3.6 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

La empresa iniciara su operación ofreciendo al mercado sus tres primeros productos mortadela, jamón y vienesa los cuales son los pioneros en la empresa, serán de buena calidad y higiene de primera.

**Tabla # 3.3 PLAN DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS**

PLAN DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS					
PRODUCTO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
	2009	2010	2011	2012	2013
JAMÓN	12.029,60	14.034,30	14.034,30	16.039,35	18.044,05
MORTADELA	15.946,21	18.603,60	18.603,60	21.261,46	23.918,85
VIENESA	6.714,19	7.833,10	7.833,10	8.952,19	10.071,10
PRODUCCIÓN ANUAL	34.690,00	40.471,00	40.471,00	46.253,00	52.034,00

# CAPITULO IV

# INGENIERÍA DEL PROYECTO

## CAPITULO IV

### 4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.1 EL PRODUCTO

El portafolio de productos que ofrecerá la planta procesadora son Mortadela, Jamón y Vienesas (salchicha), productos que serán elaborados utilizando materias primas, insumos y materiales de la zona.

Portafolio de productos:

- a.- MORTADELA
- b.- JAMÓN
- c.- VIENESA (salchicha)

#### 4.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

##### MORTADELA

Es un producto de pasta fina, escaldado y elaborado a partir de carne de res, cerdo, pollo, etc. La envoltura de este tipo de producto es en tripa artificial calibre 60 para presentaciones de 1 libra y calibre 90 para presentaciones de 3 a 5 libras ya sea plástica o fibrosa, amarrada con hilo 8/14 o colocado el clip.

**INGREDIENTES:** para la realización de los embutidos la unidad es en kilogramos

Carne vacuna o cerdo combinada	32,0 Kg
Tocino de cerdo	23,0 Kg
Emulsion 1:8:8	16,0 Kg

Hielo	20,0 Kg
Sal curante	2,3 Kg
Fécula	4,0 Kg
Caseinato	1,0 Kg
Polifosfato	0,5 Kg
Pimienta negra en polvo	0,2 Kg
Ajo en polvo	0,2 Kg
Pimienta negra triturada	0,2 Kg
Acido ascórbico	0,4 Kg

### **PROCESO TECNOLÓGICO**

**SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA.-** Se selecciona carne de segunda o tercera categoría, de res y cerdo.

**TROCEADO.-** Se corta la carne en trozos, igualmente la grasa, se retira los huesos y cartílagos.

**CURADO.-** Se adiciona la sal curante, frotando bien los trozos de carne y se almacena en refrigeración por 24 horas utilizando recipiente y presionando.

**MOLIDO.-** Se procede a moler la carne y el tocino por separado, usando los discos de 10-12 mm de diámetro, respectivamente. La carne y la grasa deben estar en refrigeración

**HOMOGENIZADO.-** Si no se a curado antes se adiciona primero la sal curante, en la carne y tocino que se están picando en la cutter, se va adicionando poco a poco el hielo para que no se suba la temperatura, a 3°C se coloca el polisfosfato, caseinato, especerías, emulsión y el acido ascórbico en

su orden. Se debe evitar temperaturas superiores a los 15°C, por ultimo hay que agregar la fécula y si es necesario el colorante.

**EMBUTIDO.-** Una vez la masa homogénea, se coloca en la embutidora, y preparada las tripas se proceda a embutir sin dejar aire en el interior. Para la especial se usa tripas calibre 90 a 100 mm y para la corriente de 80 mm si son de fibra, y si son de celulosa extensible de 65 a 90 mm respectivamente.

**AHUMADO.-** se coloca las mortadelas embutidas en la cámara de ahumado, por 20 a 30 minutos a temperatura de 70 a 80°C, para que se seque la superficie y luego por 2 a 3 horas a temperatura de 40 a 50°C.

**ESCALDADO.-** El cocimiento se puede realizar en hornos con temperaturas de hasta 100°C, por un tiempo de 2,5 a 3 horas o hasta alcanzar temperaturas de 68°C, internamente y por 20 a 30 minutos. Otro sistema es el escaldado por uso de vapor o en caldero abierto a temperatura de 70 a 80°C por el tiempo de 2,5 a 3 horas a temperatura interna de 68°C por 20 a 30 minutos.

**ENFRIADO.-** Cumplido el proceso de cocción, se enfría en agua corriente hasta temperaturas de 20 a 30°C.

**OREO.-** Se deja orear en ambientes hasta 10°C y humedad relativa de 70% por 0.5 a 1 hora.

**ALMACENADO.-** En cámaras frigoríficas con 7°C y 70% de humedad relativa.

### **Diagrama N° 1 PROCESO TECNOLÓGICO DE MORTADELA**

1.- Selección de la materia prima

2.- Troceado

3.- Curado

4.- Molido

5.- Homogenizado

6.- Embutido

7.- Transporte a cámara de ahumado

8.- Ahumado

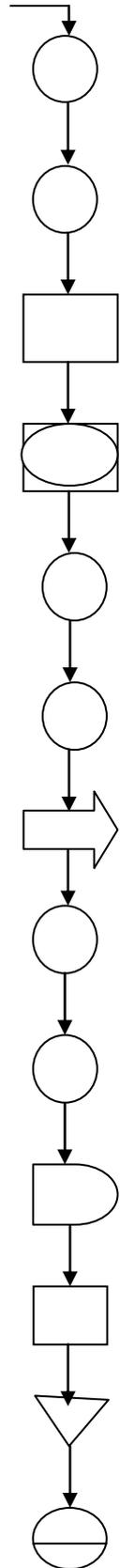
9.- Escaldado

10.- Enfriado y Oreo

12.- Control y Calidad

13.- Almacenamiento a 7°C

14.- Fin



## **JAMÓN**

Es un producto de pasta fina, ahumado y elaborado de carne de cerdo, res, pollo, etc.

### **Proceso de elaboración del jamón**

INGREDIENTES: para la realización de los embutidos la unidad es en kilogramos

Carne de cerdo	100,0 Kg
Sal curante	2,0 Kg
Azúcar	1,0 Kg
Polifosfato	0,5 Kg
Agua	15,0-20,0 Kg
Fécula	2,7 Kg
Condimento de jamón	0,5 Kg

## **PROCESO TECNOLÓGICO**

**SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA.-** Se utiliza carne magra de piernas, brazos y lomo.

**TROCEADO.-** Se corta la carne de 2 x 2 x 2 cm o en filetes siguiendo la fibra del musculo.

**ABLANDADO.-** Se pasa la carne por el ablandador o también se ablanda por medio de golpes utilizando mazos ablandadores

**CURADO.-** Para esta actividad se agrega la sal curante y se masajea por 10 a 15 minutos usando solo la ½ parte de la carne, luego se adiciona el resto de la carne y se procede de igual forma, hasta notar la extracción de las proteínas.

**HOMOGENIZADO.-** Se agrega el polifosfato disuelto en agua caliente, el agua poco a poco pero fría al mismo tiempo, la fécula y otro ligante y al final el condimento.

**REPOSAR.-** Se deja reposar la masa en refrigeración de 4°C por 2 a 4 horas, el reposo se puede realizar luego del moldeo.

**MOLDEADO.-** Cubrir moldes con polietileno, llenar de masa hasta el borde y colocar la prensa. Si anteriormente no dejó en reposo, coloque en refrigeración.

**COCIDO.-** En agua a 75 a 80°C por 2 a 5 horas dependiendo del tamaño del molde o a temperatura interna de 68°C por treinta minutos. Importante no excederse en la temperatura.

**REFRIGERADO.-** Dejar en refrigeración a 4°C por 24 horas, para obtener una buena ligazón.

**DESMOLDADO.-** retirar el jamón del molde y arreglar los filos.

**EMPACADO.-** Se coloca los jamones en bolsas termoplásticas, con sellado al vacío, se sumerge por instantes en agua a 95°C para que la bolsa se contraiga y se adhiera al producto.

**ALMACENADO.-** En cámaras frigoríficas con 7°C

**Diagrama N° 2 PROCESO TECNOLÓGICO DEL JAMÓN**

1.- Selección de la materia prima

2.- Troceado

3.- Ahumado

4.- Curado

5.- Homogenizado

6.- Reposado

7.- Transporte para el moldeado

8.- Moldeado

9.- Cocido

10.- Transporte

11.- Refrigeración

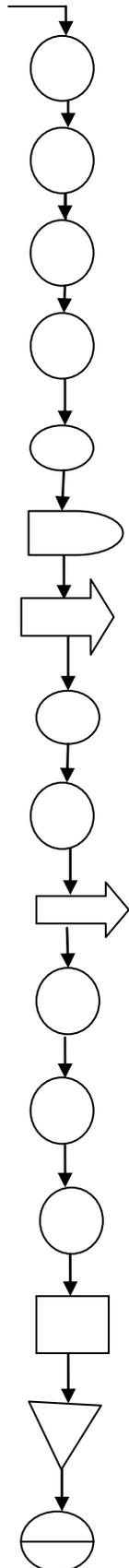
12.- Desmoldado

13.- Empacado

14.- Control de calidad

15.- Almacenamiento a 7°C

16.- Fin



## VIENESA

Es un producto de buena calidad y muy nutritivo para la alimentación diaria.

**INGREDIENTES:** para la realización de los embutidos la unidad es en kilogramos

Carne vacuna o cerdo combinada	33,0 Kg
Tocino de cerdo	21,0 Kg
Hielo en escama	20,7 Kg
Emulsión 1:8:8	15,0 Kg
Fécula	6,0 Kg
Sal curante	2,3 Kg
Caseinato	0,5 Kg
Polifosfato	1,0 Kg
Comino en polvo	0,1 Kg
Pimienta negra en polvo	0,2 Kg
Cebolla en polvo	0,2 Kg

## PROCESO TECNOLÓGICO

**SELECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA.-** Se utiliza carne de segunda categoría y tocino dorsal y ventral.

**TROCEADO.-** Se troza las piezas de carne y tocino en pedazos pequeños, de acuerdo a la capacidad del molino.

**MOLIDO.-** Se procede a moler la carne y el tocino por separado utilizando los discos 10 y 12 mm, respectivamente.

**HOMOGENIZADO.-** Colocamos la carne y el tocino en la cutter, previamente refrigerados a 3°C, se adiciona la sal curante y el hielo poco a poco, a 5°C luego se adiciona el polifosfato y el caseinato, luego la emulsión, condimentos y la fécula, respectivamente. Es preferible que la temperatura no exceda a 10°C en la masa

**EMBUTIDO.-** se embute en tripas artificiales de celofán, calibre 16-18 mm para corrientes y 20 – 22 para la especial.

**AMARRADO.-** si la embutidora no dispone de porcionadora, se procederá a amarrar en porciones de 10 cm. Preferiblemente no se debe usar hilo.

**ESCALDADO.-** se las pasa por un ligero baño de vapor a 70°C por 5 minutos.

**AHUMADO.-** Luego colocamos las vienas en la cámara de ahumado a 70°C por 15 a 30 minutos.

**COCIDO.-** se cocina a caldero abierto las vienas a 75°C por 10 minutos.

**ENFRIADO.-** las llevamos a enfriar las vienas usando agua de chorro, hasta temperatura del agua corriente.

**ALMACENADO.-** por ultimo almacenamos las vienas en frigoríficos con temperaturas máximas de 7°C.

**Diagrama N° 3 PROCESO TECNOLÓGICO DE LA VIENESA (SALCHICHA)**

1.- Selección de materia prima

2.- Troceado

3.- Molido e inspección

4.- Homogenizado

5.- Traslado a la embutidora

6.- Embutido

7.- Amarrado

8.- Traslado a tina de escaldado

9.- Escaldado

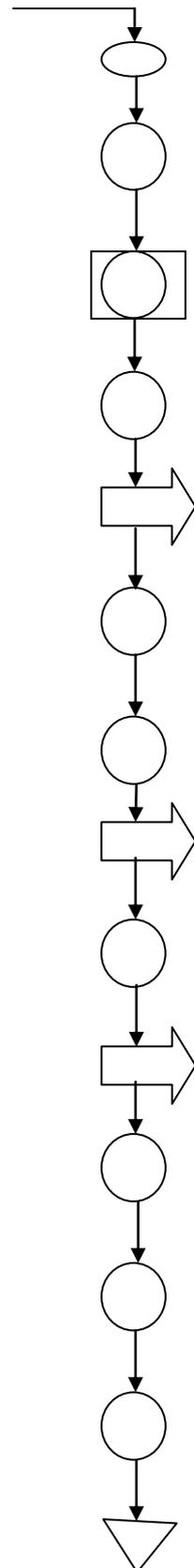
10.- Traslado a la cámara de ahumado

11.- Ahumado

12.- Cocido

13.- Enfriado

14.- Almacenamiento a 7°C



### **4.3 NECESIDADES DEL PROYECTO**

#### **4.3.1 Infraestructura**

Las necesidades del proyecto respecto de infraestructura, se ha determinado que se necesita un área de construcción de 340 metros cuadrados

#### **PAREDES Y TECHOS**

Para la construcción de los techos de las diferentes áreas son de láminas de acero inoxidable, hierro galvanizado, fibra de vidrio y PVC.

#### **VENTANAS**

Están construidas de materiales resistentes, que necesitaran poco mantenimiento y son de fácil limpieza; estos son de acero inoxidable y aluminio.

Es necesario calcular el volumen de aire a renovar y la frecuencia de extracción de dicho volumen de aire. Para la extracción se utilizan extractores industriales especialmente diseñados.

#### **PISOS**

Construidos con materiales resistentes y antirresbaladizos. Para ello, se encuentran en el mercado cerámicas especiales con alta resistencia a los golpes y al ataque de ácidos.

#### **DESAGÜES**

Construirlos en acero inoxidable o hierro fundido con trampas que retenga las partículas sólidas tales como restos de carne y grasa para evitar se vayan hacia las cañerías, provocando posibles obstrucciones.

#### **ILUMINACIÓN**

Todas las áreas de depósito y proceso cuentan con suficientes fuentes de luz, para facilitar las tareas operativas a cualquier hora del día y permitir ver los contaminantes.

Todos los portalámparas, tienen un protector de acrílico para evitar la caída de lámparas o tubos sobre las materias primas y los operadores.

### **CAPACIDAD DE AGUA Y DEPÓSITOS**

Si bien es importante disponer de agua que cumpla con las especificaciones de calidad y potabilidad para elaborar embutidos, también lo es disponer de agua fría y caliente en cantidades suficientes para satisfacer las necesidades de mayor consumo.

### **CLORACIÓN DEL AGUA POTABLE Y DE POZO**

Las normas higiénico-sanitarias recomiendan que el agua potable para proceso y de servicio, disponibles en una planta de embutidos, tenga una concentración de cloro libre de 1,5 partes por millón (ppm).

Compramos hipoclorito de sodio concentrado (comercial). Este tiene una concentración de 100 microgramos por cada centímetro cúbico o mililitro de solución pura.

### **DISPONIBILIDAD DE AGUA CALIENTE PARA USO EN LAVAMANOS Y BAÑOS**

Empleamos una línea independiente con agua caliente (35 a 40°C) para los lavamanos y servicios higiénicos.

Contamos con un tanque de agua con una serpentina de vapor. El control de la temperatura deseada se hace a través de una válvula solenoide o válvula termorregulador y un termostato.

La infraestructura que el área operativa y administrativa está compuesta de los siguientes ambientes distribuidos de la siguiente forma:

Área Administrativa

Área de Ventas

Área de Producción

Área de Mantenimiento

Área Común

El total de la infraestructura es de 340 m<sup>2</sup> el cual está distribuido como se indicó anteriormente y en el plano que esta adjunto en anexos1.5.

#### **4.3.2. Maquinaria y equipo**

Para el normal funcionamiento de la planta procesadora de cárnicos, es necesario que se adquiriera los siguientes equipos.

**Tabla # 4.1 EQUIPO Y MAQUINARIA.**

ITEM	DESCRIPCION	CANT.	V. UNIT.	V TOTAL
1	SIERRA ELECTRICA PARA PARTIR ESTERNON DE 2HP TRIFASICO	1	4990	4990,00
2	SIERRA ELECTRICA PARA PARTIR CANALES MOPg LQ400 2HP TRIFASICO	1	6100	6100,00
3	BALANCEADOR PARA SIERRA DE PARTIR ESTERNON	1	1770	1770,00
4	BALANCEADOR PARA SIERRA DE PARTIR CANALES	1	1700	1700,00
5	BOMBA DE ALTA PRESION DE 1 HP	1	1890	1890,00
6	BALANZA DIGITAL AEREA 1.500kg.	1	1900	1900,00
	CUARTOS FRIOS			
7	EVAPORADOR	2	1946	3892,00
8	UNIDAD DE FRIO DE 3 HP	1	3425	3425,00
9	AISLAMIENTO TERMICO COMPLETO Y LAMINA ONDULADA	1	4360	4360,00
10	PUERTA AISLADA TERMICA DE REFRIGERACION	1	858	858,00
11	TABLERO AUTOMATICO DE CONTROLES DE REFRIGERACION CON 3 CONTACTORES 1 RELE TERMICO Y 1 CONTROL DE SEGURIDAD ELECTRICO AUTOMATICO	1	748	748,00
12	INSTALACIONES ELECTRICAS INDUSTRIALES CON CANALETAS Y CABLEADO CONCENTRICO	1	1140	1140,00
13	TRANSPORTE ELEVADO DE RIEL HANGERS, CAMBIAS FRENOS BAJADOR DE NIVELES SOPORTES PRINCIPALES SECUNDARIOS RIGILIZADORES PLATINA NEGRA	80	145	11600,00
14	PUERTA GIRATORIA Y SEGURO REFLECTOR	1	640	640,00
15	MESA DE PREPARACION DE VISCERAS ROJAS E INTESTINOS INOXIDABLE	1	1200	1200,00
16	PORTA VISCERAS	1	450	450,00
17	MESA PARA INSPECCION DE VISCERAS	1	200	200,00
18	TINA DE ESCALDADO INOXIDABLE PARA I CERDO CON CANASTILLA CON PALANCA	1	2000	2000,00
19	SISTEMA DE CALENTAMIENTO A GLP	1	750	750,00
20	MESA GAMBRELEA ACERO INOXIDABLE	1	300	300,00
21	ESTERILIZADORES	3	144	432,00
22	LAVADORAS PARA MANO CON OPERACION CON RODILLA	4	105	420,00
23	COMPRESOR 15HP	1	5000	5000,00
	ELEMENTOS PARA ZONA DE PROOUCCION CARNICA			
24	HORNO AHUMADOR EN ACERO INOXIDABLE	1	2500	2500,00
25	EMPACADORA AL VACIO	1	6960	6960,00
26	CORTADORA DE HUESOS NACIONAL	1	2300	2300,00
	UTENSILLOS MENORES			
27	CHAIRAS	3	21	63,00
28	ESMERIL PARA API LAR	1	1500	1500,00
29	MOLINO DE 32 OUINTALES NACIONAL	1	2500	2500,00
30	MAQUINA PARA PRODUCIR HIELO	1	10500	10500,00
31	CONGELADOR PARA MERCADO RECTANGULAR DE 15 NAC	1	1500	1500,00
32	ETIQUETADORA 15 KILOS BALANZA	1	3500	3500,00
33	TERMO 100PH	1	4000	4000,00
	<b>TOTAL</b>			<b>91088,00</b>

FUENTE: Embutidos la Italiana, Comercial Montero

**Tabla # 4.2 MATERIALES DE OFICINA UTILIZADOS  
(GASTOS DE ADMINISTRACIÓN)**

Los materiales de oficina que se detalla a continuación necesarios para realizar el proyecto en vista que son necesarios para el área administrativa.

CANTIDAD	MATERIALES	P. UNIT.	P. TOTAL
9	Cuaderno Universitario	1,25	11,25
32	Fólder A4	1,62	51,84
10	Paquetes de papel	3,5	35
8	cajas de grapas	0,6	4,8
8	Grapadoras	11,5	92
8	Perforadoras	5,2	41,6
3	paquetes de papel copia	1	3
5	Sellos	6	30
5	Almohadillas	1,5	7,5
10	Portaminas	2	20
10	Minas	0,5	5
10	Borrador	0,1	1
18	Esferos	0,25	4,5
30	Cds	0,5	15
4	Diskettes	6	24
5	papel para copiadora	3,8	19
3	Tóner	70	210
8	cajas de clips	0,6	4,8
10	Resaltadores	1,2	12
4	Reglas	0,15	0,6
6	tiza liquida	1,1	6,6
1	pizarrón tiza liquida	50	50
1	borrador pizarra liquida	0,5	0,5
	SUMAN		\$ 649,99

FUENTE: BAZAR LORENA

### Tabla # 4.3 Muebles y Enseres de Oficina

Los muebles y enseres son para las oficinas del personal que laborará en el área administrativa de la empresa.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNIT.	P.TOTAL
2	Mesas par bar.	100	200
1	Mesa para juntas	290	290
34	Sillas	6	204
36	Vasos	0,7	25,2
2	Cafeteras	40	80
36	Tazas	1,33	48
4	Escritorio	100	400
4	Sillón Ejecutivo	50	200
4	Archivador	100	400
12	Sillas rotativas	6	72
	SUMAN		\$ 1919,2

Fuente: Mall del rio

### Tabla # 4.4 Maquinaria y Equipo de Oficina

Lo detallado a continuación es indispensable para el correcto desarrollo del área administrativa de la empresa.

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.UNIT.	P.TOTAL
1	Sumadora	80	80
1	Refrigerador	750	750
2	Líneas telefónicas	250	500
4	Computador	850	3400
4	Teléfono	25	100
1	Fax	220	220
1	Copiadora	3500	3500
1	Centralilla telefónica	2000	2000
	SUMAN		\$ 10550

Fuente: Comercial Juan el Juri

### Tabla # 4.5 Recursos Humanos

Es el detalle del personal que desempeñará sus labores en la empresa.

NUMERO	PERSONAL	SALARIO	TOTAL
9	OPERARIOS	167,22	1504,98
1	ASEO Y LIMPIEZA	150,00	150,00
	TOTAL		\$ 1654,98

Fuente: análisis administrativo

### Tabla # 4.6 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN POR MANO DE OBRA

El personal administrativo necesario para el progreso de la empresa.

NUMERO	PERSONAL	SALARIO	TOTAL
1	DIRECTOR	400	400
1	SECRETARIA	200	200
1	CONTADOR	300	300
	TOTAL		\$ 900

Fuente: área administrativa

#### 4.5. Distribución en planta

**El proceso productivo de la Planta procesadora de bovinos, se demuestra su distribución en el esquema # 1 que se detalla en el anexo.**

- (1) Monorriel para el transporte de la carne fresca
- (2) Mesa de despiece
- (3) Tajo
- (4) Bascula de piso
- (5) Mesa de empackado y pesado de la carne fresca
- (6) Carros sobre ruedas para el transporte de la carne y los productos
- (7) Mesa para troceado, deshuesado y pesado de la carne
- (8) Molino triturador

- (9) Maquina mezcladora
- (10) Maquina embutidora
- (11) Mesas para preparaciones diversas
- (12) Armario de ahumado
- (13) Prensa para la extracción de manteca
- (14) Estufones con tinas para escaldado y cocción de la carne y los productos
- (15) Tarjas lavamanos
- (16) Espetones sobre ruedas para el transporte de los productos
- (17) Mesa para llenar envases, pesar carnes y salsa
- (18) Túnel de preesterilización
- (19) Mesa para tapar envases
- (20) Cerradoras de envases
- (21) Canastillas para trasladar los botes
- (22) Monorriel con grúa para trasladar las canastillas
- (23) Autoclave para esterilización
- (24) Tina para enfriar envases esterilizados
- (25) Mesa de secado, etiquetado y empaçado.

#### 4.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

Tabla # 4.7 PLAN DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS

PLAN DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS					
PRODUCTO	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
	2009	2010	2011	2012	2013
JAMÓN	12.029,60	14.034,30	14.034,30	16.039,35	18.044,05
MORTADELA	15.946,21	18.603,60	18.603,60	21.261,46	23.918,85
VIENESA	6.714,19	7.833,10	7.833,10	8.952,19	10.071,10
PRODUCCIÓN ANUAL	34.690,00	40.471,00	40.471,00	46.253,00	52.034,00

Fuente. Tabla 3.3

## CAPITULO V

# ORGANIZACIÓN Y MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

## **CAPITULO V**

### **5 ORGANIZACIÓN Y MARCO LEGAL DE LA EMPRESA**

#### **5.1 TIPO DE EMPRESA**

##### 5.1.1 Nombre de la empresa

A la empresa se le ha denominado “CÁRNICOS DOMINOS S.A”

##### 5.1.2 Misión

Proporcionar productos certificados de la mejor calidad y al mejor precio a nuestros clientes mayoristas y minoristas, adaptándonos constantemente a sus necesidades, requerimientos y a las nuevas tendencias del mercado.

##### 5.1.3 Visión

Ser reconocidos como una empresa dinámica y competitiva dentro del sector, que apoyados en el capital humano, la implementación de un continuo control y la introducción de nuevas tecnologías ofrece a los consumidores productos de la mejor calidad.

Ser una empresa regionalmente respetada por ofrecer productos confiables y saludables, que cumple de manera irrestricta los estándares nacionales e internacionales en toda la cadena de producción.

#### 5.1.4 Valores

**El cliente es el rey:** tenemos el honor y el privilegio de servir y atender a todos nuestros clientes que son la razón de nuestra empresa, por lo que buscamos entablar relaciones de largo plazo.

**Servicio:** nos esforzamos para que la amabilidad, cordialidad, y puntualidad primen durante la entrega de nuestros productos y la prestación de nuestros servicios.

**Excelencia:** nuestro compromiso es trabajar de la manera más eficaz y eficiente en toda la cadena de producción, lo que nos permite conseguir nuestras metas y optimizar recursos para la reinversión.

**Reacción positiva al cambio:** los cambios son inevitables por lo que trabajamos de manera creativa para buscar nuevas alternativas para adaptar nuestros productos a las necesidades de los clientes y cubrir sus expectativas. Buscamos introducir nuevas tecnologías para mejorar todos los procesos y la cadena de producción.

**Actitud de respeto:** nos esforzamos para que en el lugar de trabajo prime el respeto y exista un sistema de comunicación honesto y directo.

**Espíritu de cuerpo:** trabajamos como un sólo equipo respetando la diversidad, la individualidad y las diferencias personales y profesionales. Valoramos e impulsando sobre todo el aporte de cada uno para el logro de los objetivos comunes.

## 5.2. MARCA

Las ventajas que se busca con la creación de la marca son:

- Construir y mantener la lealtad de los consumidores.
- Simplificar la decisión de compra del consumidor.
- Hacer que los consumidores valoren la calidad, seguridad del producto.

### **5.3. LOGOTIPO**



### **5.4. SLOGAN**

“Calidad para su salud”

### **5.5 RECURSO HUMANO (ORGANIZACIÓN)**

#### **5.5.1 Organización**

GERENTE GENERAL.- Administrar, controlar todas las áreas de la empresa.

SECRETARIA.- Apoyo a las actividades Administrativas

JEFE DE PRODUCCIÓN.- Programar, controlar e informar del proceso de producción con el fin de lograr eficiencia y un producto de calidad.

OPERARIO DE PLANTA.- Poner en marcha la programación de la limpieza.

AUXILIAR DE PLANTA.- Realizar los trabajos de limpieza, desinfección.

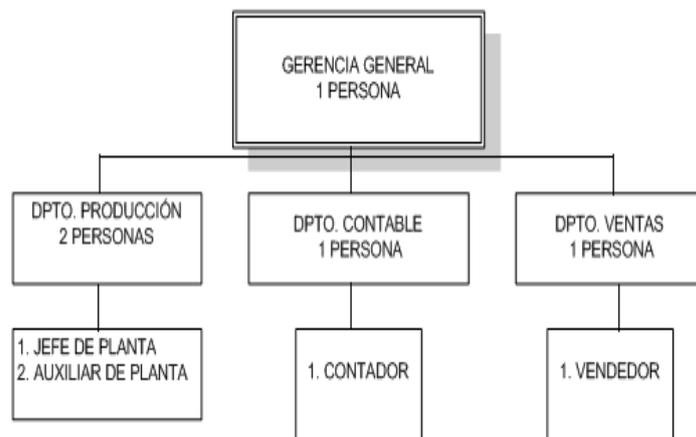
**CONTADOR.-** Manejar las operaciones financieras que ocurran dentro de la empresa. Así como mantener la contabilidad del negocio actualizada, pagar puntualmente los impuestos.

**JEFE DE VENTAS.-** Planificar estrategias para promocionar nuestro producto incrementar los niveles de ventas.

**VENDEDOR.-** Venta y distribución de los productos.

**JEFE DE PERSONAL.-** Proveer de personal calificado a la empresa.

### 5.5.2 Organigrama



### 5.5.3 Funciones del personal

**PUESTO: GERENTE GENERAL**

**DEPENDE DE: JUNTA DE SOCIOS**

**SUBORDINADOS: JEFE DE PRODUCCION, JEFE DE VENTAS, JEFE RECURSOS HUMANOS, CONTADOR GENERAL.**

**FUNCION BASICA: Administrar, controlar todas las areas de la empresa.**

**RESPONSABILIDADES:**

- Informar a los inversionistas la situación actual de la empresa

- Establecer buenas relaciones con los niveles internos y externos para establecer un correcto uso de los recursos
- Tomar decisiones basadas en el análisis que ayuden a coordinar y actualizar las áreas de la empresa.
- Mantenerse informado de la competencia y tecnología para elaborar planes de acción y quedarse rezagados.
- Hacer una empresa dinámica, creativa y rentable
- Desarrollar ventajas para la empresa que se vean reflejadas en una mayor remuneración económica
- Vigilar el régimen legal para el cumplimiento de las disposiciones fiscales, laborales tanto en percepción con derechos y obligaciones.
- Vigilar que la empresa cumpla con los permisos sanitarios.

#### **APTITUD DEL PUESTO:**

- Debe ser una persona con principios y ética, emprendedora, con carácter, capacidad de tomar decisiones en situaciones de estrés, habilidad expresiva.
- Mínimo Ingeniero en administración de Empresas.
- Edad comprendida entre 25 – 58 años
- Sexo Femenino o masculino
- Experiencia Mínima de 2 años en puesto similares

#### **FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Actitud para el trabajo
- Toma de decisiones
- Calidad coordinadora
- Conocimientos del puesto
- Disciplina

#### **FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Equipamiento

- Ambiente laboral
- Materiales de trabajo
- Acondicionamiento de la planta

**PUESTO: SECRETARIA**

**DEPENDE DE: GERENTE GENERAL, JEFE DE PRODUCCION, JEFE DE VENTAS, JEFE DE RECURSOS HUMANOS Y CONTADOR GENERAL**

**SUBORDINADOS: NINGUNO**

**FUNCION BASICA: Apoyo a las actividades Administrativas.**

**RESPONSABILIDADES:**

- Apoyar al Gerente General, jefe de producción, jefe de ventas, jefe de recursos humanos y contador general
- Llevar la agenda del Gerente General
- Simplificar la información recibida, archivarla y proporcionar cuando se la necesite.
- Informar las actividades de la empresa
- Contestar el teléfono
- Tomar decisiones con respecto a su cargo y responsabilidades que se le asigne en ese momento
- Redactar cartas, memorándum, oficios, requisiciones, informes que sus Jefes lo soliciten
- Preparar y ordenar la documentación e información con el pago de impuestos que será enviada al Dpto. Contable.
- Comunicar de las anomalías que se suscitan en la empresa.

**APTITUD DEL PUESTO:**

- Debe ser una persona con carácter y disposición, ya que tiene que lograr una buena relación con los Gerentes, proveedores, clientes, empleados

- Ser una persona discreta, honrada, principios y ética.
- Experiencia mínima 1 año en puestos similares
- Edad entre 21 - 40 años de Edad.
- Sexo Femenino.
- Estudios de Secretariado o Contabilidad
- Conocimientos de Word, Excel, programas de Office

**FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Actitud para el trabajo
- Toma de decisiones
- Calidad Coordinadora
- Conocimiento del puesto
- Honradez
- Disciplina

**FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Equipamiento
- Ambiente laboral
- Materiales de trabajo
- Acondicionamiento de planta

**PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN**

**DEPENDE DE: GERENTE GENERAL**

**SUBORDINADOS:** Operario de planta, Auxiliar de planta

**FUNCION BASICA:** Programar, controlar e informar del proceso de producción con el fin de lograr eficiencia y un producto de calidad

**RESPONSABILIDADES:**

- Mantener constante comunicación los Jefes de Ventas, Contador, Jefe de Recursos Humanos, Gerente General

- Controlar que se de cumplimiento a las normas de sanidad.
- Controlar la calidad de la producción
- Realizar los requerimientos de materiales, materias primas, equipos.
- Solicitar capacitación para el Departamento de Producción.
- Solucionar los problemas presentados en los procesos de producción.
- Es responsable del buen desarrollo de la planta, de la eficiencia y eficacia de los procesos de producción

#### **APTITUD DEL PUESTO:**

- Debe ser una persona con carácter y disposición, comprometida, con ética y moral.
- Gozar de buena salud
- Conocimientos de manejo y desarrollo de actividades
- Estudios de agronomía
- Experiencia mínima 1 año en cargos similares
- Edad de 27-48 Años
- Sexo Masculino o Femenino

#### **FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Actitud para el trabajo
- Toma de decisiones
- Calidad Coordinadora
- Conocimiento del puesto

#### **FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Equipamiento
- Ambiente Laboral
- Materiales de trabajo
- Acondicionamiento de planta.

**PUESTO: OPERARIO DE PLANTA****DEPENDE DE: JEFE DE PRODUCCIÓN****SUBORDINADOS:** Auxiliar de planta**FUNCION BASICA:** Poner en marcha la programación de producción**RESPONSABILIDADES:**

- Informar diariamente de las actividades realizadas al Jefe de producción
- Realizar la limpieza del lugar.
- Inspeccionar el producto
- Realizar la función programada.

**APTITUD DEL PUESTO:**

- Agilidad para realizar eficientemente el trabajo
- Gozar de buena salud
- Experiencia mínima de 1 año en trabajos similares
- Edad 23-38 años de edad
- Disponibilidad de tiempo

**FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Número de tareas realizadas al día
- Actitud para el trabajo
- Conocimientos de puesto
- Sentido lógico

**FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Materiales de trabajo
- Métodos de trabajo
- Equipamiento
- Acondicionamiento de planta

**PUESTO: AUXILIAR DE PLANTA**

**DEPENDE DE: Jefe de Producción y Operario de Planta.**

**SUBORDINADOS:** Ninguno

**FUNCION BASICA:** Realizar los trabajos de limpieza, desinfección

**RESPONSABILIDADES:**

- Realizar la limpieza y desinfección del lugar
- Limpieza y desinfección del lugar de acuerdo al cronograma.
- Cumplir con las órdenes que le dé el Operario de Planta
- Limpieza y desinfección del área de producción

**APTITUD DEL PUESTO:**

- Agilidad para realizar eficientemente el trabajo
- Gozar de buena salud
- Experiencia mínima de 1 año en trabajos similares
- Edad 21-38 años de edad.
- Disponibilidad de tiempo

**FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Número de tareas realizadas al día
- Actitud para el trabajo
- Conocimientos de puesto
- Sentido lógico

**FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Materiales de trabajo
- Métodos de trabajo
- Equipamiento
- Materiales de trabajo
- Acondicionamiento de planta.

**PUESTO: CONTADOR****DEPENDE DE: Gerente General.****SUBORDINADOS:** Ninguno**FUNCION BASICA:** Manejar las operaciones financieras que ocurran dentro de la empresa. Así como mantener la contabilidad del negocio actualizada, pagar puntualmente los impuestos**RESPONSABILIDADES:**

- Organizar y llevar la contabilidad de acuerdo con los principios instructivos emanados por la Superintendencia de Compañías
- Presentar los registros de diario, mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados financieros a presentar (balance general, estado de resultados y flujo de efectivos), indicadores financieros.
- Realizar comparaciones con períodos anteriores y realizar proyecciones financieras.
- Llevar a cabo el pago de impuestos y trámites legales
- Administrar sueldos y salarios de acuerdo a experiencia, fijar sueldos de acuerdo a cada categoría
- Realizar los roles de pagos
- Asesorar en materia contable al Gerente y más directivos de la empresa cuando lo soliciten
- Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras
- Planear y controlar todas las actividades del área contable y financiera de la empresa

**APTITUD DEL PUESTO:**

- Ser una persona honrada, principios, responsable, ordenada
- Título de Contador
- Experiencia mínima 1 año
- Edad 24-45

**FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Conocimientos de puesto
- Disciplina
- Capacidad coordinadora

**FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Materiales de trabajo
- Métodos de trabajo
- Equipamiento

**PUESTO: JEFE DE VENTAS****DEPENDE DE: Gerente General.****SUBORDINADOS:** Vendedores**FUNCION BASICA:** Planificar estrategias para promocionar nuestro producto incrementar los niveles de ventas.**RESPONSABILIDADES:**

- Planificar estrategias para incrementar ventas
- Planificar la publicidad y promociones de ventas.
- Informar mensualmente al gerente general sobre el estado de las ventas.
- Investigar constantemente la satisfacción del cliente, cambios del mercado.
- Evaluar el mercado potencial, determinar el crecimiento del mismo
- Planear el sistema de distribución
- Determinar la política de precios (conjuntamente con finanzas y producción)

**APTITUD DEL PUESTO:**

- Ser una persona creativa, dinámica, emprendedora, responsable
- Estudios superiores de Mercadotecnia
- Experiencia mínima 1 año
- Edad 24-45

**FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Actitud para el trabajo
- Calidad Coordinadora
- Toma de decisiones
- Conocimientos de puesto
- Disciplina

**FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Ambiente Laboral
- Materiales de trabajo
- Equipamiento
- Acondicionamiento de la planta

**PUESTO: VENDEDOR**

**DEPENDE DE:** Jefe de Ventas.

**SUBORDINADOS:** Ninguno

**FUNCION BASICA:** Venta y distribución de los productos

**RESPONSABILIDADES:**

- Tomar los pedidos de los clientes de los supermercados, restaurantes, tiendas, etc
- Buscar nuevos mercados para la distribución de productos
- Informar de las ventas

**APTITUD DEL PUESTO:**

- Ser dinámico, habilidad expresiva, honrado, amable, atento.
- Experiencia mínima 1 año.
- Conocimiento de ventas
- Edad 23-45

**FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Actitud para el trabajo
- Calidad Coordinadora
- Disciplina

**FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Ambiente Laboral
- Materiales de trabajo
- Equipamiento

**PUESTO: JEFE DE PERSONAL**

**DEPENDE DE: Gerente General.**

**SUBORDINADOS:** Jefe de producción, Jefe de Ventas, Contador

**FUNCION BASICA:** Proveer de personal calificado a la empresa

**RESPONSABILIDADES:**

- Seleccionar el personal cuando lo requiera.
- Controlar que el personal cumpla con los requerimientos para ocupar el cargo
- Planificar los sistemas de capacitación al personal
- Planificar charlas motivadoras para el personal

**APTITUD DEL PUESTO:**

- Ser una persona creativa, dinámica, emprendedora, responsable. Rapidez de decisión.
- Estudios superiores de Administración
- Experiencia mínima 1 año.
- Edad 25-45

**FACTORES DE MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO:**

- Actitud para el trabajo
- Calidad Coordinadora
- Toma de decisiones
- Conocimiento del puesto

**FACTORES QUE CONDICIONAN EL DESEMPEÑO DEL PUESTO:**

- Ambiente Laboral
- Materiales de trabajo
- Equipamiento
- Acondicionamiento de planta

# CAPITULO VI

# ESTUDIO ECONÓMICO

## CAPITULO VI

### 6 ESTUDIO ECONÓMICO

#### 6.1 INVERSIONES

Activos Fijos.- Es la parte de la inversión que se destina a la adquisición de todos los activos fijos que se requieren para la creación de la empresa, son de propiedad de la empresa y sujetos a depreciación la que se detalla en el cuadro siguiente.

**Tabla # 6.1 ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCION	VALOR
Maquinaria y equipo	91.088,00
Construcción	35.000,00
Terreno	5.000
Muebles de oficina	1919,20
Equipos de oficina	10550
<b>TOTAL</b>	<b>143.557,20</b>

Fuente: tabla 4.1, 4.3, 4.4,

Activo Diferido.- Son todos los activos intangibles de la empresa, que están perfectamente definidos en las leyes impositivas.

**Tabla # 6.2 ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR \$
Permiso Sanitario	450,00
RUC	200,40
Diseño de Proyecto	2.000,00
Diseño de Planos	2.050,00
Permiso de Funcionamiento	500,00
Permiso de los Bomberos	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.200,40</b>

Fuente: departamentos de información bomberos, MSP

### CAPITAL DE TRABAJO

Es la inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece a elaborar el producto. Contablemente se define como activo circulante menos pasivo circulante.

**Tabla # 6.3 Capital de trabajo**

DESCRIPCIÓN	Valor para un año	Valor mensual
Materia Prima	34,690.00	2890.83
Mano de obra Directa	19,859.00	1654.92
Gastos de Administración	12,416.65	1034.72
Gastos Generales de Fabricación	15768.80	1314.07
TOTAL	82,734.45	\$ 6894.54

Fuente: tabla 6.6

**Tabla # 6.4 Resumen de inversión**

DESCRIPCION	VALOR
Activos Fijos	143.557,20
Activos Diferidos	5.200,40
Capital de Trabajo	6.894,54
Imprevistos 3%	6.169,54
TOTAL	\$ 161.821,68

Fuente: tabla: 6.1, 6.2, 6.3

## 6.2 INGRESOS

Los ingresos constituye la parte más importante del proyecto, provienen de la venta de los bienes o servicios, principales y sub productos.

Los ingresos se calculan multiplicando la cantidad de productos por el precio de venta unitario

$$I = Q \times P$$

Su cálculo se realiza mediante cuadros en el que se indique lo siguiente.

**Tabla # 6.5 Ingresos por venta**

	2009	2010	2011	2012	2013
Niveles de producción	60%	70%	70%	80%	90%
Unidades	34.690,00	40.471,00	40.471,00	46.253,00	52.034,00
Precio de venta/ kg	3,85	4,04	4,24	4,45	4,67
TOTAL INGRESOS	\$ 133.556,50	\$ 163.502,84	\$ 163.502,84	\$ 205.825,85	\$ 242.998,78

Fuente: tabla 3.3

### 6.3 COSTOS

#### 6.3.1 Costos de producción

#### DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

Los costos surgen como consecuencia lógica y fundamental del estudio técnico, puesto que este estudio permite estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios es decir se calcula la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

Costos de producción.- Está integrado fundamentalmente por tres elementos.

- a. Materia prima y material directo
- b. Mano de obra directa.
- c. Gastos generales de fabricación.

a. **Materia prima y materiales directos.-** Son los que quedan formando parte integral del producto terminado y puede ser: sabores, preservantes, empackado, etc. Estos costos incluyen fletes de compra, almacenamiento, seguros, manejo.

b. **Mano de obra directa.-** Es la que se utiliza para transformar la materia prima en productos terminados.

c. **Gastos generales de fabricación.-** Son aquellas que se incurre durante el proceso en rubros como, agua, luz, teléfono,

arriendos, seguros, depreciación, lubricantes, lijas, mantenimiento (Materiales indirectos y Mano de obra indirecta).

Tabla # 6.6 costos de Producción

CONCEPTO		PARCIAL \$	TOTAL \$
<b>1. COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>\$ 70.318,56</b>
<b>a. Materia prima</b>	12.029,60	34.690,0	
- ingredientes para mortadela	15.946,21		
- ingredientes para jamón			
- ingredientes para vienesa	6.714,19		
<b>b. Mano de obra directa</b>		19.859,76	
<b>c. Gastos Generales de Fabricación</b>		6.660,00	
- Combustibles	5.900,00		
- Agua	60		
- Luz	600		
- Teléfono	100		
<b>d. Depreciación</b>		9.108,80	

Fuente: tabla 6.3, anexo tabla 1.2

### 6.3.2 Costos de administración

Son aquellos que se incurren en la administración y son: Sueldos y salarios del gerente, secretaria, contadores, auxiliares, prestaciones sociales, útiles de oficina, utilería, servicios básicos, seguros de organización de la empresa, cargos por depreciación y amortización.

Tabla # 6.7 Costos de Administración

CONCEPTO	PARCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
----------	---------	-------	-------	-------	-------	-------

<b>2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>12.889,39</b>	14.178,33	14.178,33	15596,16	17.155,78
a. Sueldos	10.800,00					
b. Materiales de Oficina	649,99					
c. Dep. equipo de oficina	1.439,40					

Fuente: tabla 4.2, 4.6, cuadro depreciación

### 6.3.3. Costos de comercialización y ventas

Son aquellos gastos en que incurre una empresa para vender su producción y son: Sueldos y salarios, comisiones a vendedores, prestaciones sociales, útiles de aseo, papelería, servicios básicos, alquileres, transportes y fletes, viáticos y gastos de viaje, publicidad, seguros, impuestos, depreciación vehículo de reparto, etc.

**Tabla # 6.8 Costos de Ventas**

CONCEPTO	PARCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
3. COSTO DE VENTA		\$ 7.000,00	\$ 7.700,00	\$ 7.700,00	\$ 8.470,00	\$ 9.317,00
Agentes vendedores del servicio	5.400,00					
Suministros de oficina	240					
Publicidad	360,00					
Combustible y mantenimiento	1.000,00					

### 6.3.4 Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar por los préstamos obtenidos y son: Intereses a corto y largo plazo.

**Tabla # 6.9 Costos Financieros de Inversión**

FUENTE	Inversión Fija	Capital de Trabajo	TOTAL
	Inversión	Inversión	
Aporte propio	106.738,57	6.894,54	113.633,11
Préstamo	50.000	50.000,00	100.000,00
Total	156.738,57	56.894,54	213.633,11

Interés del Banco Nacional de Fomento

A continuación detallare los intereses que se deberá pagar en los 5 años que fue concedido el crédito para la ejecución del proyecto en el Banco Nacional de Fomento con un Interés del 10%.

**Tabla # 6.10 Interés del Banco**

nº	cuota préstamo	saldo capital	intereses	amortización capital
		100.000,00		
1	2.124,70	83.773,19	9269,64	16.226,81
2	2.124,70	65.847,22	7.570,48	17.925,97
3	2.124,70	46.044,16	5.693,40	19.803,05
4	2.124,70	24.177,47	3.619,76	21.876,69
5	2.124,70	0	1.328,98	24.167,47

#### 6.4 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

En proyectos es conveniente clasificar a los costos en Fijos y Variables, partiendo de los cuadros generales de costos.

**Costos fijos.-** Es aquel que permanece constante a cualquier volumen de producción.

Ejemplos. Arriendos, seguros, sueldo de personal administrativo, depreciaciones, entre otros

**Costo Variable.-** Es aquel que varía de acuerdo al volumen de producción, es decir si se incrementa la cantidad producida también lo hace el costo y viceversa.

**Tabla # 6.11 ESTRUCTURAS DE COSTOS.**

CONCEPTO	FIJO	VARIABLE	TOTAL
<b>1. COSTO DE PRODUCCION</b>			
a. Materia prima			
ingredientes para mortadela		12.029,60	
Ingredientes jamón		15.946,21	
ingredientes para vienesa		6.714,19	
b. Mano de obra directa		19.859,76	
c. Gastos Generales de Fabricación			
Combustibles		6.000,0	
Depreciación	9108,80		
Agua		60,0	
Luz		600,0	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>9.108,80</b>	<b>61.209,8</b>	
<b>2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN</b>			
a. Sueldos	10.800,00		
c. Materiales de Oficina		649,99	
d. Dep. equipo de oficina	1.439,40		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>12.239,40</b>	<b>649,99</b>	
<b>3. COSTO DE VENTA</b>			
Agentes vendedores del servicio	5.400,00		
Suministros de oficina		240	
Publicidad	360		
Combustible y mantenimiento		1.000,00	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5.760,00</b>	<b>1.240,00</b>	
<b>4 COSTO FINANCIERO</b>			
Intereses	9.269,64		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>9.269,64</b>		
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>36.377,84</b>	<b>63.099,8</b>	<b>\$ 99.477,6</b>

Fuente: tabla 6.6, 6.7, 6.8, 6.10

### Tabla # 6.12 Costo Total

**En esta tabla se detalla todos los valores y costos de producción, administración, venta y financiero que se tendrá durante la realización del proyecto con datos exactos y con la información correcta con una proyección para cinco años.**

<b>CONCEPTO</b>		<b>T. ANUAL</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>1. COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>70.318,56</b>	<b>77.350,42</b>	<b>77350,42</b>	<b>85085,46</b>	<b>93594,00</b>
a. Materia prima		34.690,0					
ingredientes para mortadela	12.029,60						
ingredientes para jamón	15.946,21						
ingredientes para vienesa	6.714,19						
b. Mano de obra directa		19.859,76					
c. Gastos Generales de Fabricación		6.660,00					
Combustibles	6.000,00						
Agua	60						
Luz	600						
Depreciación		9108,80					
<b>2. COSTO DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>12.889,39</b>	<b>14.178,33</b>	<b>14.178,33</b>	<b>15596,16</b>	<b>17.155,78</b>
a. Sueldos		10.800,00					
c. Materiales de Oficina		649,99					
d. Dep. equipo de oficina		1.439,40					
<b>3. COSTO DE VENTA</b>			<b>7.000,00</b>	<b>7.700,00</b>	<b>7.700,00</b>	<b>8.470,00</b>	<b>9.317,00</b>
Agentes vendedores del servicio		5.400,00					
Suministros de oficina		240					
Publicidad		360					
Combustible y mantenimiento		1.000,00					
<b>4 COSTO FINANCIERO</b>			<b>9.269,64</b>	<b>7.570,48</b>	<b>5.693,40</b>	<b>3.619,76</b>	<b>1.328,98</b>
Intereses		9.269,64					
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>99.477,6</b>	<b>106.799,23</b>	<b>104.922,15</b>	<b>112.771,4</b>	<b>121.395,77</b>

Fuente: tabla 6.6, 6.7, 6.8, 6.10

## 6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se llama punto de equilibrio de un proyecto el volumen productivo que corresponde a una situación en la que no se obtiene ganancias ni se incurre en pérdidas, es decir cuando los ingresos permiten cubrir los costos.

Punto de equilibrio según unidades producidas de Mortadela, Jamón y Vienesas

$$PE = \frac{CF}{Pu - Cuv}$$

$$PE = \frac{36.377,84}{2.03 - 1.85}$$

$$PE = \frac{36.377,84}{0.18}$$

$$PE = 202.099,11 \text{ Kg}$$

Punto de Equilibrio en base a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{Vt - Cu} * 100$$

$$PE = \frac{36.377,84}{133.556,50 - 63.099,80} * 100$$

$$PE = \frac{36.377,84}{70.456,70} * 100$$

$$PE = 0,5163 * 100$$

$$PE = 51.63\%$$

Punto de Equilibrio en base a las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{Cvu}{p}}$$

$$PE = \frac{36.377,84}{1 - \frac{1.85}{2.03}}$$

$$PE = \frac{36.377,84}{1 - 0.91}$$

$$PE = \frac{36.377,84}{0.09}$$

$$PE = 404.198,22 \$$$

# CAPITULO VII

# EVALUACIÓN DEL PROYECTO

## CAPITULO VII

### 7 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

#### 7.1 BALANCE GENERAL

Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o final del ejercicio económico.

<b>ACTIVOS</b>			
MAQUINARIA Y EQUIPO	91088,00		
IMPLEMENTACION AREA ADMINISTRATIVA	12469,2		
CONSTRUCCIONES	35000		
TERRENO	5000		
<b>PASIVOS</b>			
PRESTAMO BANCARIO			100000
<b>PATRIMONIO</b>			
CAPITAL			43557,20
SUMAN	138557,20		143557,20
<b>INGRESOS</b>			
VENTAS			133556,5
<b>GASTOS</b>			
<b><u>GASTO MATERIA PRIMA</u></b>	<b><u>34690,00</u></b>		
<b><u>GASTO MOD</u></b>	<b><u>19859,76</u></b>		
<b><u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u></b>	<b><u>12889,39</u></b>		
SUELDOS	10800		
MATERIAL DE OFICINA	149,99		
GASTO DEP.	1439,40		
<b><u>GASTO DE FABRICACION</u></b>	<b><u>15768,8</u></b>		
COMBUSTIBLE	60000		
DEPRECIACION	9108,8		
AGUA	60		
LUZ	600		
<b><u>GASTOS DE VENTAS</u></b>	<b><u>7000,00</u></b>		
<b><u>GASTOS DE INTERESES</u></b>	<b><u>9269,64</u></b>		
		99477,59	133556,6
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO (UTILIDAD)</b>	<b>34079,01</b>		

Fuente: tabla 6.1, 6.3, 6.8, 6.9,

## **7.2 ESTADO DE RESULTADOS**

Conocido también como estado de operación o de ingresos y gastos, justamente está integrado por los rubros que representan un gasto o una renta para la empresa, la relación entre los ingresos y los gastos determinan la pérdida o utilidad que se ha obtenido durante un determinado periodo.

**CARNICOS DOMINOS S.A**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
VENTAS BRUTAS	133556,50	163.502,84	163.502,84	205.837,47	242.998,78
VENTAS NETAS					
MENOS COSTOS DE VENTAS	70318,56	77.350,42	77.350,42	85.085,46	93.594,01
IGUAL UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	63237,94	86152,42	86152,42	120752,01	149404,77
MENOS GASTOS DE VENTAS	7000,00	7700,00	7770,00	8470,00	9317,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12889,39	14178,33	14178,33	15596,16	17155,78
MENOS GASTOS FINANCIEROS	9269,64	7570,48	5693,40	3619,76	1328,98
<b><u>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION A EMPLEADOS E IMPUESTO A LA RENTA</u></b>	34078,91	56.703,61	58510,69	93.066,09	121603,01
-					
PARTICIPACION 15% EMPLEADOS	5111,84	8505,54	8776,60	13959,91	18240,45
IMPUESTO A LA RENTA 25%	7241,77	12049,52	12433,52	19776,54	25840,64
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	34078,91	36.148,55	37300,57	59.329,63	77521,92

Fuente: tabla 6.1, 6.2, 6.3, 6.5, 6.6, 6.7, 6.8, 6.10

### 7.3 FLUJO DE CAJA

Para efectuar la evaluación financiera de un proyecto es conveniente definir su flujo neto de caja, el cual se sintetiza mediante un cuadro que indica la manera como el dinero fluye hacia el inversionista, o la inversa.

RUBROS	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>INGRESOS POR VENTA</b>		133.556,50	163.502,84	163.502,84	205.837,47	242.998,78
(-) COSTOS DE PRODUCCION		70318,56	77.350,42	77.350,42	85.085,46	93594,01
(-) COSTODE ADMINISTRACION		12889,39	14.178,33	14.178,33	15.596,16	17.155,78
(-) COSTOS DE VENTAS		7000,00	7.700,00	7.700,00	8.470,00	9317,00
(-) COSTO FINANCIERO		9269,64	7.570,48	5.693,40	3.619,76	1.328,98
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>34078,91</b>	<b>56.703,61</b>	<b>58580,69</b>	<b>93.066,09</b>	<b>121603,01</b>
15% TRABAJADORES		5.111,84	8.505,54	8.787,10	13.959,91	18.240,45
25% IMPUESTO A LA RENTA		4266,77	8.777,02	9.175,90	16.176,79	21.880,91
<b>UTILIDADES DESPUES DEL IMPUESTO</b>		<b>24.700,30</b>	<b>39.421,05</b>	<b>40.617,69</b>	<b>62.929,38</b>	<b>81.481,64</b>
DEPRECIACIONES		10.548,20	10.548,20	10.548,20	10.548,20	10.548,20
AMORTIZACION		1.040,08	1.040,08	1.040,08	1.040,08	1.040,08
PAGO DE CREDITO		16.226,81	26.888,95	29.704,59	32.815,04	63.251,21
REEMBOLSO CAPITAL DE TRABAJO						6.894,54
Valor salvamento						49.341,00
<b>INVERSIONES</b>						
FIJA	-193.557,20					
DIFERIDA	-5.200,40					
CAPITAL DE TRABAJO	-6.894,54					
CREDITO	100.000,00					
<b>FLUJO DE CAJA NETA</b>	<b>-105.652,14</b>	<b>20.061,77</b>	<b>24.120,38</b>	<b>22.501,38</b>	<b>41.702,62</b>	<b>86.054,25</b>

FUENTE: TABLA 6.1, 6.2, 6.3, 6.5, 6.6,6.7,6.8,6.10



## CALCULO DE LA TMAR

Calculo de la TMAR Inversionista

i= inflación

$$TMAR = i + f + i * f$$

f= premio de

riesgo = 8%

$$TMAR = 0,0744 + 0,08 + (0,0744) (0,08)$$

$$TMAR = 16,04 \% = 0,1604$$

Los datos obtenidos de la TMAR nos indica que es un 16.04% lo que nos indica que supera los efectos de inflación y de riesgo.

$$TMAR = \text{inflación} + (\text{premio al riesgo} + (\text{inflación} * \text{premio al riesgo}))$$

## TMAR PONDERADA

inversión	Monto	%participación	TMAR	T. ponderado
TOTAL	213,633.11			
Propia	113,633,11	53,19	16,04%	0,1051
Crédito	100000	46,81	10%	0,0345
			TMAR=	0,1396

13,96%

Tasa de descuento 13,96%

## VALOR PRESENTE NETO

Resulta la diferencia de la inversión menos la suma de los flujos netos descontados y nos demuestra si es mayor a cero. El valor presente neto es de \$15.227,11 por lo cual el proyecto es rentable.

### TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Corresponde a una tasa de interés que iguala en el tiempo los ingresos y egresos del proyecto que es del 18.48 %

### BENEFICIO/COSTO

Esta relación nos refleja que el beneficio económico es mayor que los costos, el valor deducido de 1,53 en este proyecto nos indica que por cada dólar invertido, se logra recuperar y obtener un excedente de \$0.53.

### PRI

El periodo de Recuperación será en 3años, 9 meses como se puede observar en el flujo de caja.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La ejecución de este proyecto de tesis que cuenta con información real, cifras concretas y estudios específicos de mercado generará un claro beneficio para los inversionistas, sector ganadero y población en general que consumirá los productos de la fábrica “Cárnicos Dominos S.A.”.

La instalación de una planta procesadora de carne en el cantón Limón Indanza sería una alternativa para solucionar en parte la problemática relacionada a la comercialización y calidad de estos productos. Como se podrá apreciar en los datos presentados en este trabajo en el Cantón existe una demanda insatisfecha de mortadela, jamón y vienesa, que asciende a 115.632 kilos por año, sólo en la parte urbana asciende a 51552 kilos anuales.

Se potenciará el incremento de las fuentes de ingreso a través de la generación de empleo y se ayudará a mejorar la salud de la población mediante la introducción al mercado de productos altamente nutricionales y garantizados mediante estrictos controles sanitarios.

Las estrategias de marketing permitirán un rápido posicionamiento y aceptación de los productos en el cantón y una potencial ampliación a mercados de otros cantones de la provincia. El mejoramiento de la infraestructura vial en toda la provincia facilitará colocar los productos en otros mercados.

Los principios de comercialización basados en el “precio justo” y “responsabilidad social” convertirán a la empresa en pionera en la región. Complementariamente se realizarán seminarios de capacitación orientados a la concientización de la población para el consumo de productos que garanticen nutrición y salud.

La viabilidad del mercado analizada en el capítulo tres y sustentada con cifras correspondientes de los estudios realizados ha llevado a que definamos un tamaño de la planta procesadora de productos cárnicos capaz de satisfacer la demanda del 60% de la población urbana en una fase inicial con 34.690 unidades a un precio de 3,85 dólares por kilo de esa manera tenemos con el TIR del 18.48% y un Valor Presente Neto de 15.227,11 dólares con un B/C del 1,53, lo que determina que el proyecto es realizable.

Una vez que se ha demostrado con cifras y datos concretos que un proyecto de tal magnitud es factible y generaría un positivo impacto socioeconómico, es recomendable la inmediata ejecución del proyecto de procesamiento de cárnicos en el cantón de Limón Indanza. Frente a las dificultades que enfrentan las economías de los diferentes países a nivel mundial, entre ellas la economía ecuatoriana, este tipo de proyectos constituirían un aporte significativo al crecimiento económico del cantón.

Es recomendable que se impulse la difusión de los productos a través de los diferentes medios de comunicación; se realicen amplias campañas de degustación; campañas promocionales; participación en ferias provinciales y nacionales para dar a conocer las bondades del producto, capacidad productiva, cadena de producción y comercialización.

## BIBLIOGRAFIA

- Análisis de Coyuntura Ecuador. FLACSO. 2007
  - Asociación de Estudiantes de la Facultad de Ingenieros en Industrias Agropecuaria.
  - Cifras de la población Bovina.2008, Base de datos CONEFA. Archivos del Consejo Provincial de Morona Santiago.
  - Fundamentos Teóricos de Productos Cárnicos y su Tecnología en Elaboración. 1989, 1990. Pág. 34, 35, 36,39.
  - INEC, Proyecciones de Población 2008.
  - Manual para Educación Agropecuario, Elaboración de productos cárnicos. Editorial Trillos S.A. de CV. México. 1982. Pág. 10
  - Mapa de la Provincia de Morona Santiago. Archivos del Gobierno Municipal del Cantón Limón Indanza.
  - Mapa del Cantón Limón Indanza. Archivos del Gobierno Municipal del Cantón Limón Indanza.
  - Thompson, Strickland (2004): **Administración Estratégica**, Edit. Mac Graw Hill. 13ª Edición México. Pág. 82.
- [http://www.ambiente.gov.ec/paginas\\_espanol/3normativa/marco\\_legal.htm](http://www.ambiente.gov.ec/paginas_espanol/3normativa/marco_legal.htm)
- <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf200805.pdf>
- <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf200805.pdf>
- [http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)
- <http://www.cedatos.com.ec/contenido.asp?id=53>
- <http://www.econestad.com/informe18.pdf>
- [http://www.quito.gov.ec/plan\\_bicentenario/socecu.htm](http://www.quito.gov.ec/plan_bicentenario/socecu.htm)
- <http://www.unido.org/doc/35782>
- [http://www.vicepresidencia.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=31&Itemid=59](http://www.vicepresidencia.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=31&Itemid=59)
- [www.llacta.org/organiz/coms/com62.htm](http://www.llacta.org/organiz/coms/com62.htm)

## ANEXOS.

## 1.1 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO DEL BNF

Nº	dividendo cobrar	cuota préstamo	saldo capital	intereses	amortización capital
			100.000,00		
1	2.124,70	2.124,70	98.708,63	833,33	1291,37
2	2.124,70	2.124,70	97.406,50	822,57	1302,13
3	2.124,70	2.124,70	96.093,51	811,72	1312,98
4	2.124,70	2.124,70	94.769,59	800,78	1323,93
5	2.124,70	2.124,70	93.434,63	789,75	1334,96
6	2.124,70	2.124,70	92.088,55	778,62	1346,08
7	2.124,70	2.124,70	90.731,25	767,40	1357,30
8	2.124,70	2.124,70	89.362,64	756,09	1368,61
9	2.124,70	2.124,70	87.982,62	744,69	1380,02
10	2.124,70	2.124,70	86.591,10	733,19	1391,52
11	2.124,70	2.124,70	85.187,99	721,59	1403,11
12	2.124,70	2.124,70	83.773,19	709,90	1414,80
13	2.124,70	2.124,70	82.346,59	698,11	1426,59
14	2.124,70	2.124,70	80.908,11	686,22	1438,48
15	2.124,70	2.124,70	79.457,64	674,23	1450,47
16	2.124,70	2.124,70	77.995,08	662,15	1462,56
17	2.124,70	2.124,70	76.520,34	649,96	1474,75
18	2.124,70	2.124,70	75.033,30	637,67	1487,03
19	2.124,70	2.124,70	73.533,88	625,28	1499,43
20	2.124,70	2.124,70	72.021,95	612,78	1511,92
21	2.124,70	2.124,70	70.497,43	600,18	1524,52
22	2.124,70	2.124,70	68.960,21	587,48	1537,23
23	2.124,70	2.124,70	67.410,17	574,67	1550,04
24	2.124,70	2.124,70	65.847,22	561,75	1562,95

25	2.124,70	2.124,70	64.271,24	548,73	1575,98
26	2.124,70	2.124,70	62.682,13	535,59	1589,11
27	2.124,70	2.124,70	61.079,77	522,35	1602,35
28	2.124,70	2.124,70	59.464,07	509,00	1615,71
29	2.124,70	2.124,70	57.834,90	495,53	1629,17
30	2.124,70	2.124,70	56.192,15	481,96	1642,75
31	2.124,70	2.124,70	54.535,71	468,27	1656,44
32	2.124,70	2.124,70	52.865,47	454,46	1670,24
33	2.124,70	2.124,70	51.181,32	440,55	1684,16
34	2.124,70	2.124,70	49.483,12	426,51	1698,19
35	2.124,70	2.124,70	47.770,78	412,36	1712,35
36	2.124,70	2.124,70	46.044,16	398,09	1726,61
37	2.124,70	2.124,70	44.303,16	383,70	1741,00
38	2.124,70	2.124,70	42.547,65	369,19	1755,51
39	2.124,70	2.124,70	40.777,51	354,56	1770,14
40	2.124,70	2.124,70	38.992,61	339,81	1784,89
41	2.124,70	2.124,70	37.192,85	324,94	1799,77
42	2.124,70	2.124,70	35.378,08	309,94	1814,76
43	2.124,70	2.124,70	33.548,20	294,82	1829,89
44	2.124,70	2.124,70	31.703,06	279,57	1845,14
45	2.124,70	2.124,70	29.842,55	264,19	1860,51
46	2.124,70	2.124,70	27.966,53	248,69	1876,02
47	2.124,70	2.124,70	26.074,88	233,05	1891,65
48	2.124,70	2.124,70	24.177,47	217,29	1907,41
49	2.124,70	2.124,70	22.244,16	201,40	1923,31
50	2.124,70	2.124,70	20.304,82	185,37	1939,34
51	2.124,70	2.124,70	18.349,33	169,21	1955,50
52	2.124,70	2.124,70	16.377,53	152,91	1971,79
53	2.124,70	2.124,70	14.389,31	136,48	1988,23
54	2.124,70	2.124,70	12.384,51	119,91	2004,79

55	2.124,70	2.124,70	10.363,01	103,20	2021,50
56	2.124,70	2.124,70	8.324,67	86,36	2038,35
57	2.124,70	2.124,70	6.269,34	69,37	2055,33
58	2.124,70	2.124,70	4.196,88	52,24	2072,46
59	2.124,70	2.124,70	2.107,14	34,97	2089,73
60	2.124,70	2.124,70	0	17,56	2107,14



			0						
MESA DE PREPARACION DE VISCERAS ROJAS E INTESTINOS INOXIDABLE	10	1200	1 0	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
PORTA VISCERAS	10	450	1 0	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	225,00
MESA PARA INSPECCION DE VISCERAS	10	200	1 0	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
TINA DE ESCALDADO INOXIDABLE PARA I CERDO CON CANASTILLA CON PALANCA	10	2000	1 0	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
SISTEMA DE CALENTAMIENTO A GLP	10	750	1 0	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	375,00
MESA GAMBRELEA ACERO INOXIDABLE	10	300	1 0	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00
ESTERILIZADORES	10	432	1 0	43,20	43,20	43,20	43,20	43,20	216,00
LAVADORAS PARA MANO CON OPERACION CON RODILLA	10	420	1 0	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00	210,00
COMPRESOR 15HP	10	5000	1 0	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
<b>ELEMENTOS PARA ZONA DE PROOUCCION CARNICA</b>									
HORNO AHUMADOR EN ACERO INOXIDABLE	10	2500	1 0	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00
EMPACADORA AL VACIO	10	6960	1 0	696,00	696,00	696,00	696,00	696,00	3.480,00
CORTADORA DE HUESOS NACIONAL	10	2300	1 0	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	1.150,00
<b>UTENSILLOS MENORES</b>									
CHAIRAS	10	63	1 0	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	31,50
ESMERIL PARA API LAR	10	1500	1 0	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	750,00
MOLINO DE 32 OUINTALES NACIONAL	10	2500	1	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00





**1.4. FORMULARIOS DE ENCUESTAS**

#

Encuesta:.....

El objetivo de esta encuesta es obtener información acerca de los gustos y preferencias de los clientes y consumidores que demandan productos procesados en el cantón Limón Indanza.

Solicitamos muy cordialmente nos colabore de la manera más clara y sincera llenando la siguiente encuesta:

**1.En su hogar consumen los siguientes productos**

- a. Carne de Res
- b. Carne de Cerdo
- c. Carne de Aves
- d. Mariscos
- e. Embutidos
- f. Otro

¿cuál?.....

**2.¿Si consumen embutidos, cuáles son los de su mayor preferencia?**

.....

(Si no consume, se termina la encuesta)

**3.¿En dónde compra regularmente embutidos?**

- a. Tienda del barrio
- b. Mercado
- c. Distribuidor
- d. Otro

→ ¿cuál?.....

**4.¿Por qué lo compra ahí?**

.....  
 .....

**5.¿Qué características exige usted y cree que son importantes para adquirir los productos?**

	Muy importante	Importante	Poco Importante
Nada importante			
a. Empaque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Orden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Variedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Atención al cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6.¿Qué características principales debe tener el lugar donde compra regularmente estos productos?**

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
	Pésimo			
f. Aseo del lugar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Calidad del producto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Precios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Atención al público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Cercanía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7.Cuando compra los productos cárnicos, qué es lo más importante para usted (ordene siendo 1 más importante)**

a. Aseo del lugar


- b. Calidad productos
  - c. Precios
  - d. Atención al cliente
  - e. Cercanía
  - f. Otro →
- ¿cuál?:.....

**8.¿Qué cantidad de carne compra semanalmente?**

- a. Menos de 1 libra
- b. 1 – 3 libras
- c. 3 – 5 libras
- d. Más de 5 libras

**9.¿Qué cantidad de productos procesados de carne compra semanalmente?**

- a. Menos de 1 libra
- b. 1 – 3 libras
- c. 3 – 5 libras
- d. Más de 5 libras

**10. ¿Qué marca de embutido es la que más consume?**

.....

**11. ¿Cuánto dinero a la semana destina para la compra de embutidos en su familia?**

- a. Menos de 5 dólares
- b. 5 – 10 dólares
- c. 10 – 20 dólares
- d. Más de 20 libras

**12. ¿Si se creara en el cantón Limón Indanza una planta procesadora de carne, usted estaría dispuesto a consumir sus producto?**

- a. Si
  - b. No
- } → ¿Por qué?.....

**13. ¿Qué productos compraría?**

- g. Jamón
  - h. Mortadela
  - i. Salchicha
  - j. Otro  →
- ¿cuál?.....

**14. ¿Qué cantidad compraría semanalmente?**

- k. Menos de una libra
- l. 1 – 3 libras
- m. 3 – 5 libras
- n. Más de 5 libras

edad:.....

ocupación:.....

Número de integrantes del hogar:.....

lugar de residencia:.....

Gracias por su colaboración.

#

Encuesta:.....

El objetivo de esta encuesta es obtener información sobre los tipos, características y cantidad de productos procesados que se ofertan en el cantón Limón Indanza. Solicitamos muy cordialmente nos colabore de la manera más clara y sincera llenando la siguiente encuesta:

**15. ¿En su local comercial se expende productos procesados de carne?**

(mortadela, salchichas, vienesa, etc)

- a. Si
- b. No  (Si no se expende se termina la encuesta)

**16. ¿Cuáles son estos productos procesados que usted expende?**

.....

**17. ¿En dónde adquiere regularmente estos productos?**

- a. Distribuidor
- b. Lo entrega el fabricante
- c. Tienda mayorista
- d. Otro  ¿cuál?:.....

**18. ¿Por qué lo adquiere ahí? (puede ser más de una respuesta, en orden de prioridad)**

- a. Facilidad de pago
- b. Acceso rápido y cómodo
- c. Atención y servicio
- d. Calidad y variedad de producto
- e. Precios más bajos

**19. Cómo califica las siguientes características del producto de acuerdo a su importancia para el cliente**

Muy importante importante Indiferente Poco importante Nada importante

k. Empaque	<input type="checkbox"/>				
l. Limpieza	<input type="checkbox"/>				
m. Sabor	<input type="checkbox"/>				
n. Variedad	<input type="checkbox"/>				
o. Precio	<input type="checkbox"/>				

**20. ¿Qué cantidad de productos procesados de carne se venden diariamente?**

e. Menos de 20 libras	<input type="checkbox"/>
f. 20 – 40 libras	<input type="checkbox"/>
g. 40 – 80 libras	<input type="checkbox"/>
h. Más de 80 libras	<input type="checkbox"/>

**21. ¿Cuál es el precio de una libra de:**

Mortadela:..... Jamón de Pierna:..... Jamón de  
 espalda:.....  
 Chorizo:..... Salami:.....  
 Chuleta:.....  
 Otros.....  
 .....

**22. ¿Qué marca de embutido es la que más se vende?**

.....

**23. ¿Qué otras carnes se venden con mayor frecuencia? (1 el que más se vende)**

g. Pollo

h. Cerdo

i. Pavo

j. Pescado

k. Marisco

l. Otro




¿cuál?:.....

**24. ¿Cuánto dinero a diario estima que se vende en embutidos?**

e. Menos de 50 dólares

f. 50 – 100 dólares

g. 100 – 200 dólares

h. Más de 200 dólares


Nombre del local comercial:.....

Años de existencia del local:.....

Dirección del local:.....

Gracias por su colaboración.

Esquema #1 Proceso de producción (Distribución de Planta)



### **1.5. Planta Arquitectónica y Fachadas.**

<b>CAPÍTULO I: SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL ECUADOR.....</b>	<b>15</b>
1.1 FACTOR ECONÓMICO.....	16
1.2 FACTOR POLÍTICO.....	19
1.3 FACTOR SOCIO-CULTURAL.....	22
1.4 FACTOR LEGAL.....	23
1.5 FACTOR TECNOLÓGICO.....	25
1.6 FACTOR AMBIENTAL.....	26
1.7 LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN LA ZONA.....	28
<b>CAPÍTULO I: INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....</b>	<b>30</b>
2.1 SITUACIÓN COMPETITIVA.....	30
2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	35
2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	39
2.4 METODOLOGÍA.....	39
2.5 ESTUDIO DE MERCADO.....	39
2.6 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	40
2.7 SEGMENTO DE MERCADO.....	41
2.8 ANÁLISIS DE DATOS.....	45
<b>CAPÍTULO III: LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO.....</b>	<b>66</b>
3.1. FACTORES QUE DETERMINAN LA LOCALIZACIÓN.....	66
3.2 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO.....	68
3.3 TAMAÑO DE LA PLANTA.....	69
3.4 CAPACIDAD INSTALADA.....	70
3.5 CAPACIDAD OCUPADA.....	70
3.6 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	71
<b>CAPITULO IV: INGENIERÍA DEL PROYECTO.....</b>	<b>73</b>
4.1 EL PRODUCTO.....	73
4.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	73
4.3 NECESIDADES DEL PROYECTO.....	83

4.4	PLAN DE PRODUCCIÓN.....	90
<b>CAPITULO V: ORGANIZACIÓN Y MARCO LEGAL DE LA EMPRESA.92</b>		
5.1	TIPO DE EMPRESA.....	92
5.2.	MARCA.....	93
5.3.	LOGOTIPO.....	94
5.4.	SLOGAN.....	94
5.5	RECURSO HUMANO (ORGANIZACIÓN).....	94
<b>CAPITULO VI: ESTUDIO ECONÓMICO.....108</b>		
6.1	INVERSIONES.....	108
6.2	INGRESOS.....	109
6.3	COSTOS.....	110
6.4	COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	113
6.5	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	115
<b>CAPITULO VII: EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....119</b>		
7.1	BALANCE GENERAL.....	119
7.2	ESTADO DE RESULTADOS.....	120
7.3	FLUJO DE CAJA.....	122
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....126</b>		
<b>BIBLIOGRAFIA.....128</b>		
<b>ANEXOS.....128</b>		