



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera de Empresas

TEMA:

“Creación de una empresa de elaboración de carne vegetariana con sabor a cerdo”

AUTOR: Carolina del Rocío Altamirano Nájera

TUTOR: Ing. Mg. Jorge Enrique Jordán Vaca

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2017



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Jorge Enrique Jordán Vaca

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN DE CARNE VEGETARIANA CON SABOR A CERDO” presentado por Carolina del Rocío Altamirano Nájera para optar por el título de Ingeniera de Empresas, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 25 de noviembre 2016.



Ing. Mg. Jorge Enrique Jordán Vaca

C.I. 180307976-1

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Carolina del Rocío Altamirano Nájera**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

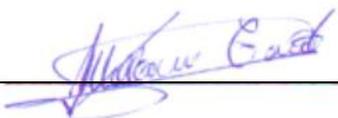


Carolina del Rocío Altamirano Nájera

C.I. 180425671-5

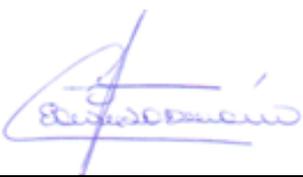
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f)  _____

Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena

C.I. 180167004-1

f)  _____

Ing. Mg. Edwin César Santamaría Díaz

C.I. 180160944-5

Ambato, 30 de enero 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Carolina del Rocío Altamirano Nájera

C.I. 180425671-5

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer principal y especialmente a Dios nuestro Santísimo Creador que con su amor ha podido sostenerme en sus brazos y ha sabido rescatarme y levantarme de cada una de las adversidades que he vivido, a mis padres Vicente Altamirano y Rosa Nájera quienes han sido mi mayor orgullo y que con su amor y comprensión me han apoyado en mis decisiones, a mis hermanos y a mis sobrinos porque ellos han sido una gran fuente de inspiración y me han dado cada día los ánimos de ser mejor, a mis profesores porque han sabido compartir sus conocimientos y experiencias para darnos ejemplo de vida personal y profesional.

Carolina del Rocío Altamirano
Nájera.

DEDICATORIA

Este maravilloso logro quiero dedicarlo a mi Dios, a mis padres, a mis hermanos, y a mis sobrinos porque sin ellos no habría tenido el valor y la perseverancia de seguir adelante con mis proyectos, y porque con sus palabras de aliento pude tomar varias de las decisiones más importantes de mi vida.

Carolina del Rocío Altamirano
Nájera

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Capítulo II.....	6
Descripción del Emprendimiento	6
2.1 Nombre del emprendimiento.....	6
2.2 Localización geográfica.....	6
2.2.1 Macro localización	6
2.2.2 Micro localización.....	6
2.3 Justificación	6
2.4 Objetivos.....	9
2.4.1 Objetivo General	9
2.4.2 Objetivos Específicos	9
2.5 Beneficiarios	10
2.6 Resultados a alcanzar	11
Capítulo III.....	12
Estudio de Mercado	12
3.1 Descripción del producto, características y usos	12
3.1.1 Segmentación de mercado.....	12
3.1.2 Mercado Objetivo.....	15
3.1.3 Población y Muestra.....	15
3.1.3.1 Cálculo de la población y muestra.....	15

3.1.4 Encuesta	17
3.1.5 Análisis de resultados	18
3.2 Estudio de la demanda	30
3.2.1 Cálculo de la demanda en personas.....	31
3.2.2 Cálculo de la demanda en productos	32
3.2.3 Proyección de la demanda	33
3.3 Estudio de la oferta	34
3.3.1 Cálculo de la oferta.....	34
3.3.2 Oferta de Productos	35
3.3.3 Proyección de la oferta.....	36
3.4 Mercado potencial para el proyecto	37
3.5 Precios	38
3.5.1 Proyección de precios.....	39
3.6 Canales de comercialización.....	40
3.7 Canales de Distribución	40
3.8 Estrategias de comercialización	41
Capítulo IV.	45
Estudio Técnico.....	45
4.1. Tamaño del emprendimiento.....	45
4.1.1 Factores determinantes del tamaño,	45
4.1.2 Tamaño óptimo	49
4.2. Localización.....	50
4.2.1 Macro localización	50
4.2.2 Micro localización.....	51
4.2.3 Localización Óptima.....	51
4.3 Ingeniería de Proyecto.....	52
4.3.1 Producto – proceso	53
4.3.2 Balance de materiales	53
4.3.3 Período operacional estimado de la planta	57
4.3.4 Capacidad de producción	57
4.3.5 Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out).....	58
Capítulo V	60
Estudio Organizacional	60
5.1 Aspectos generales.....	60
5.2 Diseño Organizacional	60

5.3 Estructura Organizativa	60
5.4 Estructura Posicional	61
5.5 Estructura Funcional.....	62
5.6. Manual de Funciones	63
Capítulo VI	74
Estudio Financiero	74
6.1 Inversiones en activos fijos tangibles	74
6.2 Inversiones en activos fijos intangibles	79
6.3 Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo.....	80
6.4 Resumen de las Inversiones	80
6.5. Financiamiento	81
6.6 Plan de Inversiones.....	83
6.6.1 Depreciaciones Equipo de Oficina.....	84
6.6.2 Depreciación Muebles y Enseres.....	86
6.6.3 Depreciación Equipo de Cómputo.....	89
6.6.4 Depreciación Maquinaria y Equipo	91
6.7 Presupuesto de Gastos e Ingresos.....	99
6.7.1 Presupuesto de Gastos.....	99
6.7.2 Presupuesto de Ingresos	103
6.7.3 Situación Financiera Actual	103
6.7.4 Situación Financiera Proyectada	105
6.7.5 Presupuesto de ingresos proyectados,	107
6.7.6 Estado de resultados proyectados	107
6.7.7 Flujo de caja.....	110
6.8 Punto de equilibrio	112
6.8.1 Costos Fijos	112
6.8.2 Costos Variables	112
6.9 Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR).....	116
6.10 Valor actual neto (VAN).....	117
6.11 Indicadores Financieros.....	119
6.11.1 Indicadores de Liquidez	119
6.11.1.1 Capital de trabajo	119
6.11.1.2 Liquidez Corriente	120
6.11.1.3 Prueba Ácida.....	120
6.11.2 Índice de Solvencia	121

6.11.2.1 Endeudamiento del Activo	121
6.11.2.2 Endeudamiento del Patrimonio	122
6.11.2.3 Endeudamiento del Activo Fijo	123
6.11.3 Gestión	124
6.11.3.1 Rotación de Activos Fijos.....	124
6.11.4 Índices de Rentabilidad	124
6.11.4.1 Margen Operacional.....	125
6.11.4.2 Rentabilidad Neta de Ventas.....	125
6.12 Tasa beneficio – costo	126
6.13 Periodo de recuperación de la inversión.....	127
6.14 Tasa interna de retorno.....	128
6.15 Análisis de sensibilidad	129
Capítulo VII	130
Conclusiones y Recomendaciones.....	130
7.1 Conclusiones.....	130
7.2 Recomendaciones	130
ANEXOS.....	132
Referencias bibliográficas.....	135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Nivel de Aceptación.....	18
Gráfico 2: Frecuencia de Consumo.....	19
Gráfico 3: Mejor Calidad de Vida.....	21
Gráfico 4: Motivos de consumo.....	22
Gráfico 5: Proteínas para el cuerpo.....	23
Gráfico 6: Sustituto de carne animal.....	25
Gráfico 7: Unidad de Medida.....	26
Gráfico 8: Información Nutricional.....	27
Gráfico 9: Lugares de Compra.....	28
Gráfico 10: Precio.....	29
Gráfico 11: Demanda en personas.....	31
Gráfico 12: Proyección de la demanda.....	33
Gráfico 13: Cálculo de la oferta.....	35
Gráfico 14: Proyección de la oferta.....	37
Gráfico 15: Canal de Distribución.....	40
Gráfico 16: Logotipo.....	42
Gráfico 17: Presentación.....	43
Gráfico 18: Macro localización.....	50
Gráfico 19: Micro localización.....	51
Gráfico 20: Diagrama de flujo.....	55
Gráfico 21: Elaboración de carne vegetariana.....	56
Gráfico 22: Distribución del espacio físico.....	59
Gráfico 23: Estructura Organizativa.....	61
Gráfico 24: Estructura Posicional.....	62
Gráfico 25: Estructura Funcional.....	63
Gráfico 26: Punto de Equilibrio.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1: Beneficiarios.....	10
Tabla 2: Segmentación.....	14
Tabla 3: Población.....	14
Tabla 4: Nivel de aceptación.....	18
Tabla5: Frecuencia de consumo.....	19
Tabla6: Mejor calidad de vida.....	20
Tabla 7: Motivos de consumo.....	22
Tabla8: Proteínas para el cuerpo.....	23
Tabla9: Sustituto de carne animal.....	24
Tabla10: Unidad de medida.....	26
Tabla11: Información nutricional.....	27
Tabla 12: Lugares de compra.....	28
Tabla 13: Precio.....	29
Tabla 14: Cálculo de la demanda.....	31
Tabla 15: Cálculo de la demanda en productos.....	32
Tabla 16: Proyección de la demanda.....	33
Tabla 17: Cálculo de la oferta	34
Tabla 18: Cálculo de la oferta en productos.....	35
Tabla 19: Proyección de la oferta.....	36
Tabla 20: Mercado potencial para el proyecto.....	38
Tabla 21: Precio por libra.....	39
Tabla 22: Proyección de precios.....	39
Tabla 23: Mercado potencial para el proyecto.....	45
Tabla 24: Materia prima.....	46
Tabla 25: Materia prima indirecta.....	46
Tabla 26: Maquinaria y equipo	47
Tabla 27: Personal	49
Tabla 28: Tamaño óptimo.....	49
Tabla 29: Macro localización	50

Tabla 30: Micro localización.....	51
Tabla 31: Localización óptima.....	52
Tabla 32: Balance de materiales.....	54
Tabla 33: Activos Fijos Tangibles.....	74
Tabla 34: Inversión Activos fijos tangibles.....	78
Tabla 35: Inversión Activos fijos intangibles.....	79
Tabla 36: Capital de trabajo.....	80
Tabla 37: Resumen de inversiones.....	80
Tabla 38: Tabla de pagos.....	82
Tabla 39: Plan de inversiones.....	83
Tabla 40: Depreciación Teléfono.....	84
Tabla 41: Depreciación Sumadora.....	85
Tabla 42: Depreciación Escritorio.....	86
Tabla 43: Depreciación Sillas.....	87
Tabla 44: Depreciación Mesa.....	87
Tabla 45: Depreciación Comedor.....	88
Tabla 46: Depreciación Archivador.....	89
Tabla 47: Depreciación Computador.....	90
Tabla 48: Depreciación Impresora.....	90
Tabla 49: Depreciación Copiadora.....	91
Tabla 50: Depreciación Balanza.....	92
Tabla 51: Depreciación Mezcladora/moledora.....	93
Tabla 52: Depreciación Mesa de acero inoxidable.....	94
Tabla 53: Depreciación Moldes de acero inoxidable.....	95
Tabla 54: Depreciación Prensa neumática.....	96
Tabla 55: Depreciación Marmita.....	97
Tabla 56: Depreciación Congelador.....	98
Tabla 57: Depreciación Empacadora al vacío.....	98
Tabla 58: Depreciación en dólares.....	98
Tabla 59: Presupuesto de Gastos sueldos y Salarios.....	99
Tabla 60: Presupuesto de Gasto Servicios básicos.....	100
Tabla 61: Presupuesto de Materiales de aseo y limpieza.....	100
Tabla 62: Presupuesto de Gastos arriendos.....	100
Tabla 63: Presupuesto de Gastos Útiles de oficina.....	101

Tabla 64 Presupuesto de Gastos de Constitución.....	101
Tabla 65: Presupuesto de Gasto de Ventas.....	102
Tabla 66: Presupuesto de Gastos financieros.....	102
Tabla 67: Presupuesto de ingresos.....	103
Tabla 68: Presupuesto de Ingresos Proyectados.....	107
Tabla 69: Costos Fijos.....	112
Tabla 70: Costos Variables.....	113
Tabla 71: Datos del punto de equilibrio.....	113
Tabla 72: Punto de Equilibrio.....	115
Tabla 73: Escenario análisis de sensibilidad.....	129

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Soja Natural Meat es una empresa que se dedica a la elaboración de carne vegetariana con sabor a cerdo, la cual va dirigida a las personas que desean alimentarse sanamente sin consumir alimentos que contienen grasas.

En la actualidad existen muchas enfermedades tales como son la diabetes, y cáncer a varias partes del cuerpo, uno de los factores causantes de este tipo de enfermedades es el consumo de carne animal, la misma que contiene bacterias, debido a la crianza inadecuada que en muchos casos se da a los animales, en especial la carne de cerdo ya que ésta contiene ácido úrico el cual afecta al corazón, al hígado y al estómago de las personas.

Según los datos analizados en el estudio de mercado se pudo verificar que la elaboración de carne vegetariana tiene aceptación en la sociedad pues tiene nutrientes naturales que ayudan a las personas a gozar de buena salud, y este producto no tiene contaminantes que afecten a las personas.

Por esta razón se ha decidido que la empresa Soja Natural Meat elaborará carne de soya con sabor a cerdo para cambiar el hábito alimenticio en las personas que consumen carne animal, brindando una presentación en forma de carne de hamburguesa precocida, fácil de preparar.

PALABRAS CLAVES:

EMPRENDIMIENTO

INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN

ELABORACIÓN DE CARNE VEGETARIANA

SOJA NATURAL MEAT

ABSTRACT

The company Soja Natural Meat is a company that is dedicated to the elaboration of vegetarian meat with flavor of pig, which is directed to the people who wish to eat healthy without consuming foods that contain fats.

At present there are many diseases such as diabetes, and cancer to various parts of the body, one of the factors that cause this type of diseases is the consumption of animal meat, which contains bacteria, due to the breeding that occurs To animals, especially pork as it contains uric acid which affects the heart, liver and stomach of people.

According to the data analyzed in the market study could be verified that the production of vegetarian meat has acceptance in society as it has natural nutrients that help to enjoy good health, as it has no contaminants that affect people.

For this reason it has been decided that the company Soy Meat Natural will elaborate pork-flavored soy meat to change the eating habits in people who consume animal meat, providing a presentation in the form of pre-cooked hamburger meat, easy to prepare.

KEYWORDS:

THE COMPANY

INDUSTRY OF PRODUCTION

ELABORATION OF VEGETARIAN MEAT

MEAT NATURAL SOY

INTRODUCCIÓN

En la actualidad muchas personas han descuidado sus hábitos alimenticios, debido a que no cuentan con el tiempo necesario para preparar sus alimentos diarios, o por el simple hecho de seguir un patrón en el cual la comida rápida es la mejor opción ya que brinda un sabor agradable y además es fácil de adquirir en cualquier lugar que se desee.

Una gran cantidad de personas que consumen carne animal tienen problemas de salud, tales como cáncer al páncreas, diabetes, problemas cardiacos entre los más importantes, y esto obliga a las personas alimentarse de una manera más saludable.

En el Capítulo I, se determinó el problema por el cual se realizará el proyecto, detectando las causas y los efectos principales para poder buscar una solución al problema presentado.

En el Capítulo II, se estableció el lugar donde se pondrá en marcha el proyecto, además se identificaron los beneficiarios y se determinó los objetivos.

En el Capítulo III, se realizó un estudio de mercado en el cual se determinó las características del producto que se va a ofertar, se determinó además la oferta, la demanda y el precio al cual se va a vender el producto, también se pudo establecer estrategias como: plaza, comercialización, post-venta, y el diseño del producto.

En el capítulo IV, se realizó un estudio técnico el cual abarca el tamaño del emprendimiento, la demanda potencial insatisfecha, la materia prima necesaria para la elaboración de la carne vegetal, la maquinaria, y además se estableció el lugar óptimo en el cual se pondrá en funcionamiento la empresa, se identificó la capacidad de producción y se realizó la distribución del espacio físico de la planta.

En el Capítulo V, se determinó el estudio organizacional en el cual se elaboró la estructura organizativa, estructura posicional, estructura funcional, y se elaboró el manual de funciones, para el correcto funcionamiento de la empresa.

En el Capítulo VI, se realizó un estudio financiero, en éste se estableció el valor de maquinaria, de los equipos de oficina y el valor de la inversión que se necesita para que la empresa pueda funcionar correctamente, se determinó además las fuentes de financiamiento necesarias; se realizó presupuestos de: gasto e ingresos, y se realizó también los estados financieros así como el flujo de caja. En este capítulo también se calculó el punto de equilibrio, y los índices financieros que se necesitan para realizar la evaluación de la empresa, y obtener información la cual es importante para decidir si es buena decisión invertir o no en el proyecto.

En el Capítulo VII, se establecieron las conclusiones y recomendaciones que arrojaron la realización del proyecto.

Capítulo I

Planteamiento del problema

Las largas jornadas de trabajo se derivan en improductividad y problemas de salud, uno de los más comunes son los que afirman una relación entre las largas jornadas de trabajo y la aparición de problemas cardiovasculares. En un estudio observaron un amplio grupo de sujetos durante once años. Aquellos con jornadas de trabajo más prolongadas, mostraban hasta un 67% más de posibilidades de sufrir infartos y otros problemas cardiovasculares.

El aumento de la mortalidad cardiovascular en el último tiempo está fuertemente asociado a cambios en los hábitos de alimentación. La dieta occidental caracterizada por una alta ingesta de alimentos de origen animal, presenta mayor riesgo de diabetes tipo 2 (DM 2), hipertensión arterial (HTA), aumento de marcadores de disfunción endotelial y factores protrombóticos (Pino L., Cedie G. , & Hirsch B., 2009).

La obesidad es una enfermedad multifactorial, que incluye componentes sociales, culturales, conductuales, fisiológicos, metabólicos y genéticos, y que se caracteriza por el aumento del tejido graso. Este exceso de grasa se produce cuando la cantidad de energía que se ingiere con los alimentos es superior a la que se gasta.

La alimentación es necesaria adaptarla a la actividad laboral, con el fin de mejorar el rendimiento y reducir la fatiga. El tipo de alimentación que consume una persona en el trabajo, tiene repercusiones nutricionales y de salud, por lo que es importante saber elegir los alimentos. El problema es que hoy las personas pueden elegir entre comida rápida, que lamentablemente está cargada hacia los lípidos, sal y la ventaja es que es económica; mientras que otro tipo de alimentación indica una preparación culinaria donde están presentes las proteínas, carbohidratos, fibras y en menor escala los lípidos, pero requiere más tiempo de preparación para su consumo.

Las células del cuerpo requieren una nutrición adecuada para su funcionamiento normal, todos los sistemas pueden afectarse cuando hay problemas nutricionales. La nutrición adecuada es un factor fundamental para el vigor y el desempeño de una persona, y para que una persona funcione en su nivel óptimo debe consumir las cantidades adecuadas de alimentos que contengan los nutrientes esenciales para la vida humana. (Izquierdo Hernández, Armenteros Borrell, Lancés Cotilla, & Martín González, 2004).

Lo mejor es realizar una alimentación que contenga alimentos altos en fibra dietética como cereales integrales, legumbres, vegetales y frutas para reducir el riesgo de desarrollar el síndrome metabólico y otras enfermedades crónicas como el cáncer, las enfermedades cardiovasculares y la diabetes mellitus tipo 2 (Bolet Astovisa & Socarrás Suárez, 2010).

El Ministerio de Industrias y Productividad en su visión de construir un país con igualdad de oportunidades, que elimine las asimetrías de gestión, operación y mercado, impulsa un cambio de la matriz productiva. Este proceso afirma un decidido apoyo al aparato productivo nacional y en especial, a las micro, pequeñas y medianas empresas, quienes juegan un papel decisivo en esta visión. La política productiva busca, por tanto, una gestión incluyente, articulada y participativa, que tiene como objetivo, permitir que el sector industrial y fundamentalmente las MIPYMES, desarrollen el tejido empresarial ecuatoriano.

Esta política implementa estrategias de generación de capacidades para la mejora de los diferentes procesos productivos, enfocando capacitación y formación profesional; creación de bienes públicos al servicios de los sectores productivos; asistencia técnica especializada en procesos de calidad; gestión normativa y, finalmente, apoyar la gestión al desarrollo de mercados, con enfoque local e internacional. Es vital la generación de oferta productiva a mercados, proveniente de los encadenamientos productivos, intensivos en la participación de

las MIPYMES a nivel nacional, orientando la sustitución estratégica de importaciones y el impulso a las exportaciones (Flacso, 2013).

Capítulo II

Descripción del Emprendimiento

2.1 Nombre del emprendimiento

Creación de una empresa de elaboración de carne vegetariana con sabor a cerdo.

2.2 Localización geográfica

2.2.1 Macro localización

Provincia Tungurahua, Cantón Ambato.

2.2.2 Micro localización

Parroquia Pishilata, ciudadela Techo Propio, calles Jorge Luis Borges y Franz Peter Schubert.

2.3 Justificación

En el Ecuador existe 14'483.499 habitantes, el Ministerio de Salud indica que más de 4400 personas fallecen al año por causa de la diabetes; esto se debe al sobrepeso y a la obesidad ya que son unos de los factores que contribuyen al aumento de esta enfermedad (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

En la provincia de Tungurahua existen 504.583 habitantes de los cuales 259.800 son mujeres y 244.783 son hombres. De esta cantidad de personas de la provincia alrededor del 22.30% son personas que corren el riesgo de sufrir problemas de salud por las largas jornadas de trabajo a las que se exponen y por este motivo no cuentan con el tiempo necesario para alimentarse correctamente (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

La *innovación* implica dos caminos: uno *creativo*, de búsqueda y generación de ideas; y otro *ejecutivo*, que transforma la idea en productos que logren satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

La *mercadotecnia* no solo ayuda a identificar estos requerimientos, sino que aporta ideas al diseño, la comercialización y la introducción de las *innovaciones* al mercado.

El concepto de creatividad es considerado como insumo básico de la innovación y de la mercadotecnia en general, analiza cuáles sus principales bloqueos y como superarlos; brindando además procedimientos concretos para generar, seleccionar y evaluar ideas para nuevos productos (Galindo Cota, 2008)

Los animales productores de carne se consideran reservorios importantes de microorganismos patógenos. Los patógenos para el hombre de origen animal entran constantemente en la cadena de aporte de alimentos, donde las contaminaciones cruzadas durante el proceso pueden conducir a un elevado nivel de contaminaciones de la carne fresca y los productos cárnicos. Esto a su vez contribuye a la aparición de enfermedades en el hombre por cocinados deficientes o re contaminación de los productos cocinados (Varman, & Sutherland, 1995).

Los roedores pueden ser portadores de varias enfermedades zoonóticas y se han implicado en la infección de los animales productores de carne. Las precauciones frente a los roedores en las instalaciones de estabulación y alimentación deben incluirse en unas buenas prácticas. Debería tenerse en cuenta que la infección se puede adquirir de roedores tanto vivos como muertos. Los cerdos omnívoros tienen predilección por las ratas muertas y esto en particular constituye un riesgo. Las ratas muertas son también una fuente importante de infección con el parásito nematodo. *Trichinella spiralis* bajo ciertas circunstancias (Varman & Sutherland, 1995)

La carne de cerdo puede causar muchos daños a la salud si los animales no son bien cuidados mientras están vivos, y si la carne no es bien tratada cuando ya estén muertos, los efectos que pueden causar el consumir carne contaminada es que las personas pueden tener infecciones intestinales, vomito, y dolor estomacal.

La peste porcina clásica (PPC) conocida también como cólera porcino o fiebre porcina clásica, es una enfermedad infectocontagiosa propia de la especie porcina.

En Ecuador el servicio veterinario pudo constatar que el origen de la enfermedad se debió al movimiento ilegal de animales y la incorporación de nuevos animales a las unidades.

Otra de las causas que inciden negativamente en la propagación de la enfermedad en el país es la deficiente cobertura de vacunación, no mayor al 3%, lo que significa que se está dejando prácticamente a la población porcina sin ningún tipo de protección. Además, como la vacunación se realiza fundamentalmente en las explotaciones industriales, existe una brecha sanitaria en las poblaciones porcinas de los productores a baja escala, como son las crías de traspatio, las más comunes en el país (Ferrer, Fonseca, Percedo, & Abeledo, 2010).

El consumo diario de carne de cerdo puede provocar varios tipos de cáncer como por ejemplo cáncer al colon, cáncer hepático, cáncer cerebral, y puede incidir en el cáncer al páncreas. La carne de cerdo es una de las carnes más contaminadas, tiene más grasa que cualquier otro tipo de carne, debido a la grasa que esta contiene aumenta el riesgo de padecer cirrosis, por este motivo está vinculada a causar gran parte de enfermedades.

La muerte por enfermedades cardiovasculares sigue aumentando de manera alarmante en el mundo, varias de sus causas como los hábitos de alimentación inadecuados, la baja actividad física y el consumo de tabaco son prevenibles, los resultados de esta revisión reafirman la importancia de emitir el mensaje a nivel poblacional de recomendar una disminución en el consumo de carnes rojas, principalmente procesadas, disminuir el consumo de grasas saturadas, trans, así como estimular el consumo de cereales integrales, frutas, vegetales y pescado para generar un gran impacto en una disminución de la morbi-mortalidad global y cardiovascular.

La carne de cerdo, es una de las carnes que mayor contaminación contiene si no está debidamente cocida, además por la naturaleza de estos animales, no podemos confiar

ciegamente en el consumo de este alimento. La carne permite el desgaste de los huesos, por lo que las personas que acostumbran a consumir este producto corren el riesgo de tener osteoporosis (Pino L., Cedie G. , & Hirsch B., 2009).

Un notable aumento en el consumo de alimentos derivados del poroto de soya, *Glycine max*, ha ocurrido en los últimos años como consecuencia de la creencia que su consumo produce beneficios en la salud, independientemente del contenido de sus nutrientes. Al igual que todos los alimentos, el poroto de soya contiene además diversos compuestos biológicamente activos, investigados ampliamente y que incluyen, entre otras, saponinas, lunasina e isoflavonas (ISO), estas últimas responsables del gran interés científico por esta leguminosa (Valladares, Garrido, & Sierralta, 2012).

Con el fin de realizar un diagnóstico de la situación actual del emprendimiento en Ecuador, en primera instancia, es necesario una metodología clara que permita guiar los diferentes análisis a efectuar; para este particular, se ha considerado vital utilizar el concepto de “ecosistema de emprendimiento” como marco referencial, entendiéndose como un conjunto de componentes y funciones articuladas a efectos del establecimiento de una sociedad emprendedora en el país. El ecosistema conjuga, a grandes rasgos, los esfuerzos institucionales, las acciones positivas, políticas de Gobierno los sectores complementarios o conexos, los actores participativos y pasivos, el sector empresarial, el tercer sector y por supuesto, a los emprendedores.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo General

Crear una empresa de elaboración de carne vegetariana con sabor a cerdo.

2.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda que tendrá el producto.

- Determinar la viabilidad del proyecto mediante el adecuado establecimiento de procesos de producción.
- Desarrollar un estudio económico financiero con el fin de determinar la utilidad al finalizar el ejercicio contable.

2.5 Beneficiarios

UN FABRICANTE PRODUCE mercancías o servicios, o ambos, para que los usen los consumidores, La mayoría de los fabricantes realizan labor excelente además de lucrativa, y se convierten en ciudadanos y se convierten en ciudadanos útiles para la economía del país y miembros respetados de la comunidad comercial. Crean empleos, producen dividendos para sus accionistas, pagan impuestos a los gobiernos locales, estatales y federales, y producen artículos para los consumidores. De alguna manera, a todos beneficia la existencia del fabricante. A su vez, el fabricante obtiene beneficios del público (ya sea de sus clientes o de los clientes de sus clientes, en una cadena comercial). Aparentemente, se tiene todos los elementos para integrar una “sociedad de mutuos beneficios” (Vaughn, 1982).

Los beneficiarios directos de este proyecto son las personas en las que se focaliza el proyecto estos son: el dueño de la empresa y los colaboradores, y todas aquellas personas que consuman la carne vegetariana que cuidarán su salud.

Los beneficiarios indirectos son todos aquellos que sin ser el público objetivo se benefician de una u otra manera de la puesta en marcha del proyecto tales como Instituciones Gubernamentales y la sociedad en general.

Tabla 1
Beneficiarios

BENEFICIARIOS	
DIRECTOS	<ul style="list-style-type: none">• Dueño de la empresa• Empleados• Consumidores del producto
INDIRECTOS	<ul style="list-style-type: none">• Gobierno• S.R.I.• Municipio• Sociedad en General

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Investigación directa

2.6 Resultados a alcanzar

El presente proyecto logrará crear fuentes de empleo para varias personas que estarán involucradas en la puesta en marcha del proyecto. Se logrará beneficios económicos para todos los colaboradores de la empresa.

Se podrá mejorar la salud de los consumidores debido a que la carne vegetariana es elaborada a base de soya contiene mayor valor nutritivo que la carne animal. El proyecto logrará evitar en las personas enfermedades como el cáncer en varios órganos del cuerpo, evitará la obesidad y enfermedades cardíacas.

Capítulo III

Estudio de Mercado

3.1 Descripción del producto, características y usos

- **Carne vegetariana.-** La carne vegetariana es una proteína texturizada, que proporciona al cuerpo varios nutrientes similares a los de la carne animal, esta carne es elaborada a base de soya, por el hecho de ser de elementos naturales no contiene grasas, ni contaminantes.
- **Soya.-** Es un alimento perteneciente al grupo de las leguminosas, este alimento tiene un gran contenido de vitaminas y un alto contenido de minerales.
- **Espicias naturales.-** Las especias naturales ayudan a dar un gran sabor a los alimentos, fortalecen la digestión y son necesarios para la alimentación diaria.

La carne vegetariana es un producto alimenticio elaborado en base a la soya, esta leguminosa es rica en vitaminas ya que contiene un alto contenido de aceites y no de almidones, es decir no contiene carbohidratos. Además contiene minerales tales como: potasio, magnesio, yodo, calcio y hierro, la soya tiene una gran cantidad de vitamina C (ayuda a la absorción del hierro), vitamina D (calcio fortalece a los huesos), y una cantidad mayor de vitamina E (antioxidante, mantiene al sistema inmune a virus y bacterias).

La soya es una leguminosa que tiene muchos beneficios para la salud en especial para las personas diabéticas y para cuidar el hígado y el riñón. Este alimento ayuda a reducir los síntomas de menopausia, es una alternativa al tratamiento de la osteoporosis, previene muchos cánceres, entre ellos el cáncer de mama y próstata entre los más importantes, ayuda a controlar la diabetes, además de eliminar el colesterol del cuerpo.

3.1.1 Segmentación de mercado

La **segmentación de mercados** es un proceso mediante el cual se identifica o se toma a un grupo de compradores homogéneos, es decir se divide el mercado en varios submercados o segmentos de acuerdo a los diferentes deseos de compra y requerimientos de los consumidores (Fischer & Espejo, 2011).

La segmentación de mercado es separar al total de la población en grupos que compartan los mismos gustos y características, esto nos permite fijarnos en el mercado al cuál va ir dirigido nuestro bien o producto. Además nos ayuda a mejorar la posición de la empresa, agrupando a las personas que comparten los mismos gustos y preferencias.

Para segmentar el mercado para el presente proyecto se va utilizar las siguientes variables:

- **Geográfica.-** Se refiere al lugar donde se va ofertar nuestros productos es decir; dividirlos por país, ciudad, territorio.

Para la segmentación del mercado de la variable geográfica del presente proyecto tomamos en cuenta el total de la población del país, en este caso tenemos que según el último censo realizado en el año 2010 la población del Ecuador es de 14'483.499, en la provincia de Tungurahua tenemos 504.583 habitantes y en la ciudad de Ambato existe un total de 329.856 personas.

- **Demográfica.-** Divide a la población fijándose en características como: edad, género, estado civil, renta.

Tabla 2
Segmentación

Variable Geográfica	Habitantes
(PAIS) ECUADOR	14'483.499
(PROVINCIA) TUNGURAHUA	504.583
(CIUDAD) AMBATO	329.856
Variable Demográfica	Habitantes
Población Económicamente Activa	161.240
Edades entre 30 y 41 años	54.081
(Nivel de Ingresos mayor) a \$750,00	18.929

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010.

Tabla 3
Población

Año	Tasa de Crecimiento Poblacional	Habitantes
2010	1.56%	18929
2011	1.56%	19224
2012	1.56%	19524
2013	1.56%	19829
2014	1.56%	20138
2015	1.56%	20452
2016	1.56%	20771

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).

Para la segmentación demográfica del presente proyecto tenemos que la población económicamente activa de la ciudad de Ambato son un total de 161.240 personas, de ellas las personas entre 30 y 41 años que son quienes consumirían el producto son 54.081 habitantes, y entre ellos quienes tienen ingresos mayores a \$750,00 son 18.929 personas. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Basándonos en el Censo realizado en el año 2010 y tomando en cuenta un crecimiento poblacional del 1.56% tenemos que nuestro mercado para el presente año es un total de 20.771 personas.

3.1.2 Mercado Objetivo

Una mercadotecnia eficaz es imposible sin un conocimiento exhaustivo de los clientes actuales y potenciales. Cuanto más se entienda al cliente, en mejores condiciones estará la empresa de satisfacer sus necesidades (Münch, Sandoval, Torres, & Ricalde, 2012).

El mercado objetivo es la parte del mercado total a quienes va dirigido nuestro producto, es decir quiénes son las personas que directamente consumirán lo que estamos ofreciendo en el mercado.

La población a quienes va dirigido nuestro producto son 20.771 personas.

3.1.3 Población y Muestra

3.1.3.1 Cálculo de la población y muestra

Población o Universo

Se define como la fuente de observaciones o medidas que describen detalladamente un conjunto de individuos u objetos (Garza, 2013).

Basándonos en el Censo de Población y Vivienda.

Muestra

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 95% (1,96)

P= Probabilidad de que el evento ocurra 50%

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra 50%

N= Población o universo

e= Nivel de error

Cálculo:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(20771)}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + (20771)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(5192,50)}{(3,8416)(0,25) + (51,9275)}$$

$$n = \frac{19947,508}{0,9604 + 51,9275}$$

$$n = \frac{19947,508}{52,8879}$$

$$n = 377 \text{ personas}$$

Las encuestas se deben aplicar a 377 personas.

3.1.4 Encuesta (Anexo N.-2)

3.1.5 Análisis de resultados

1.- ¿Si le ofrecen un tipo de carne vegetariana con sabor a cerdo usted la consumiría?

Tabla 4

Nivel de Aceptación

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	219	12066	58,09%
De acuerdo	15	827	3,98%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	24	1322	6,37%
Desacuerdo	13	716	3,45%
Totalmente Desacuerdo	106	5840	28,12%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

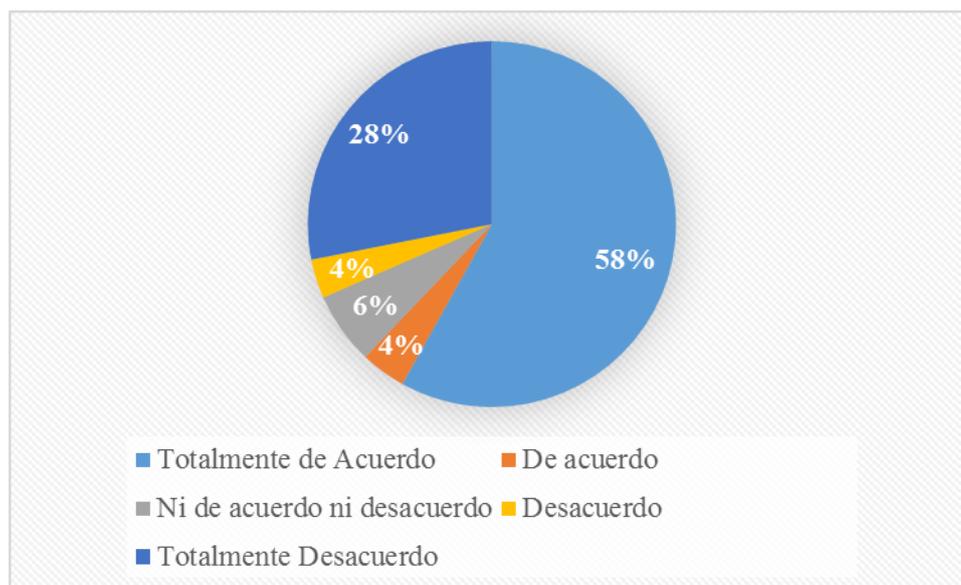


Gráfico 1: Nivel de Aceptación

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

Del total de 377 encuestas aplicadas, tenemos que 219 personas están totalmente de acuerdo en consumir este producto, este total representa el 58,09 %; 15 personas que representa el 3,98% indicó que si estaría de acuerdo en consumir este producto; 24 personas las cuales

representan el 6,37% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo; 13 personas que son el 3,45% esta desacuerdo, y por último 106 personas que representa el 28,12% de la población definitivamente no consumiría este producto, Esto nos indica que el producto si tendrá aceptación en el mercado.

2.- ¿Con que frecuencia consumiría usted carne vegetariana?

Tabla 5

Frecuencia de Consumo

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Diario	61	3361	16,18%
Tres veces a la semana	105	5785	27,85%
Fines de semana (Sábado o Domingo)	53	2920	14,06%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas



Gráfico 2: Frecuencia de Consumo

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

Del total de las personas encuestadas son 219 personas que si consumirían este producto, al investigar la frecuencia de consumo tenemos que 61 personas las cuales representan el 16,18%% lo consumirían como alimento diario, 105 personas que son el 27,85% lo consumirían al menos tres veces a la semana, y un mínimo de 53 personas que son el 14,06% de encuestados solo consumirían sábado o domingo; y por último 158 personas que representan el 41,91% no respondieron nuestra encuesta, Luego del análisis de estos resultados tenemos que consumirían nuestro producto tres veces por semana.

3.- ¿Cree usted que la carne vegetariana mejoraría la salud de las personas?

Tabla 6

Mejor Calidad de Vida

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	74	4077	19,63%
De acuerdo	66	3636	17,51%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	27	1488	7,16%
Desacuerdo	23	1267	6,10%
Totalmente Desacuerdo	29	1598	7,69%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

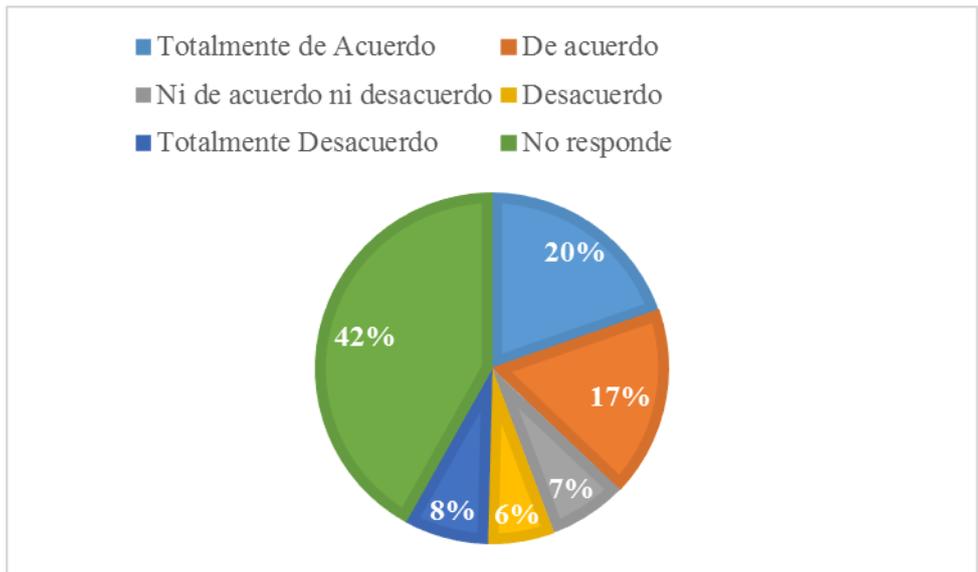


Gráfico 3: Mejor Calidad de Vida

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

Análisis e Interpretación

Del total de las personas que respondieron a nuestra encuesta tenemos que 74 personas que representan el 19,63% de la población están totalmente de acuerdo en que esta carne si mejoraría la salud de las personas, 66 personas que son el 17,51% están de acuerdo, 27 personas que representan el 7,16% no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, 23 personas que son el 6,10% están en desacuerdo y 29 personas que son el 7,69% indica que este producto no mejoraría la salud de las personas, Esto nos demuestra que la mayor parte de las personas encuestadas dicen estar de acuerdo en que este alimento mejoraría la calidad de vida.

4.- ¿Por qué razones consumiría usted carne vegetariana?

Tabla 7

Motivos de Consumo

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Salud	107	5895	28,38%
Cambio de hábitos alimenticios	112	6171	29,71%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

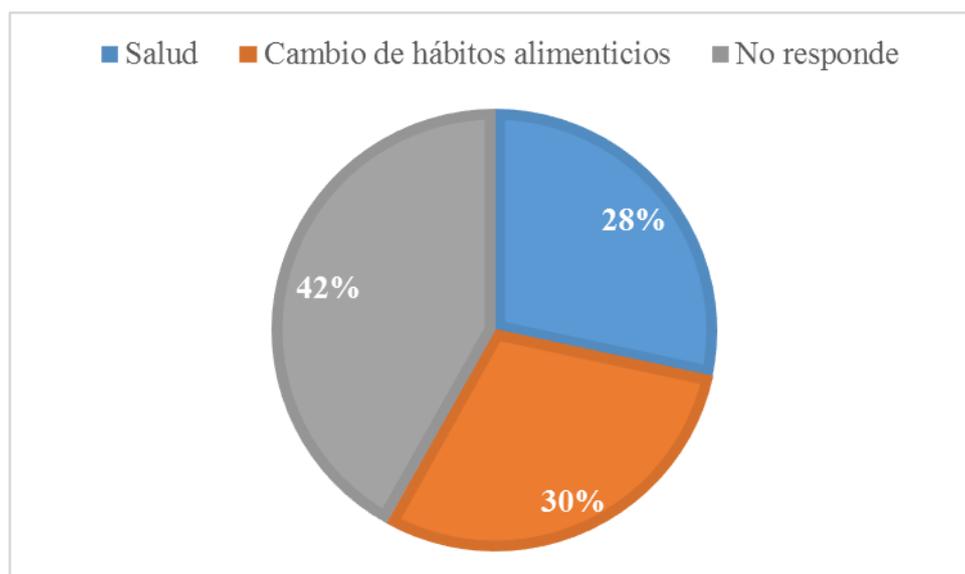


Gráfico 4: Motivos de consumo

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

Del total de 219 personas tenemos que 104 las cuales representan el 28,38% de la población estarían de acuerdo en consumir este producto por salud, por otra parte un número similar las cuales son 112 personas y estas representan el 29,71% preferirían consumir este producto por

cambio de hábitos alimenticios; y un total de 158 personas no respondieron nuestra encuesta, Del total de personas que si nos dieron respuesta tenemos que la mayor parte lo consumirían por cambio de hábitos alimenticios.

5.- ¿Considera que la carne vegetariana contiene proteínas importantes para su salud?

Tabla 8
Proteínas para el cuerpo

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	71	3912	18,83%
De acuerdo	68	3746	18,04%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	39	2149	10,34%
Desacuerdo	18	992	4,77%
Totalmente Desacuerdo	23	1267	6,10%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

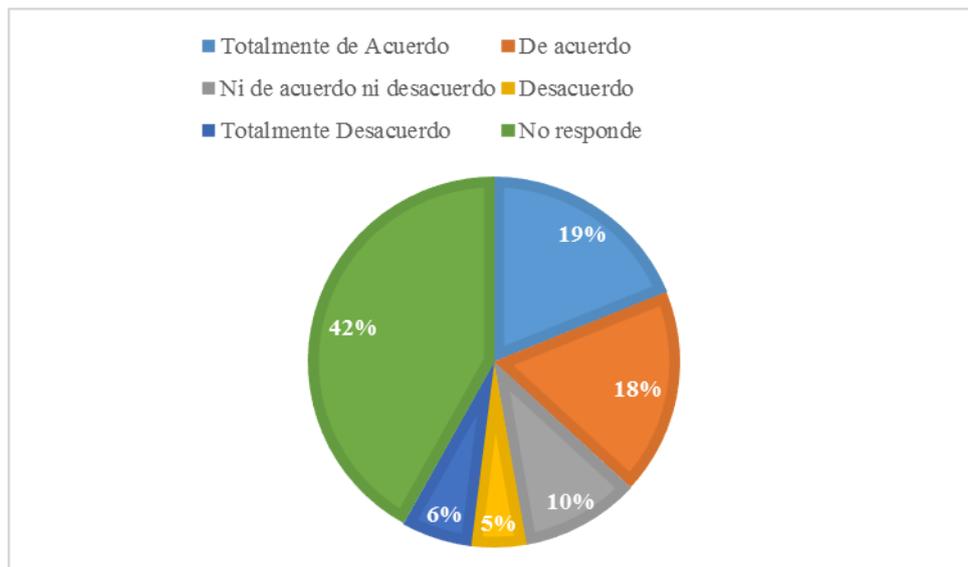


Gráfico 5: Proteínas para el cuerpo

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

La mayor parte de personas encuestadas se encuentran totalmente de acuerdo en que la carne vegetariana contiene proteínas importantes para la salud, es un total de 71 personas las cuales representan el 18,83%, además 68 personas las cuales son el 18,04% están de acuerdo, 39 personas que representan el 10,34% no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo en que esta carne contiene proteínas, por otra parte 18 personas las cuales representa el 4,77% están desacuerdo, y por último 23 personas que son el 6,10% están totalmente en desacuerdo, Tenemos como resultado que la mayor parte de encuestados consideran que este alimento contiene proteínas importantes para la salud.

6.- ¿Piensa que la carne vegetariana podría sustituir a la carne animal?

Tabla 9

Sustituto de carne animal

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	64	3526	16,98%
De acuerdo	56	3085	14,85%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	51	2810	13,53%
Desacuerdo	33	1818	8,75%
Totalmente Desacuerdo	15	826	3,98%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

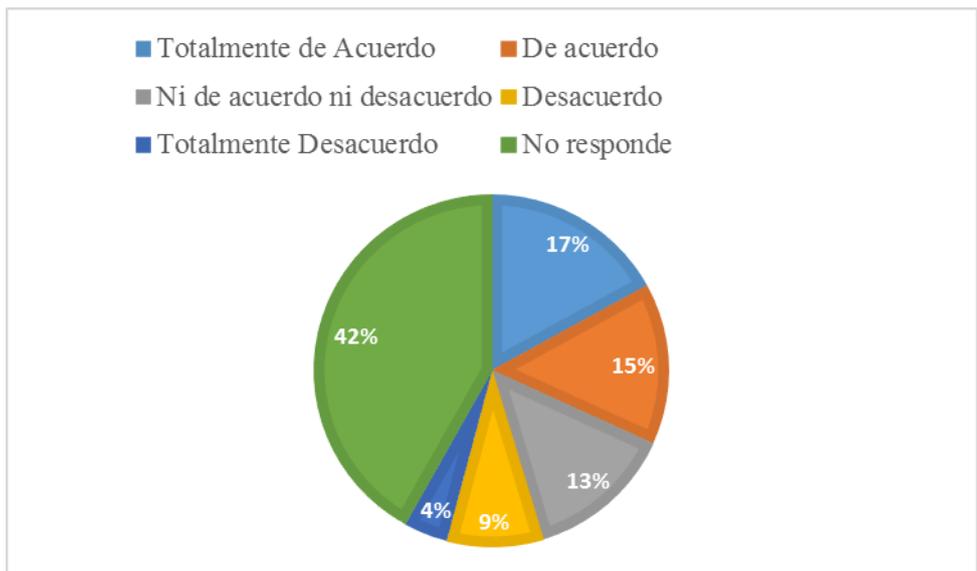


Gráfico 6: Sustrituto de carne animal

ELABORADO POR: **Carolina Altamirano**
 FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

Un total de 64 personas encuestadas las cuales representan el 16,98% indicaron que están totalmente de acuerdo que la carne vegetariana podría sustituir a la carne animal, 56 personas que son el 14,85% están de acuerdo con esto; 51 personas que representan el 13,53% no están de acuerdo ni en desacuerdo; 33 personas que son el 8,57% están en desacuerdo, y por último 15 personas las cuales son el 3,98% de los encuestados indicaron que la carne vegetariana no podría sustituir a la carne animal, Por lo que podemos comprender que en algún momento en nuestras vidas podríamos dejar de consumir carne animal.

7.- ¿Cómo le gustaría que le ofrezcan este producto?

Tabla 10

Unidad de medida

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Kilos	92	5069	24,40%
Libras	127	6997	33,69%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

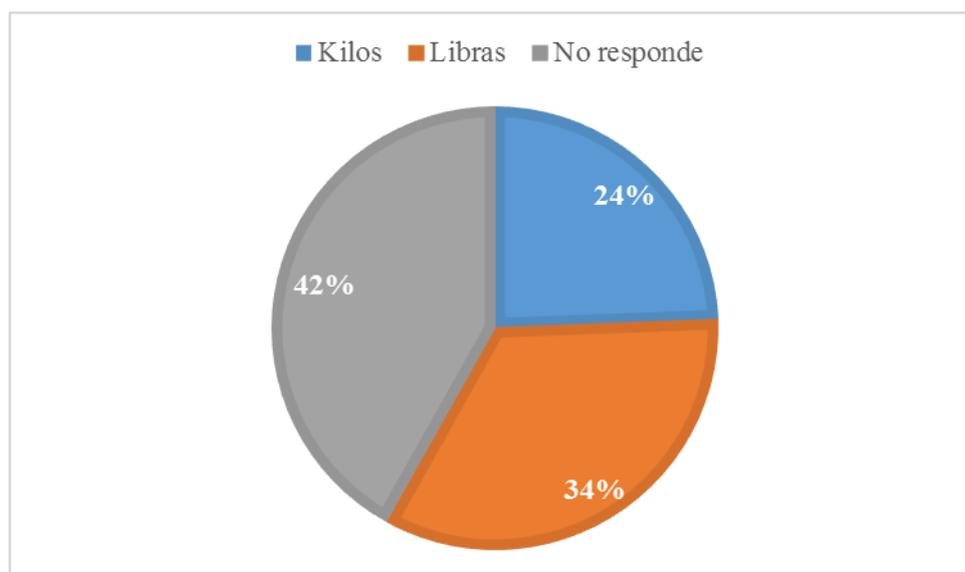


Gráfico 7: Unidad de Medida

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

Del total de 377 encuestas aplicadas tenemos que 92 personas las cuales representan el 24,40% de la población indicaron que preferirían adquirir la carne vegetariana por libras, y un total de 127 personas que representan el 33,69% indicaron que comprarían la carne por kilos;

la diferencia de personas indicaron que no consumirían nuestro producto, Con este resultado tenemos que la carne se ofrecerá en presentaciones por libras.

8.- ¿Le gustaría que la presentación de este producto tenga información nutricional?

Tabla 11

Información Nutricional

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	71	3912	18,83%
De acuerdo	66	3636	17,51%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	46	2534	12,20%
Desacuerdo	17	937	4,51%
Totalmente Desacuerdo	19	1047	5,04%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

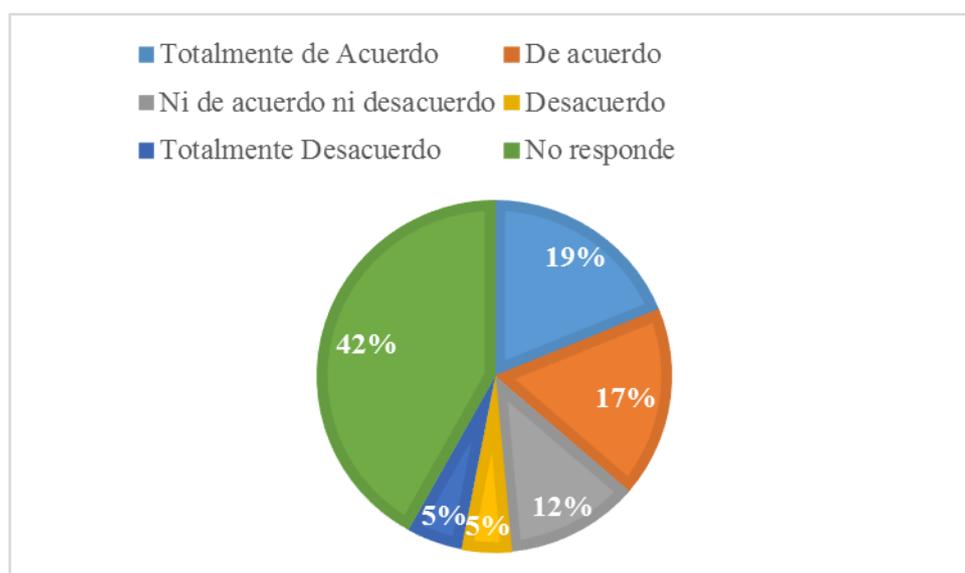


Gráfico 8: Información Nutricional

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

La mayor parte de las personas encuestadas en este caso son 71 y representan el 18,83% están totalmente de acuerdo en que el producto indique la información nutricional, 66 personas que

representan el 17,51% están de acuerdo, 46 personas que representan el 12,20% indicaron que no se encuentran de acuerdo ni desacuerdo con la información nutricional en el producto; 17 personas las cuales son el 4,51% están en desacuerdo y por último 19 personas las cuales representan el 5,04% no le dan mayor importancia sobre los datos de información nutricional en el producto, Podemos entender que la mayor parte de personas si les interesaría que nuestro producto contenga información nutricional.

9.- ¿Cómo le gustaría que se distribuya este producto?

Tabla 12

Lugares de Compra

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
Tiendas	46	2534	12,20%
Supermercado	58	3196	15,38%
Bajo pedido	115	6336	30,50%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	58,09%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

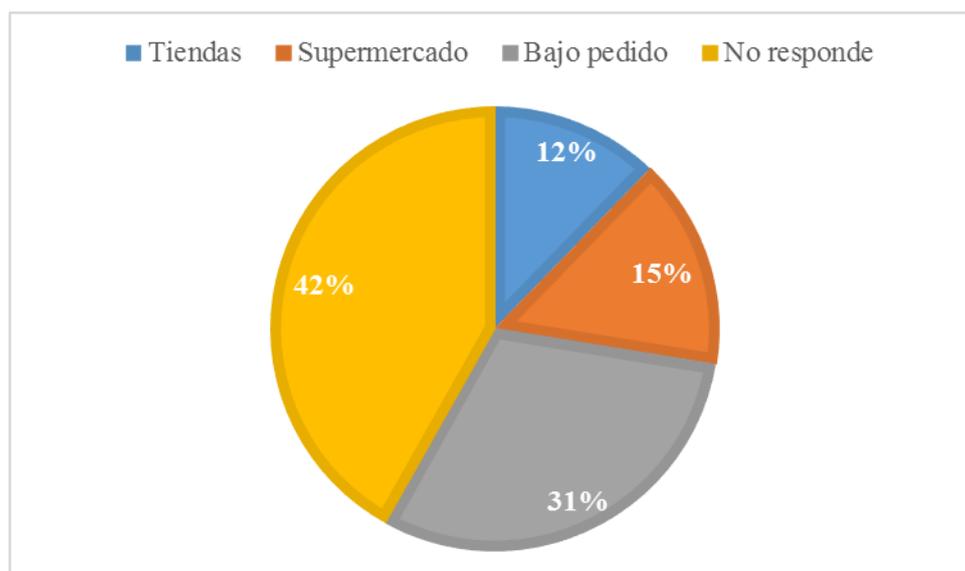


Gráfico 9: Lugares de Compra

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

Del total de las personas encuestadas 115 las cuales representan el 30,50% de la población indicaron que les gustaría adquirir el producto bajo pedidos, 58 personas que representan el 15,38% indicaron que les gustaría encontrar este producto en supermercados; y por último en un menor porcentaje es decir 46 personas que son el 12,20% preferirían adquirirlo en tiendas, Los clientes por tener una mayor seguridad de que el producto se encuentre en las mejores condiciones desearían obtenerlo bajo pedido.

10.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una libra de carne vegetariana?

Tabla 13

Precio

OPCIONES	FRECUENCIA MUESTRAL	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE
\$4,00	118	6501	31,30%
\$4,50	62	3416	16,45%
\$5,00	39	2149	10,34%
No responde	158	8705	41,91%
TOTAL	377	20771	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

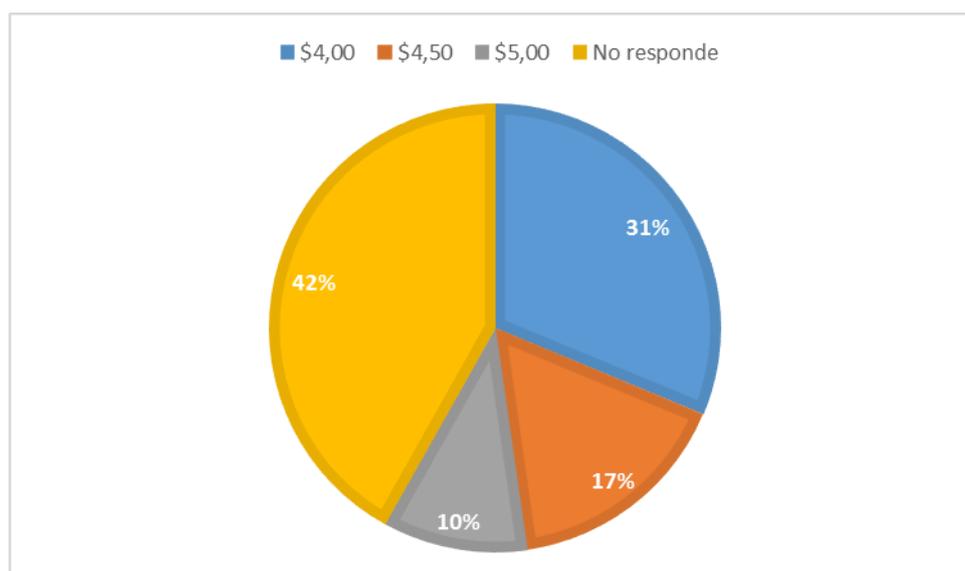


Gráfico 10: Precio

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

Análisis e interpretación

Una gran parte de personas las cuales son 118 y representan el 31,30% indicaron que les gustaría encontrar este producto a un precio de \$4,00 la libra, 62 personas que representan el 16,45% dijeron que lo comprarían a un precio de \$4,50 cada libra, y un menor número de personas en este caso son 39 y representan el 10,34% indicaron que adquirirían cada libra de carne vegetariana a un precio de \$5,00, Por lo que el precio de venta por cada libra de carne será de \$4,00.

3.2 Estudio de la demanda

La cantidad que los consumidores deseen adquirir de un determinado bien o servicio dependerá de muchos factores, aunque a nadie se le escapa que el precio del mismo será un factor fundamental, El resto de factores –la renta con la que cuenta el consumidor, sus gustos, etc.- también serán muy importantes para determinar cuál es la cantidad que los consumidores deseen adquirir (Aguado & Hamoudi, 2014),

La población a la que va dirigida el presente proyecto es a personas que trabajan y por lo general no tienen mucho cuidado en su alimentación, el segmento de mercado son las personas entre edades de 30 años y 41 años y que tienen ingresos mayores a \$750,00 debido al precio de venta del producto; ya que en comparación con la carne animal la carne vegetariana tiene un valor superior.

El número total de personas con estas características en la ciudad de Ambato es de 20771 personas; luego de aplicar las encuestas, el número total de personas que consumirían esta carne es un total de 12066 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

3.2.1 Cálculo de la demanda en personas

Tabla 14

Cálculo de la demanda en personas

AÑO	DEMANDA TOTAL	DEMANDA REAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2016	20771	12066	
2017	21095	12254	1,56%
2018	21424	12445	1,56%
2019	21758	12640	1,56%
2020	22098	12837	1,56%
2021	22442	13037	1,56%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas, INEC

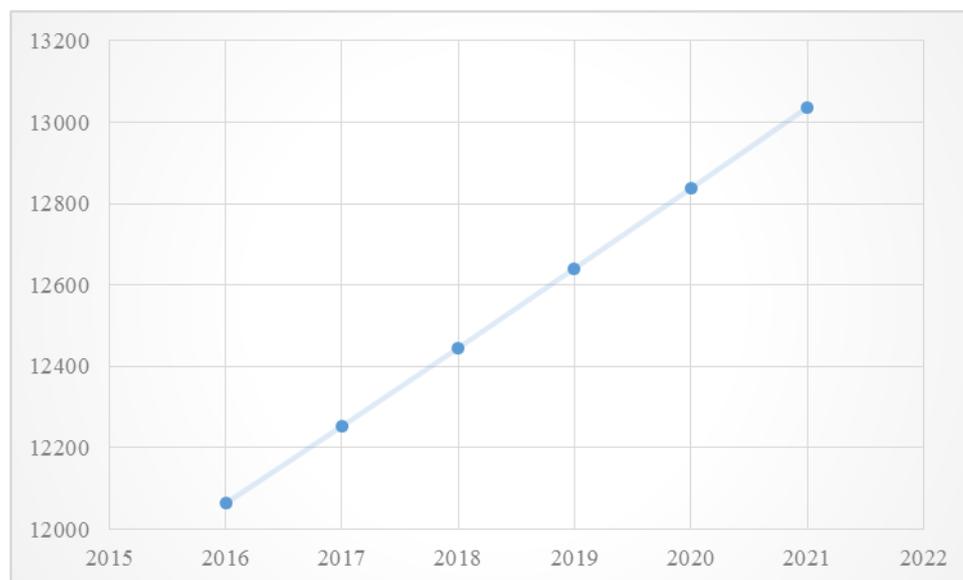


Gráfico 11: Demanda en personas

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

La población a la que va dirigido el producto es un total de 20,771 personas, de este total 12,066 personas son las que de una u otra forma van a consumir nuestro producto.

La demanda real en personas es de 12,066 para el año 2016, con el incremento de la tasa de crecimiento poblacional del 1,56% llega al año 2021 una cantidad de 13,037 personas.

3.2.2 Cálculo de la demanda en productos

Tabla 15

Cálculo de la demanda en productos

OPCIONES	%	FRECUENCIA MERCADO OBJETIVO	INDICADOR DE CONSUMO	DEMANDA DE PRODUCTO
Diario	27,85%	3361	23,10	77639
Tres veces a la semana	47,95%	5785	9,36	54148
Fines de semana (sábado o domingo)	24,20%	2920	3,12	9110
TOTAL	100,00%	12066		140897

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

En la pregunta número dos de la encuesta encontramos la frecuencia de consumo de carne vegetariana, indicándonos si consumirían diariamente, tres veces a la semana o solamente fines de semana (sábado o domingo).

El consumo per cápita en Ecuador es de aproximadamente 10,5 kilos por persona (Agencia ANE, 2014).

Los 10,5 kilos de carne que consume en ecuatoriano al año son alrededor de 23,1 libras lo que al dividir esta cantidad entre los 365 días tenemos un indicador de 0,06, este mismo indicador lo relacionamos con la frecuencia de días, tres veces por semana o una sola vez por semana, Del 100% de personas que consumirían nuestro producto tenemos que el 27,85% de personas lo harían diariamente esto equivale a un total de 77639 libras de carne en un año; 47,95% de personas consumirían este producto tres veces por semana esto es un equivalente de 54148 libras al año; y por último tenemos que un 24,20% de personas comprarían esta

carne solamente los fines de semana es decir sábado o domingo y esto en un total de 9,110 libras de carne al año.

Por este motivo tenemos que la demanda de carne vegetariana para el año 2016 tomando en cuenta que la venta es por libras tenemos un total de 140897 libras de carne.

3.2.3 Proyección de la demanda

Tabla 16
Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA PRODUCTO	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2016	140897	
2017	143095	1,56%
2018	145327	1,56%
2019	147594	1,56%
2020	149897	1,56%
2021	152235	1,56%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

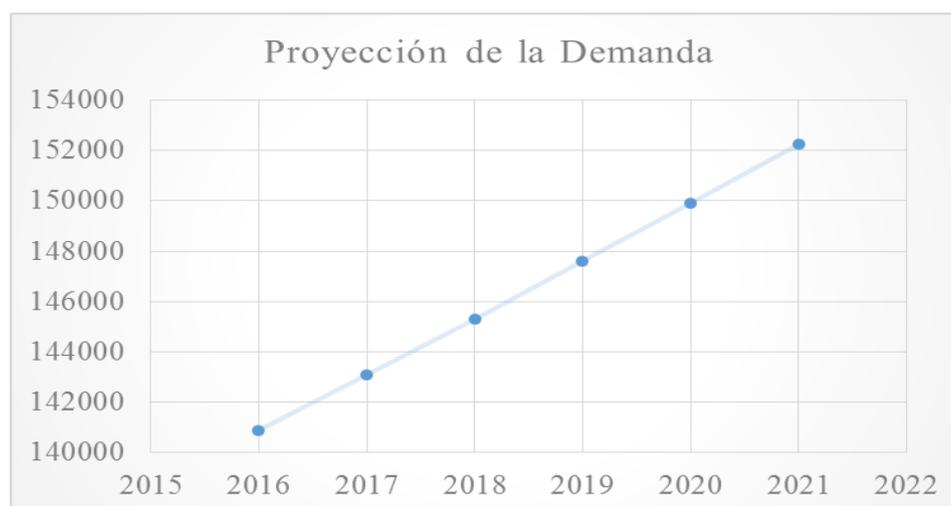


Gráfico 12: Proyección de la demanda

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Encuestas

Utilizando el total de la demanda de productos tenemos que para el año 2016 la demanda es de 140897 libras llegando al año 2021 con una demanda de 152235 libras de carne vegetariana.

3.3 Estudio de la oferta

La cantidad que los productores deseen fabricar de un determinado bien dependerá de varios factores, como la tecnología con la que cuentan, el precio de los factores productivos necesarios, etc. El precio al cual puedan venderlo, por su puesto, será un factor determinante, Así, cuanto mayor sea éste, más cantidad desearán vender los productores, y más productores estarán dispuestos a ofertar este bien. Del mismo modo que hicimos con la demanda, referenciaremos la cantidad ofertada al precio del bien dejando en principio constantes las otras variables. La **oferta** es la *relación entre el precio de un bien y la cantidad que las empresas desearán ofrecer de ese bien, ceteris paribus*.

Los principios determinantes de la oferta son:

- El precio del bien,
- El coste de los factores productivos,
- El nivel tecnológico (Aguado & Hamoudi, 2014).

3.3.1 Cálculo de la oferta

Tabla 17

Cálculo de la oferta

AÑO	OFERTA	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2016	5840	
2017	5931	1,56%
2018	6024	1,56%
2019	6118	1,56%
2020	6213	1,56%
2021	6310	1,56%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

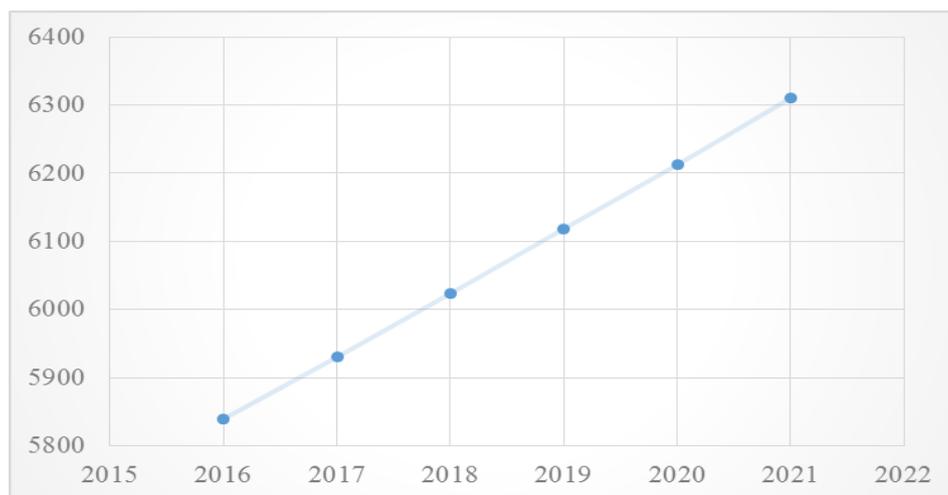


Gráfico 13: Cálculo de la oferta

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

La empresa tiene una capacidad de producción para poder satisfacer las necesidades a 5840 personas en el año 2016, utilizando la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,56% tenemos una proyección al año 2021 de 6310 personas.

3.3.2 Oferta de Productos

Tabla 18

Cálculo de la oferta de productos

OPCIONES	%	FRECUENCIA A MERCADO OBJETIVO	INDICADOR DE CONSUMO	OFERTA DE PRODUCTO
Diario	27,85%	1626	23,10	37571
Tres veces a la semana	47,95%	2800	9,36	26211
Fines de semana (sábado o domingo)	24,20%	1413	3,12	4409
TOTAL	100,00%	5840		68191

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

Para el cálculo de la oferta utilizamos nuevamente la pregunta número dos de nuestra encuesta que nos indica la frecuencia de consumo del producto, para la oferta tomamos en

cuenta las personas que no consumirían nuestro producto es decir que el total de la oferta de nuestro producto es de 5840 personas.

De la misma forma que en la demanda para obtener el promedio de la tabla lo hacemos en relación al tiempo es decir un año y el consumo per cápita de carne; por lo que sí es diario el indicador es 23,1; si es tres veces por semana el indicador es 9,36; y si es solamente los fines de semanas (sábado o domingo) el indicador es de 3,12.

De esta forma tenemos que para el presente proyecto la oferta de productos para el año 2016 es de 68191 libras de carne vegetariana.

3.3.3 Proyección de la oferta

Tabla 19

Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA DE PRODUCTO	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2016	68191	
2017	69255	1,56%
2018	70335	1,56%
2019	71432	1,56%
2020	72547	1,56%
2021	73678	1,56%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

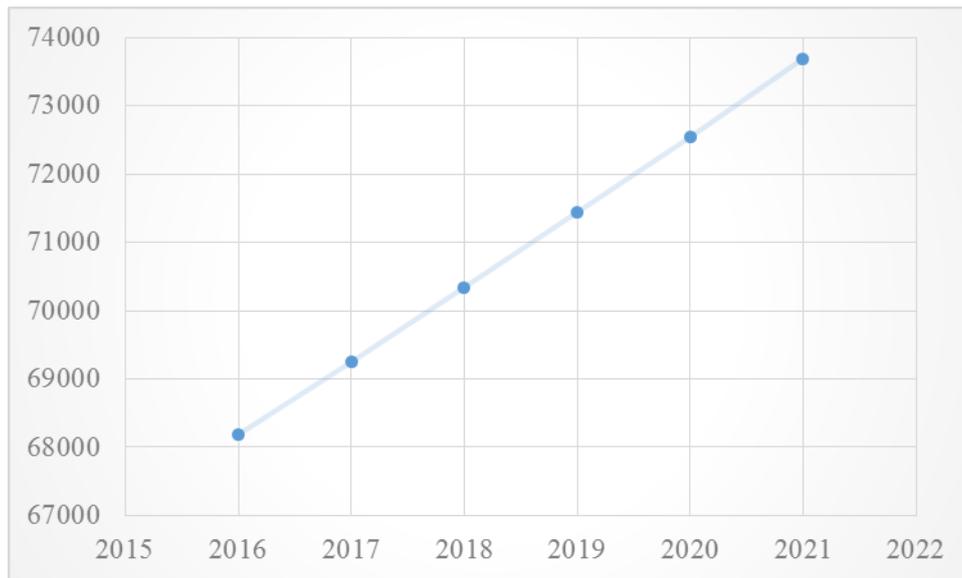


Gráfico 14: Proyección de la oferta

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuestas

En el año 2016 la oferta de productos es un total de 68191 libras de carne, utilizando la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,56% llegamos al año 2021 con una oferta de productos 73678 de libras de carne.

3.4 Mercado potencial para el proyecto

El potencial total del mercado es la demanda global y esta puede abarcar un territorio amplio para uno o más productos, La demanda de empresa o potencial empresarial correspondería más a marco o líneas concretos.

Para muchos empresarios, el potencial de mercado se basa más en aspectos cuantitativos como número de compradores (familias, población total, sexo masculino o femenino, menores de edad, por actividad económica, etc.) e indica el máximo al que podría llegar las ventas basados en datos.

El concepto es altamente teórico ya que este potencial de compra se verá influenciado por la competencia o por el poder de compra de la población (Alonso, Caamaño, Miño, Hernández, & Ballesteros, 2003),

Tabla 20

Mercado potencial para el proyecto

AÑO	DEMANDA TOTAL DEL PRODUCTO	OFERTA TOTAL EL PRODUCTO	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2016	140897	68191	72706
2017	143095	69255	73840
2018	145327	70335	74992
2019	147594	71432	76162
2020	149897	72547	77350
2021	152235	73678	78557

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Cálculo de la oferta y la demanda

El mercado potencial del proyecto para el presente año es de 72706 libras de carne vegetariana, llegando al año 2021 con un total de 7557 libras de carne.

3.5 Precios

El procedimiento más antiguo y más utilizado, En este caso la forma de operar es sencilla, Consiste básicamente, en añadir un margen de beneficio a los costes incurridos en la fabricación del producto o prestación del servicio (Mesonero & Alcaide, 2012).

El establecimiento de precios para el presente proyecto está basado en la fijación de precios psicológica la misma que consiste en lo siguiente.

En la **fijación de precios psicológica** los vendedores toman en cuenta los aspectos psicológicos de los precios y no solo en el aspecto económico. Por ejemplo, los consumidores

suelen percibir que los productos con precios altos tienen una mayor calidad (Kotler & Amstron, Marketing, 2012).

Tabla 21

Precio por libra

PESO	PRECIO
Libra	\$4,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Encuesta

En la pregunta número 10 de la encuesta realizada a nuestros posibles compradores, se consultó el precio que estarían dispuestos a pagar por cada libra de carne vegetariana, esto es tomando en cuenta que es un producto nuevo en el mercado y los beneficios que este producto mejora y cuida la salud de las personas, tenemos que la gran parte de personas estaría dispuesta a pagar \$4,00 por cada libra de carne vegetariana con sabor a cerdo.

3.5.1 Proyección de precios

Tabla 22

Proyección de precio

AÑO	PRECIO	INFLACIÓN
2016	4,00	
2017	4,14	3,38%
2018	4,27	3,38%
a2019	4,42	3,38%
2020	4,57	3,38%
2021	4,72	3,38%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Revista Líderes

La inflación para el año 2016 es del 3,38%.

El precio se estableció en base a la pregunta número diez de nuestra encuesta, por lo que tenemos que para el año 2016 el precio por libra de carne vegetariana será de \$4,00 y utilizando la tasa de inflación del presente año que es de 3,38% tenemos que el precio por libra de carne vegetariana para el año 2021 será de \$4,72.

3.6 Canales de comercialización

Conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor.

3.7 Canales de Distribución

El propósito de la distribución consiste en posicionar el producto en el lugar y momento más adecuados para que el producto y/o servicios estén disponibles. La selección de los puntos y canales de distribución depende de los recursos, así como de las características específicas del producto y del mercado meta hacia el cual se dirija la mezcla de mercadotecnia (Münch, Sandoval, Torres, & Ricalde, 2012).

Existen varios canales de distribución y una empresa debe elegir el más conveniente para que el producto llegue de una manera óptima al consumidor.

Canal Directo,- Este canal tiene como particularidad que el producto llega al consumidor final directamente del productor.

Canal Indirecto.- este canal depende de intermediarios, por ello existen.

Canal Corto.- Este tipo de canales requiere solamente de un intermediario.

Para el presente proyecto vamos a utilizar el canal de distribución corto ya que es necesario que los clientes adquieran nuestro producto de manera fácil y que éste se encuentre en buenas condiciones.



Gráfico 15: Canal de Distribución corto

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación Directa

3.8 Estrategias de comercialización

La prosperidad de una empresa industrial depende frecuentemente de la función comercial tanto como de la función técnica; si el producto no circula se produce la ruina (Kotler, 2005).

Producto

Es el conjunto de atributos fundamentales, ya sean tangibles (como la etiqueta, envase empaque) o intangibles (como calidad, imagen) representados en beneficios que la empresa ofrece al mercado meta satisfaciendo necesidades y deseos a los consumidores (Lima Suárez, 2012).

La carne vegetariana es un producto que no contiene colesterol, ayuda a controlar la salud de las personas, evita varios tipos de enfermedades como la cirrosis, o enfermedades cardiacas y de sobrepeso. La venta de carne vegetariana en el presente proyecto tiene una presentación en libras, es pre-cocida, enfundado al vacío y semáforo alimenticio en el empaque,

Nombre

Soja Natural Meat

Slogan

La palabra slogan es un término en inglés que se utiliza para hacer publicidad de cualquier tipo de producto o empresa, la idea de este slogan es que se una frase fácil de recordar y que se quede en la mente del consumidor.

El slogan del presente proyecto es:

“Una Vida Saludable”

Logotipo

Un logotipo es una mezcla de letras y símbolos que representan a una empresa, una marca, institución entre otras, éste debe ser legible, único además de tener impacto visual.

El logotipo de la empresa es:



Gráfico 16: Logotipo

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

Presentación

La presentación de un producto es la principal imagen de la empresa hacia el consumidor o cliente, tiene una serie de componentes que distinguen a un producto de otro aunque éstos sean similares.

La venta de carne vegetariana tiene una presentación en libras, es pre-cocida, empacada al vacío y semáforo alimenticio en el empaque.



Gráfico 17: Presentación

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

- **Precio**

El precio es una herramienta más de la mezcla de *marketing*. Los objetivos de fijación de precios se definen en términos de su papel dentro de la estrategia de mezcla de mercadeo, por lo tanto las estrategias de precio se deben coordinar con las decisiones de productos, distribución y promoción para formar un programa de *marketing*, coherente y eficaz, permitiéndole a la compañía alcanzar su objetivos de *marketing* (Lima Suárez, 2012).

El precio de la carne vegetariana con sabor a cerdo tiene un valor de \$4,00 cada libra, basándonos en el análisis de las encuestas realizadas al mercado que va dirigido el producto; tomando en cuenta que la mayor parte de personas estarían dispuestas a cancelar este valor y siendo un precio moderado para todos aquellos quienes quieran consumirlo.

- **Plaza,**

La plaza o también conocida como distribución se refiere a la manera de cómo llega el producto final al consumidor y debe llegar de forma oportuna, con los mejores precios y de la

mejor calidad, la plaza define los puntos en donde se va a vender el producto y la forma en que éstos van a ser transportados.

El producto va a ser distribuido por medio de un canal corto ya que es necesario tener al menos un intermediario para que por medio de él nuestros clientes puedan adquirir el producto al momento oportuno.

- **Promoción**

La promoción de ventas emplea el correo directo, catálogos, publicaciones comerciales, concursos, exhibiciones y demostraciones, entre otros, con el propósito de incrementar el deseo de los vendedores, de distribuidores y comerciantes de vender una marca o producto determinado, elevar las ventas e éste y, al mismo tiempo, lograr que los clientes se inclinen más hacia la compra de esa marca o producto. La publicidad y la venta personal pueden hacer mucho en este tipo de cuestiones, pero la promoción de ventas proporciona un estímulo extra que hace que todo sea diferente y más atractivo (Fischer & Espejo , 2011).

- **Post venta,-**

Muchas empresas se diferencian de otras por medio de una serie de servicios adicionales que prestan a sus clientes, un servicio post-venta nos ayuda a saber si el cliente se siente satisfecho con el producto que vendemos, si ha sido sencillo para los clientes adquirir nuestro producto entre otros.

La post venta para el presente proyecto se realizará una vez por mes mediante llamadas telefónicas a varios de los clientes, utilizando la base de datos de las personas que han adquirido nuestro producto para constatar la satisfacción de las personas al consumir la carne vegetariana que ofrecemos.

Capítulo IV.

Estudio Técnico

4.1. Tamaño del emprendimiento

El tamaño del emprendimiento se basa en la capacidad de producir en un tiempo determinado, tomando en cuenta los recursos financiero, humanos, tecnológicos, así como materiales e insumos necesarios para la producción.

La capacidad eficiente (teórica o de diseño) es aquel volumen por período que permite obtener el coste medio mínimo. Esta producción se obtiene normalmente bajo condiciones normales de funcionamiento. En este sentido, el diseño del sistema productivo conlleva la determinación de la capacidad eficiente, capaz de satisfacer, al menor coste, la cantidad de producción requerida por el mercado (Fernández Sánchez, Avella Camarero, & Fernández Barcala, 2006).

4.1.1 Factores determinantes del tamaño,

Varios de los factores que determinan el tamaño del emprendimiento son por ejemplo;

- **La demanda del mercado**

La demanda es todo lo que las personas desean adquirir, consumir o comprar; para esto existen motivos tales como el precio, la calidad, la satisfacción del cliente con determinado producto, No debe existir una diferencia muy grande entre lo que la gente requiere y lo que la empresa puede ofertar.

Tabla 23

Mercado potencial para el proyecto

AÑO	DEMANDA TOTAL DEL PRODUCTO	OFERTA TOTAL EL PRODUCTO	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2016	140897	68191	72706
2017	143095	69255	73840
2018	145327	70335	74992
2019	147594	71432	76162
2020	149897	72547	77350

2021	152235	73678	78557
-------------	--------	-------	-------

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Cálculo de la oferta y la demanda

- **Materia e insumos**

Los materiales e insumos son los factores que se incluyen en un producto cuando este se encuentra en proceso de producción. Es todo lo necesario para elaborar un producto.

Saber manejar de manera adecuada los insumos es una parte importante en los factores determinantes del proyecto, así como también comprender el cambio de precios, y disponer de un lugar donde almacenar la materia prima.

Tabla 24

Materia prima directa

MATERIA PRIMA DIRECTA	CANTIDAD POR AÑO	PRECIO UNITARIO
Soya	183 quintales	43,80

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

Tabla 25

Materia prima indirecta

MATERIA PRIMA INDIRECTA	CANTIDAD POR AÑO	PRECIO UNITARIO
Cebolla	12 quintales	15,00
Ajo	6 quintales	12,00
Sal	20 fundas de 2 kilos	1,00
Especias	5 quintales	18,0
Agua	20800 litros	0,00048

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

- **La maquinaria y los equipos**

La maquinaria y equipos son todos aquellos bienes que la empresa ha adquirido para elaborar sus actividades normalmente.

Debemos considerar el espacio necesario para colocar la maquinaria y los equipos necesarios para la producción.

Tabla 26

Maquinaria y equipos

MAQUINARIA	CARACTERÍSTICAS
Balanza	Capacidad 50 kg máxima 150 kg, Bandeja de acero inoxidable dimensión: 40 x 60 cm, Batería recargable
Mezcladora/moledora	Capacidad 7,2 litros Voltaje 220 Tres velocidades: 132, 284 y 590 rev, por min, Caldero inoxidable Paleta y mezcladora
Mesa de acero inoxidable	Tamaño 100 x 60 cm,
Moldes de acero inoxidable	Aro 5 cm, de diámetro
Prensa neumática	Bandeja de acero inoxidable Compresor con motor de 1/8 de caballos de fuerza Tiempo de prensado 1 hora aprox,
Marmita	Cocinador Capacidad 20 libras por hora
Congelador	Capacidad 200 litros Temperatura 10°C - 18°C Tiempo de congelación máx, 1h y 30 m, Refrigeración con frío estático Tapa sólida con lámina de acero Base de ruedas de doble giro Canastillo incluido
Empacadora al vacío	Acero inoxidable Mantiene la frescura y sabor original de la comida Prolonga en tiempo de durabilidad de los productos Dos costuras paralelas planas

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

- **La capacidad financiera**

Nada se hace sin su intervención. Se necesita capitales para el pago de salarios al personal, para la adquisición de inmuebles, útiles y materias primas, para el pago de dividendos, para la realización de mejoras, para la constitución de reservas, etc, Es indispensable una hábil gestión financiera para procurarse capitales, para obtener el mayor provecho posible de las disponibilidades, para evitar compromisos imprudentes.

Muchas empresas que hubieran podido tener una vida prospera, sufren la enfermedad de la falta de dinero.

Ninguna reforma, ninguna mejora es posible sin disponibilidad o sin créditos.

Es una condición esencial del éxito tener constantemente a la vista la situación financiera de la empresa (Fayol, 1916).

- **El proceso técnico**

Los procesos técnicos son aquellos que utilizan varias acciones de manera secuencial para lograr la transformación de un bien o servicio; es decir transformar los insumos en productos o innovar a través de la modificación de un artículo. Este factor puede afectar al tamaño del emprendimiento ya que ciertas técnicas deben hacerse básicamente con mano de obra.

- **La organización**

Una empresa no podría funcionar adecuadamente y dirigirse hacia el logro de sus objetivos sino cuenta con una estructura organizativa adecuada. La organización de una empresa se basa en los objetivos y hacia donde se va a dirigir la empresa.

Es necesario contar con el personal suficiente y capacitado para llevar a cabo el emprendimiento, además se debe utilizar un esquema organizativo adecuado.

Tabla 27
Personal

RECURSO HUMANO	ACTIVIDADES
GERENTE	Coordina, organiza, dirige controla la empresa,
CONTADOR	Controla y maneja las cuentas de la empresa, controla los costos de producción, realiza estados financieros,
EMPLEADOS	Elaborar la carne siguiendo adecuadamente los procesos,
CHOFER / REPARTIDOR	Transporta la materia prima y lleva los pedidos,

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

4.1.2 Tamaño óptimo

El tamaño óptimo de la planta depende de la infraestructura, y de la capacidad máxima de producción se debe tener en cuenta los aspectos económicos y técnicos. Utilizando la capacidad de producción de la planta se tiene que la marmita cocina 20 libras por hora, y al laborar cuatro horas diarias, cinco días a la semana, y en total es 52 semanas al año; el tamaño óptimo del emprendimiento es de 20800 libras de carne al año.

Esto quiere decir que el tamaño óptimo del emprendimiento será el 28,61% de la demanda potencial insatisfecha.

Tabla 28
Tamaño Óptimo

AÑO	Demanda potencial insatisfecha	Capacidad instalada	Demanda potencial insatisfecha real
2016	72706	28,61%	20800
2017	73840	28,61%	21126
2018	74992	28,61%	21455
2019	76162	28,61%	21790
2020	77350	28,61%	22130
2021	78557	28,61%	22475

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Cálculo de la oferta y la demanda

Para el primer año se tendrá que la cantidad de libras de carne a vender es de 20800; y para el último año proyectado es de 22474 libras.

4.2. Localización

Se refiere al lugar donde va a estar ubicada la empresa. La localización se divide en macro localización y micro localización.

4.2.1 Macro localización

La macro localización es la localización general en donde se va a poner en marcha el proyecto, es decir será el lugar elegido en el que se instalará el proyecto.

El sector en que estará ubicada la empresa es la siguiente

Tabla 29

Macro localización

PROVINCIA	CANTÓN
Tungurahua	Ambato

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa



Gráfico 18: Macro localización

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

4.2.2 Micro localización

La micro localización es el sector o lugar específico en donde se va a poner en marcha el proyecto, es la micro zona de la macro localización.

El sector exacto donde se ubicará la empresa es el siguiente

Tabla 30

Micro localización

PARROQUIA	CIUDADELA	CALLES
Pishilata	Techo Propio	Jorge Luis Borgues y Franz Peter Schubert

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Investigación directa



Gráfico 19: Micro localización

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Investigación directa

4.2.3 Localización Óptima

La localización óptima es la elección del lugar adecuado para poner en marcha el proyecto en base a varios aspectos que ayudarían a desempeñar las labores de la empresa de manera correcta y obteniendo los mayores beneficios de ésta.

Para encontrar la localización óptima de un proyecto es necesario que analicemos el sector, identificar si existen características convenientes para la puesta en marcha del proyecto y debemos compararles con lugares en los cuales también sería posible instalar la empresa.

Para establecer la localización óptima del proyecto utilizamos un peso ponderado, este peso debe llegar a 20 puntos en la sumatoria total; la valoración que se da a cada sector es con valores de uno a cinco; siendo uno el menos importante y cinco el de mayor importancia.

Tabla 31
Localización Óptima

FACTORES RELEVANTES	PESO PONDERADO	SECTOR			
		Cdla, Techo Propio		Barrio Huachi Grande	
		Valoración	Total	Valoración	Total
Vías de acceso	0,15	9	1,35	6	0,90
Servicios básicos	0,25	9	2,25	6	1,50
Comunicación	0,15	9	1,35	9	1,35
Infraestructura	0,15	8	1,20	2	0,30
Posibilidad de tratar desechos	0,20	8	1,60	4	0,80
Acceso a Proveedores	0,10	6	0,60	2	0,20
TOTAL	1,00		8,35		5,05

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

Así al multiplicar el peso ponderado por la valoración de los factores relevantes tenemos que el lugar óptimo para el proyecto es en la ciudadela Techo Propio ya que en la sumatoria total nos da 8,35 puntos y es el que más se aproxima a 10,00, esto quiere decir que este sector cuenta con las características más apropiadas para instalar la empresa.

4.3 Ingeniería de Proyecto

EL DISEÑAR el producto que fabricará la empresa no es un trabajo sencillo, La ingeniería de producto se encarga de lograr un diseño de producto que se venda, Y también, la manufactura de un producto debe costar lo menos posible (Vaughn, 1982).

La ingeniería del proyecto tiene como objeto recoger toda la información necesaria para evaluar el emprendimiento, se debe investigar la tecnología que se va a utilizar, los procesos, los materiales e insumos, la maquinaria que se requiere; todos estos aspectos nos ayudan a determinar la magnitud de financiamiento necesario en caso de que el proyecto sea atractivamente factible.

4.3.1 Producto – proceso

Un producto es un bien o servicio que se ofrece a los clientes para satisfacer distintos tipos de necesidades.

El proceso de producción es un conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar productos, para esto se utiliza tecnología e información que interactúan con personas para satisfacer las necesidades de los clientes.

La carne vegetariana con sabor a cerdo es un producto elaborado a base de soya, en su producción solo se utilizan ingredientes naturales tales como: soya, cebolla, ajo, sal, agua, especias; la presentación del producto es por libras en un empaçado al vacío, el empaque contiene el semáforo nutricional, para que los clientes se informen de la calidad del producto que están consumiendo.

4.3.2 Balance de materiales

Lista de componentes, su descripción y la cantidad necesaria de cada uno de ellos necesaria para hacer una unidad de un producto (Heizer & Render, 2008).

Para empezar el balance de materiales es muy importante establecer los tiempos, es decir saber qué tiempo se va a demorar cada actividad necesaria para elaborar los productos.

En el balance de materiales se detalla la cantidad de ingredientes que se necesita para la elaboración de una libra de carne molida con sabor a cerdo.

Para la elaboración de carne vegetariana se necesita los siguientes componentes.

Tabla 32*Balance de Materiales*

MATERIA PRIMA	CANTIDAD
Soya	400 gr.
Cebolla	5 gr.
Ajo	2gr.
Sal	4 gr.
Especias	10 gr.
Agua	1 litro

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Investigación directa

Diagrama de flujo

Estos diagramas, que también se conocen como fluxogramas, representan de manera gráfica la sucesión en que se realiza las operaciones de un procedimiento, el recorrido de formas o materiales o ambas cosas. En ellos se muestran las áreas o unidades administrativas y los puestos que intervienen en cada operación descrita, Además, pueden mencionar el equipo o los equipos que se deben utilizar en cada caso.

Para facilitar su comprensión, los diagramas deben presentar, en forma sencilla y accesible, una descripción clara de las operaciones. Para este efecto, es aconsejable el empleo preciso de símbolos, gráficos simplificados o ambos. Asimismo, conviene que las operaciones que se numeraron o codificaron en la descripción escrita del procedimiento se anoten en el mismo orden en el diagrama (Benjamín & Fincowsky, 2009).

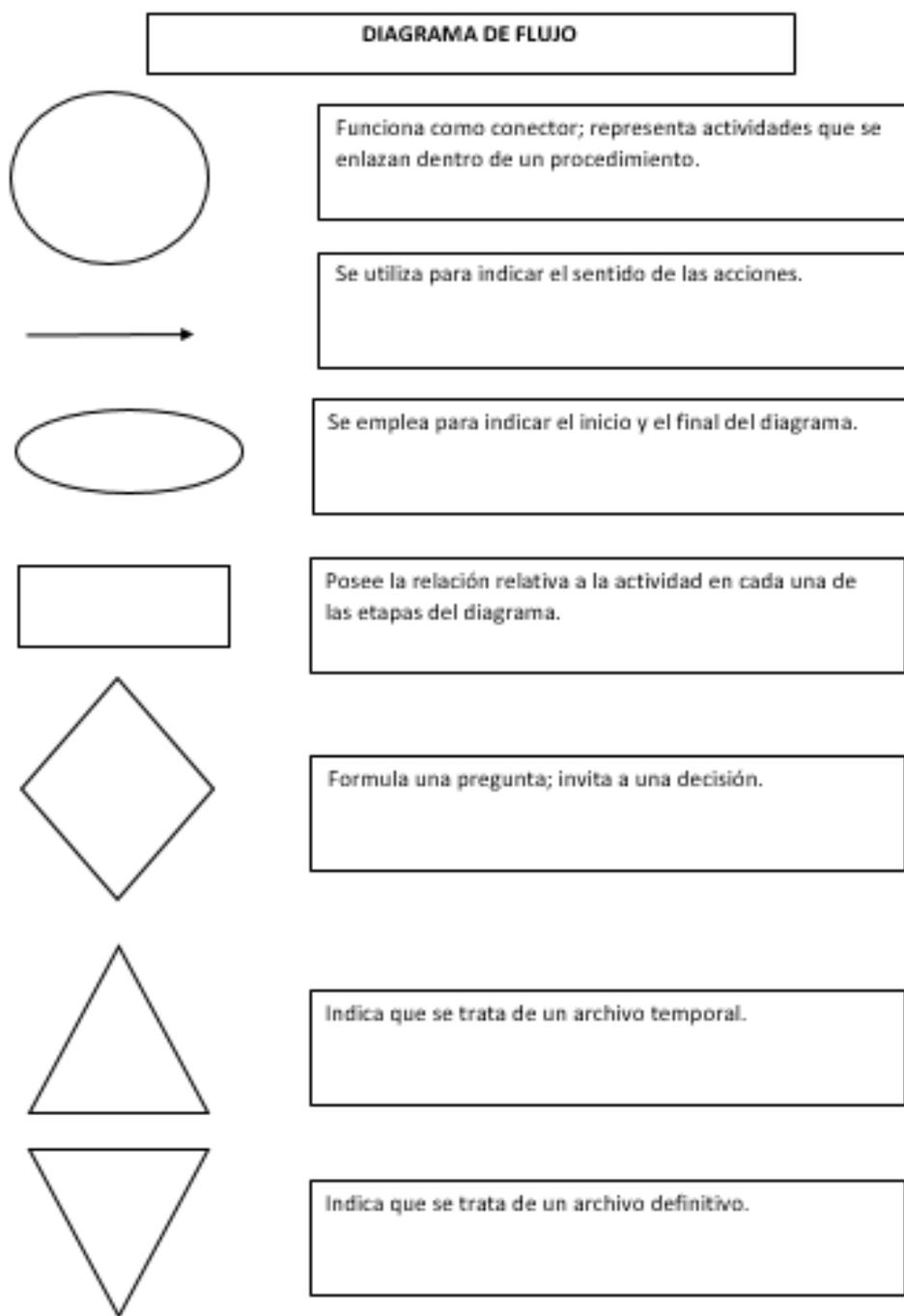


Gráfico 20: Diagrama de Flujo

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

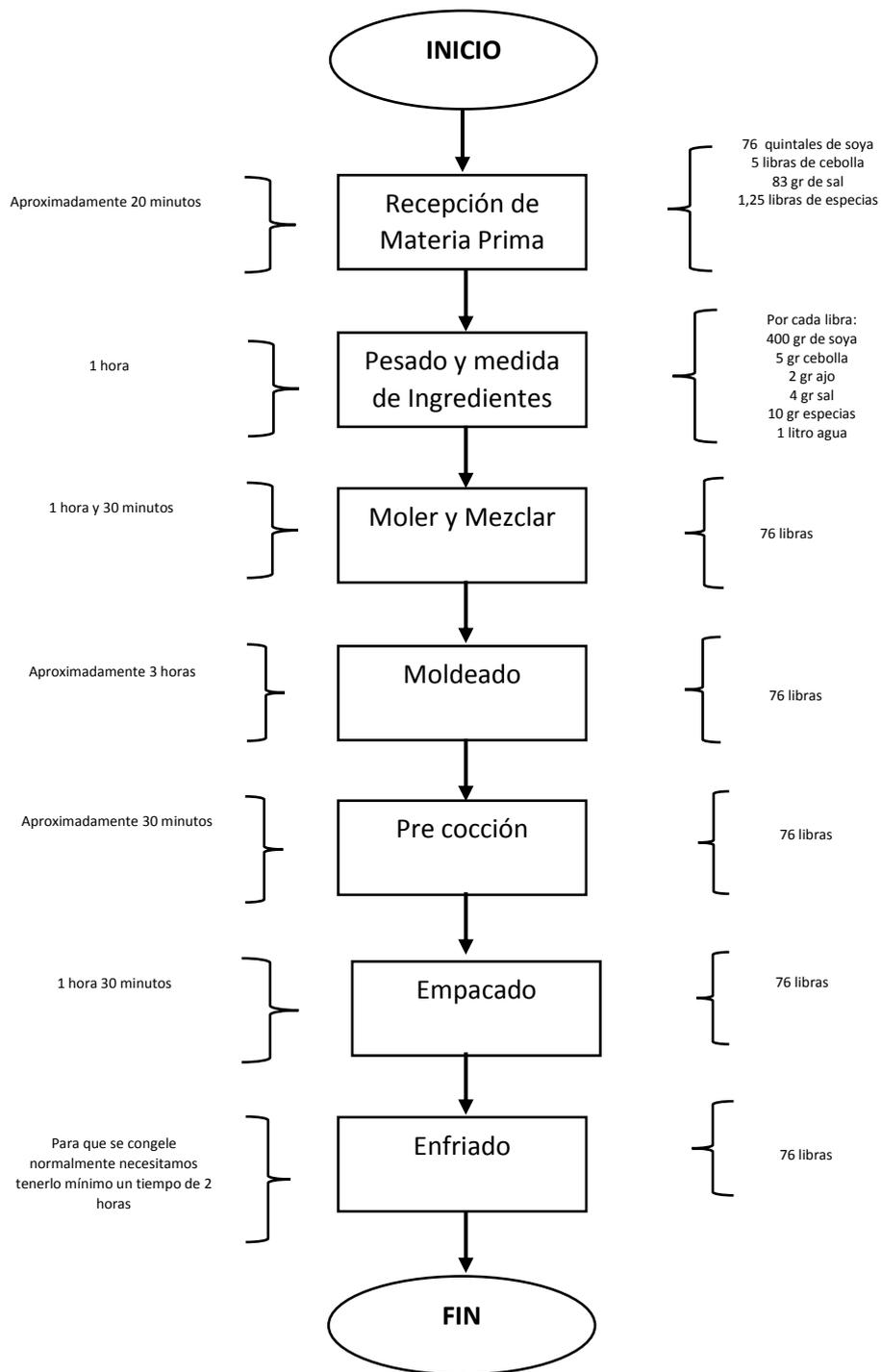


Gráfico 21: Elaboración de carne de cerdo

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

4.3.3 Período operacional estimado de la planta

El periodo operacional estimado de la planta se determina en base a la vida útil de la maquinaria, en este caso la vida útil de la maquinaria es de diez años.

4.3.4 Capacidad de producción

La capacidad de producción se define como el volumen de producción basado en una unidad de tiempo, sea este bien tangible o intangible, Un sistema de producción puede ser planeado a mediano corto o largo plazo.

La capacidad de producción de la planta se calcula con la siguiente fórmula:

$$D = \frac{\text{Capacidad Utilizada} - \text{Tiempo Asignado}}{\text{Capacidad Instalada}} \times 100$$

Capacidad Instalada= 7 días a la semana multiplicado por 8 horas diarias = 168 horas a la .semana.

Capacidad Utilizada por semana = 5 días a la semana multiplicado por 8 horas diarias = 40 horas a la semana.

Tiempo Asignado = 8 horas a la semana,

Reemplazamos:

$$D = \frac{40 - 8}{168} \times 100$$

$$D = \frac{32}{168} \times 100$$

$$D = 0,19 \times 100$$

$$D = 19,05\%$$

Por lo que:

El 19,05% de la capacidad instalada de la empresa es exclusivamente para producir, y el 80,95% de las instalaciones están asignadas para la administración, bodega, garaje, distribución.

4,3.5 Distribución de maquinarias y equipos (Lay-out)

Proyecto de una planta nueva: se trata de nuevos productos o del traslado de una planta a terrenos adquiridos en los cuales se desea aplicar un mejoramiento de los pasos o secuencia del proceso respectivo con la tecnología actual o reciente (Bello Pérez, 2006),

Ventajas de una distribución en planta

- Incrementa la seguridad y bienestar de los trabajadores.
- Eleva la moral y motivación hacia el trabajo.
- Incremento de los niveles de producción.
- Determinación de las líneas de producción, tiempos de espera, tiempo por unidad de producto en proceso y producción terminado.
- Aprovechamiento óptimo del espacio.
- Ahorros de tiempo en manipulación de materiales.
- Mejoramiento de los niveles de supervisión.

Mejoramiento de los índices de productividad, (Bello Pérez, 2006),

La distribución de maquinaria y equipos (Lay-out) nos ayuda a realizar una adecuada distribución de la planta, de esta manera se puede utilizar la planta eficientemente, eliminar movimientos innecesarios, facilitar la entrada y salida de producto o personas, además fomenta una mejor comunicación entre los trabajadores de la empresa.

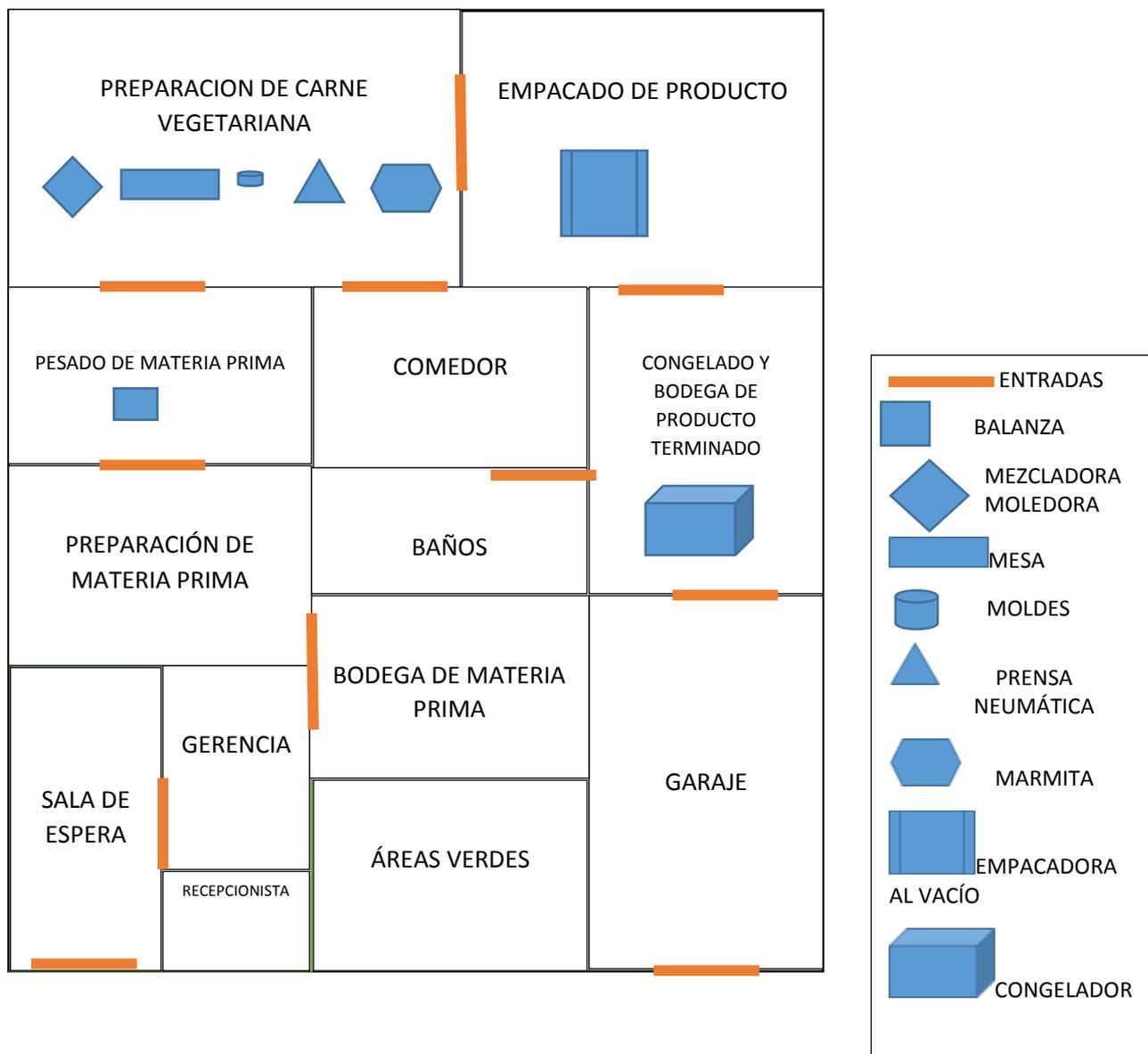


Gráfico 22: Distribución del espacio físico

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

Capítulo V

Estudio Organizacional

5.1 Aspectos generales

La palabra organización presenta varios significados. Un primer significado alude a la organización como sujeto o entidad a la que se hace referencia. Un segundo significado está relacionado con la acción inherente a la función de organizar, esto es, con la combinación de recursos físicos y humanos para conseguir un determinado fin. Por último, la palabra organización también hace referencia a la teoría o al conocimiento científico que explica los dos significados anteriores (Moyano Fuentes, Bruque Cámara, Maquiera Marín, Fidalgo Bautista, & Martínez Jurado, 2011).

5.2 Diseño Organizacional

En ningún tipo de empresa debe dejarse a la improvisación su estructura organizacional, debido a que es un factor importante para lograr una ventaja competitiva, al armonizar los elementos que intervienen dentro de una empresa.

La importancia de la estructura organizacional radica en que a través de ella radica en que a través de ella se desarrolla el trabajo diario de la empresa, se articulan los sistemas de comunicación, autoridad y coordinación, así como los puestos de trabajo y las relaciones que hay entre éstos.

La estructura organizacional se establece a través del diseño organizacional, el cual es un proceso cuyo fin es generar una estructura adecuada a las características y necesidades de la empresa, de modo que permita el logro de la misión de la empresa con la mayor eficiencia (Münch, Osorio, & Vital, 2011).

5.3 Estructura Organizativa

La estructura organizativa es el resultado de la división del trabajo entre los miembros de la organización y del establecimiento de los mecanismos de coordinación para integrar el

trabajo de aquellos. Diseñar estructuras organizativas adecuadas para una estrategia determinada es un elemento clave para conseguir el éxito competitivo (Fernández Sánchez, Avella Camarero, & Fernández Barcala, 2006),

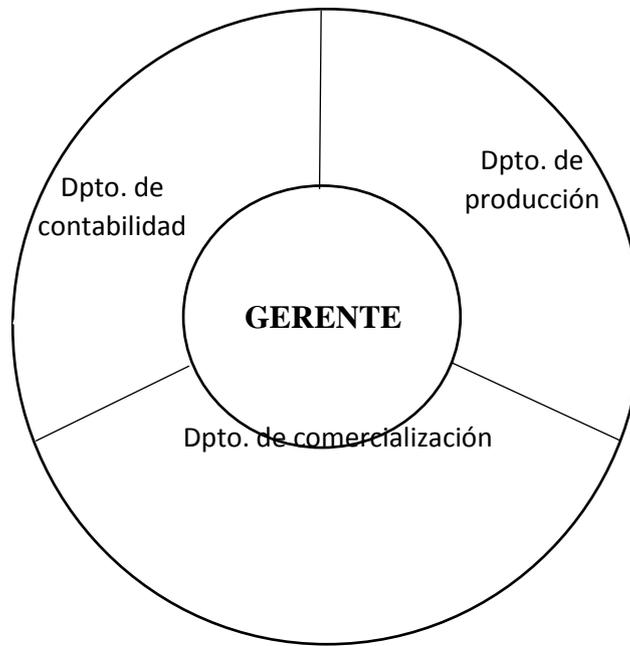


Gráfico 23: Estructura Organizativa

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

5.4 Estructura Posicional

En la estructura posicional de una empresa se identifica cuantos colaboradores pertenecen a determinado departamento.

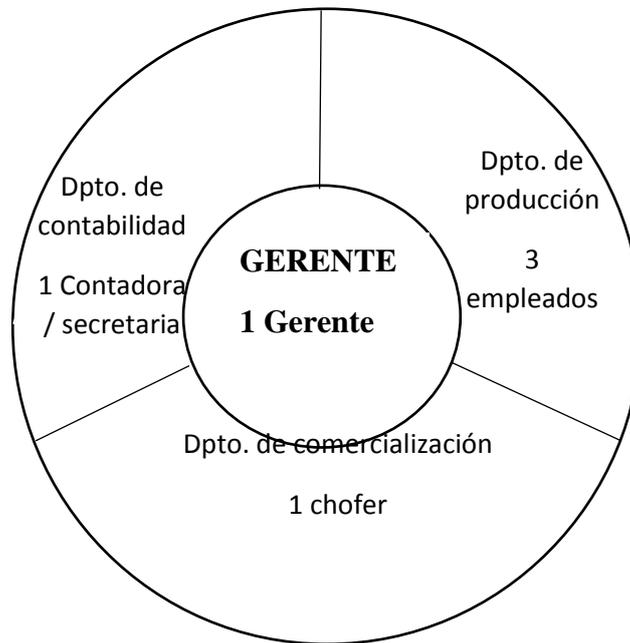


Gráfico 24: Estructura Posicional

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

5.5 Estructura Funcional

Los administradores pueden combinar puestos de acuerdo con las funciones de la organización, Cada organización debe realizar ciertas actividades para hacer su trabajo. Estas actividades necesarias son las funciones de la organización (Gibson, Ivancevich, Donnelly Jr., & Konopake, 2003)

En la estructura funcional de la empresa se incluyen las actividades principales que realizan las personas que pertenecen a cada uno de los departamentos.

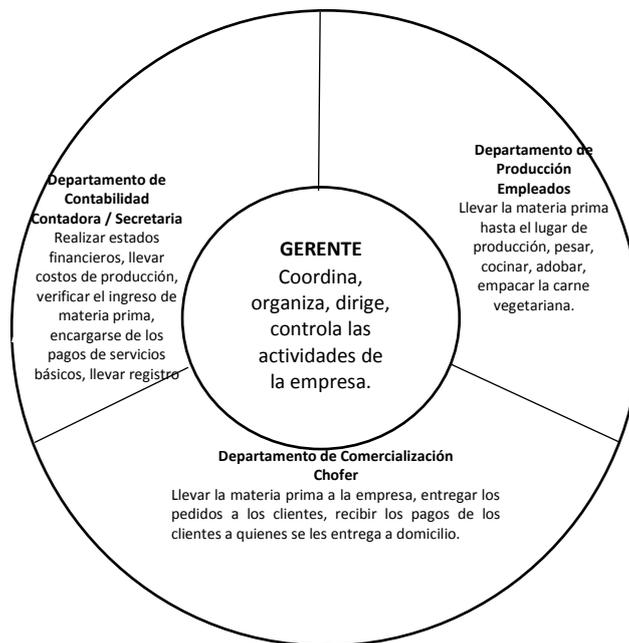


Gráfico 25: Estructura Funcional

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

5.6. Manual de Funciones

El análisis de puestos es una técnica en la que se clasifican pormenorizadamente por labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal (puesto) y se definen las características, conocimientos y aptitudes que debe poseer el personal que lo desempeña (especificación del puesto) (Münch, Sandoval, Torres, & Ricalde, 2012).

El diseño del puesto consiste en determinar con precisión las tareas que hay que llevar a cabo para completar el trabajo. En definitiva, consiste en especificar los elementos y las obligaciones que conlleva el puesto, tratando de mejorar el rendimiento de los trabajadores, al tiempo que se logra una mayor satisfacción en el trabajo (Fernández Sánchez, Avella Camarero, & Fernández Barcala, 2006).

MANUAL DE FUNCIONES			
ÁREA:	Administrativa		
CARGO:	Gerente	PUESTOS:	01
REPORTA A:	Ninguno		
SUPERVISA A:	Todos		

Descripción del puesto

El Gerente es el encargado de organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las actividades de la empresa, representándola legalmente.

Requisitos:

- Sólidos conocimientos en Administración de Empresas.
- Título de tercer nivel en Administración, Economía, o carreras afines.
- Experiencia mínimo 2 años en cargos similares.

Funciones

- Organizar todas las actividades de la empresa.
- Generar soluciones rápidas a los problemas que puedan presentarse a diario en la organización.
- Planificar, organizar y controlar los planes a corto y largo plazo.
- Establecer los objetivos a corto y largo plazo de la organización.
- Recolectar la información necesaria de todos los departamentos para tomar las decisiones adecuadas.
- Realizar informes periódicos de cada departamento de la empresa.
- Llevar a la empresa hacia sus objetivos y evaluar los logros.

- Determinar los cambios necesarios dentro de la planta de producción para mejorar los productos.
- Representar legalmente a la empresa.
- Firmar cualquier documento relacionado con la organización.
- Manejar adecuadamente los presupuestos de la empresa para obtener maximización de utilidades.
- Realizar negociaciones con los proveedores y elegir las mejores opciones de compra.
- Realizar actividades de contratación de personal.
- Llevar control de la hora de ingreso y salida de los empleados.
- Evaluar periódicamente las actividades que realizan todos los empleados de la empresa.
- Ejercer el liderazgo dentro de la empresa para generar motivación y trabajo en equipo.
- Fomentar la responsabilidad social de la empresa para contribuir con el cuidado del medioambiente.

Competencias:

- Adaptable al cambio.
- Disciplina.
- Buenas relaciones Interpersonales.
- Atender necesidades de los compañeros.
- Generar confianza.
- Líder y motivador.

MANUAL DE FUNCIONES			
ÁREA:	Contabilidad		
CARGO:	Contadora / Secretaria	PUESTOS:	01
REPORTA A:	Gerente		
SUPERVISA A:	Ninguno		

Descripción del puesto:

Es la persona encargada de llevar el control de gastos e ingresos de la empresa, realizar estados financieros, llevar el control de la materia prima, atender llamadas y pedidos de los clientes.

Requisitos:

- Sólidos conocimientos en Contabilidad.
- Estudios de tercer nivel en Contabilidad. Economía o carreras afines.
- Excelente trato con los clientes.
- Experiencia mínima de 6 meses en cargos similares.

Funciones:

- Atender las llamadas y pedidos de los clientes.
- Solucionar las inquietudes de los clientes.
- Solucionar inmediatamente los problemas que puedan ocasionarse directamente con los clientes.
- Presentar informes contables a la Gerencia.
- Controlar la adquisición de materia prima e insumos.
- Llevar un control estricto de las cuentas de ingresos y gastos de la empresa.

- Pagar los sueldos a los empleados.
- Realizar los pagos de aportaciones al IESS.
- Ordenar y custodiar los documentos contables de la empresa.
- Recibir el dinero de las ventas de carne de la empresa.
- Controlar a la persona que cobra por las ventas mediante un registro de ventas.
- Pagar puntualmente a los proveedores.
- Realizar los depósitos en el banco.
- Realizar declaraciones de impuestos.
- Llevar un registro de los clientes de la empresa.
- Atender las inquietudes de los demás empleados para informar al gerente.
- Realizar sus actividades con responsabilidad y cumplir con su trabajo diario.
- Colaborar con el aseo de su área de trabajo.

Competencias:

- Destreza matemática.
- Facilidad de palabra.
- Excelentes relaciones laborales.
- Adaptabilidad al cambio.
- Compromiso con la organización.

MANUAL DE FUNCIONES			
ÁREA:	Producción		
CARGO:	Chef	PUESTOS:	01
REPORTA A:	Gerente		
SUPERVISA A:	Ayudantes de cocina		

Descripción del puesto:

El chef es la persona encargada del área de producción, llevará el control de tiempos de preparación y cocción de la materia prima para elaborar la carne.

Requisitos:

- Sólidos conocimientos en cocción de alimentos.
- Título en Gestión de alimentos y bebidas o carreras afines.
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares.

Funciones:

- Utilizar adecuadamente los implementos para el área de trabajo.
- Controlar que la materia prima se encuentre en el estado correcto.
- Verificar que la bodega cuente con la materia prima e insumos necesarios para la producción.
- Generar soluciones inmediatas a las necesidades de los ayudantes de cocina.
- Manipular adecuadamente los alimentos.
- Controlar que la materia prima e insumos tengan las cantidades adecuadas para su preparación.
- Supervisar los tiempos de cocción.

- Verificar la calidad del producto.
- Colaborar con el aseo de su área de trabajo.

Competencias:

- Habilidad en la cocina.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Facilidad de solucionar problemas.
- Buena comunicación con los jefes.

MANUAL DE FUNCIONES			
ÁREA:	Producción		
CARGO:	Ayudantes de Cocina	PUESTOS:	02
REPORTA A:	Chef		
SUPERVISA A:	Ninguno		

Definición del puesto:

El ayudante de cocina es la persona encargada de llevar a cabo el proceso de preparación y empaquetamiento del producto.

Requisitos:

- Sólidos conocimientos en cocina.
- Experiencia mínima 6 meses en cargos similares.

Funciones:

- Utilizar adecuadamente el uniforme para ingresar al área de producción.
- Elaborar los productos para ofrecer a los clientes.
- Controlar los tiempos de cocción.
- Preparar la materia prima para su cocción.
- Pesar la carne para ofrecerla por libras.
- Adicionar los insumos para la carne.
- Moldear la carne para empaquetar.
- Empaquetar la carne para la venta.
- Colaborar con las necesidades del chef.

- Ayudar con la limpieza de su área de trabajo.

Competencias:

- Adaptabilidad al cambio.
- Excelentes relaciones interpersonales.
- Habilidad para solucionar problemas el área de trabajo.

MANUAL DE FUNCIONES			
ÁREA:	Distribución		
CARGO:	Chofer / Repartidor	PUESTOS:	01
REPORTA A:	Ninguno		
SUPERVISA A:	Todos		

Descripción del puesto:

El chofer / repartidor es la persona encargada de llevar la materia prima a la empresa. además de entregar los pedidos a domicilio a los clientes y recibir el pago por las ventas.

Requisitos;

- Licencia profesional.
- Experiencia no indispensable.
- Poseer vehículo propio.

Funciones:

- Llevar a domicilio los pedidos a los clientes.
- Recibir los pagos de los clientes por ventas a domicilio.
- Llevar control de las notas de crédito por las ventas a domicilio de los clientes.
- Entregar el dinero de las ventas a domicilio diariamente a la contadora para su registro.
- Elaborar informe de entrega de productos vendidos a domicilio.
- Presentar un informe diario sobre las ventas realizadas a domicilio.
- Informar diariamente a la contadora si los clientes no cancelan el mismo día.

Competencias:

- Facilidad de palabra.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Disciplina.
- Retención de la información.
- Valores personales.
- Responsabilidad y cumplimiento.

Capítulo VI

Estudio Financiero

6.1 Inversiones en activos fijos tangibles

Los activos fijos tangibles son todos los activos que le pertenecen a la empresa son de naturaleza corporal es decir sin los que se pueden ver y tocar, son bienes que posee la empresa para realizar sus actividades normalmente, tiene la característica de disminuir su valor con el pasar del tiempo con excepción de los terrenos.

Tabla 33

Activos Fijos Tangibles

ACTIVO		VALOR
2 escritorios		\$195,00 c/u
2 sillas de escritorio		\$45,00 c/u

4 sillas



\$30,00 c/u

1 sillas múltiples



\$110,00

1 mesa



\$65,00

1 comedor



\$250,00

1 archivadores



\$135,00 c/u

2 computadoras



\$450,00 c/u

2 impresoras



\$110,00 c/u

1 copiadora



\$250,00

2 teléfonos



\$60,00 c/u

2 sumadoras



\$40,00 c/u

1 balanza



\$80,00

1 mezcladora moledora



\$650,00

1 mesa de acero inoxidable



\$200,00

10 moldes de acero inoxidable



\$6,00 c/u

1 prensa neumática



\$250,00

1 marmita



\$1800,00

1 congelador



\$350,00

1 empacadora al vacío



\$800,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

Tabla 34

Inversión Activos Fijos Tangibles

ACTIVO FIJO	VIDA ÚTIL (AÑOS)	VALOR	PORCENTAJE DEPRECIACIÓN	VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de oficina	10	200,00	10%	20,00
Muebles y enseres	10	1160,00	10%	116,00
Equipo de cómputo	3	1370,00	33,33%	456,67
Maquinaria y equipo	10	4190,00	10%	419,00
Total Depreciación		6920,00		1011,67

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

La inversión de Activos Fijos Tangibles para la empresa se detalla en la tabla número 33 la que nos indica el valor a invertir en cada uno de los Activos Fijos necesarios para poner en marcha el proyecto; de esto tenemos un total de \$6.920,00.

6.2 Inversiones en activos fijos intangibles

Los activos fijos intangibles son de naturaleza inmaterial es decir que no se pueden ver ni tocar, la característica principal es que se amortizan con el pasar de los años, entre estos se encuentran los derechos de patentes, gastos de constitución, franquicias, entre otros.

Tabla 35
Inversión Activos Fijos Intangibles

ACTIVO	VALOR	PORCENTAJE DE AMORTIZACION	TIEMPO DE AMORTIZACION (AÑOS)	TOTAL
PATENTES Y MARCAS	458,00	20%	5	91,60
GASTOS DE CONSTITUCION	500,00	20%	5	100,00
TOTAL	958,00		0	191,60

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

Los activos fijos intangibles de la empresa son todos los permisos y documentación que deben cumplir para poder funcionar legalmente estos se detallan en la tabla número 34; el valor de los Activos Fijos Intangibles que tiene la empresa está en un valor de \$958,00.

A los Gastos de Constitución le pertenece la Inscripción en el Registro Mercantil, los Honorarios Profesionales, y todos los gastos que tienen relación con la Constitución de la empresa.

Por otra parte las Patentes son los derechos que se da un nuevo producto o proceso a fin de precautelar los derechos a quienes los creen, y las marcas son la identidad de la empresa, el sello, el eslogan y todo aquello que identifique el producto.

6.3 Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

Tabla 36

Capital de Trabajo

	VALOR MENSUAL	AÑO
Sueldos y Salarios	2220,00	
Gasto Arriendo	250,00	
Gasto Servicios Básicos	105,00	
Gasto Materiales de Aseo y Limpieza	12,00	
Materia Prima	668,00	8016,00
Materia Prima Indirecta	31,16	373,92
TOTAL	3286,16	39433,92

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

El capital de trabajo necesario para que la empresa pueda realizar sus actividades normalmente es de \$3,286,16; aquí se detalla los sueldos y salarios, servicios básicos y la materia prima necesaria para la producción.

6.4 Resumen de las Inversiones

Tabla 37

	TOTAL	PORCENTAJE
Activos Fijos Tangibles	6920,00	61,98%
Activos Fijos Intangibles	958,00	8,58%
Capital de Trabajo	3286,16	29,43%
TOTAL	11164,16	100,00%

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

Las inversiones necesarias para la empresa es un total de \$11,164,16 los cuales están divididos en Activos Fijos Tangibles con un 61,98%, Activos Fijos Intangibles con un 8,58% y Capital de Trabajo con un 29,43% de la inversión,

6.5. Financiamiento

Para el financiamiento de la empresa estará compuesto por un capital propio de \$4000,00 y se solicitará un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda, El valor del crédito es de \$15000,00 los cuales servirán para la puesta en marcha del proyecto.

La decisión de solicitar el crédito en esta Institución Financiera se debe al apoyo que prestan a los nuevos emprendimientos.

A continuación se detalla la tabla de pagos del crédito de \$15000,00 para cancelar en un periodo de 30 meses con una tasa de interés de 24,50%.

Tabla 38
Tabla de Pagos



Sistema Francés

Nº CUOTA	FECHA PAGO	CAPITAL	INTERES	SEGURO	CUOTA	SALDO CAPITAL
1	2017-02-18	434,31	137,50	5,40	577,21	14,565,69
2	2017-03-20	438,45	133,52	5,24	577,21	14,127,24
3	2017-04-19	442,63	129,50	5,09	577,21	13,684,62
4	2017-05-19	446,84	125,44	4,93	577,21	13,237,77
5	2017-06-18	451,10	121,35	4,77	577,21	12,786,68
6	2017-07-18	455,40	117,21	4,60	577,21	12,331,28
7	2017-08-17	459,73	113,04	4,44	577,21	11,871,54
8	2017-09-16	464,11	108,82	4,27	577,21	11,407,43
9	2017-10-16	468,54	104,57	4,11	577,21	10,938,89
10	2017-11-15	473,00	100,27	3,94	577,21	10,465,89
11	2017-12-15	477,51	95,94	3,77	577,21	9,988,39
12	2018-01-14	482,05	91,56	3,60	577,21	9,506,33
13	2018-02-13	486,65	87,14	3,42	577,21	9,019,69
14	2018-03-15	491,28	82,68	3,25	577,21	8,528,40
15	2018-04-14	495,96	78,18	3,07	577,21	8,032,44
16	2018-05-14	500,69	73,63	2,89	577,21	7,531,75
17	2018-06-13	505,46	69,04	2,71	577,21	7,026,29
18	2018-07-13	510,27	64,41	2,53	577,21	6,516,02
19	2018-08-12	515,13	59,73	2,35	577,21	6,000,89
20	2018-09-11	520,04	55,01	2,16	577,21	5,480,84
21	2018-10-11	525,00	50,24	1,97	577,21	4,955,85
22	2018-11-10	530,00	45,43	1,78	577,21	4,425,85
23	2018-12-10	535,05	40,57	1,59	577,21	3,890,80
24	2019-01-09	540,14	35,67	1,40	577,21	3,350,66
25	2019-02-08	545,29	30,71	1,21	577,21	2,805,37
26	2019-03-10	550,48	25,72	1,01	577,21	2,254,88
27	2019-04-09	555,73	20,67	0,81	577,21	1,699,16
28	2019-05-09	561,02	15,58	0,61	577,21	1,138,13
29	2019-06-08	566,37	10,43	0,41	577,21	571,76
30	2019-07-08	571,76	5,24	0,21	577,21	0,00

ELABORADO POR: Crédito COAC San Francisco Ltda,

FUENTE: Crédito COAC San Francisco Ltda,

6.6 Plan de Inversiones

El plan de inversión nos permite conocer en que va a ser invertido el dinero con el fin de obtener los mejores resultados, a continuación se detalla la inversión.

Tabla 39

Plan de Inversiones

ACTIVOS	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Equipo de oficina	
Teléfono	120,00
Sumadora	80,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	200,00
Muebles y Enseres	
Escritorios	390,00
Sillas	320,00
Mesa	65,00
Comedor	250,00
Archivador	135,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	1160,00
Equipo de Cómputo	
Computador	900,00
Impresora	220,00
Copiadora	250,00
TOTAL EQUIPO DE CÓMPUTO	1370,00
Maquinaria y Equipo	
Balanza	80,00
Mezcladora / Moledora	650,00
Mesa de acero inoxidable	200,00
Moldes de acero	60,00
Prensa Neumática	250,00
Marmita	1800,00
Congelador	350,00
Empacadora al vacío	800,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	4190,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6920,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gasto de Constitución	500,00
Patentes y Marcas	458,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	958,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de Trabajo	3286,16
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3286,16
INVERSIÓN INICIAL	11164,16

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

En nuestro Plan de Inversión tenemos que vamos a dirigir los recursos a lo siguiente: equipo de oficina \$200,00, muebles y enseres un valor de \$1160,00, equipo de cómputo \$1370,00, y en maquinaria y equipo un total de \$4190,00.

6.6.1 Depreciaciones Equipo de Oficina

El Equipo de Oficina son todos los instrumentos y maquinas que se necesitan para llevar a cabo los trabajos a realizarse en una oficina, estos tienen una vida útil de 10 años y un porcentaje de depreciación de 10% anual.

Tabla 40
Depreciación Teléfono

DEPRECIACIÓN TELÉFONO					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					120,00
2017	10%	10	12,00	12,00	108,00
2018	10%	10	12,00	24,00	96,00
2019	10%	10	12,00	36,00	84,00
2020	10%	10	12,00	48,00	72,00
2021	10%	10	12,00	60,00	60,00
2022	10%	10	12,00	72,00	48,00
2023	10%	10	12,00	84,00	36,00
2024	10%	10	12,00	96,00	24,00
2025	10%	10	12,00	108,00	12,00
2026	10%	10	12,00	120,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			120,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

El teléfono tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$120,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$12,00 anuales.

Tabla 41
Depreciación Sumadora

DEPRECIACIÓN SUMADORA					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					80,00
2017	10%	10	8,00	8,00	72,00
2018	10%	10	8,00	16,00	64,00
2019	10%	10	8,00	24,00	56,00
2020	10%	10	8,00	32,00	48,00
2021	10%	10	8,00	40,00	40,00
2022	10%	10	8,00	48,00	32,00
2023	10%	10	8,00	56,00	24,00
2024	10%	10	8,00	64,00	16,00
2025	10%	10	8,00	72,00	8,00
2026	10%	10	8,00	80,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			80,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

La sumadora tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$80,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$8,00 anuales.

6.6.2 Depreciación Muebles y Enseres

Los muebles y enseres nos sirven para facilitar las actividades que se realizan en una oficina; estos tienen una vida útil de 10 años y un porcentaje de depreciación de 10% anual.

Tabla 42
Depreciación Escritorio

DEPRECIACIÓN ESCRITORIO					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					390,00
2017	10%	10	39,00	39,00	351,00
2018	10%	10	39,00	78,00	312,00
2019	10%	10	39,00	117,00	273,00
2020	10%	10	39,00	156,00	234,00
2021	10%	10	39,00	195,00	195,00
2022	10%	10	39,00	234,00	156,00
2023	10%	10	39,00	273,00	117,00
2024	10%	10	39,00	312,00	78,00
2025	10%	10	39,00	351,00	39,00
2026	10%	10	39,00	390,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			390,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

El escritorio tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$390,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$39,00 anuales.

Tabla 43*Depreciación Sillas*

DEPRECIACIÓN SILLAS						
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto	
VALOR INICIAL						320,00
2017	10%	10	32,00	32,00	288,00	
2018	10%	10	32,00	64,00	256,00	
2019	10%	10	32,00	96,00	224,00	
2020	10%	10	32,00	128,00	192,00	
2021	10%	10	32,00	160,00	160,00	
2022	10%	10	32,00	192,00	128,00	
2023	10%	10	32,00	224,00	96,00	
2024	10%	10	32,00	256,00	64,00	
2025	10%	10	32,00	288,00	32,00	
2026	10%	10	32,00	320,00	0,00	
TOTAL DEPRECIACIÓN			320,00			

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

Las sillas tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$320,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$32,00 anuales.

Tabla 44*Depreciación Mesa*

DEPRECIACIÓN MESA						
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto	
VALOR INICIAL						65,00
2017	10%	10	6,50	6,50	58,50	
2018	10%	10	6,50	13,00	52,00	
2019	10%	10	6,50	19,50	45,50	
2020	10%	10	6,50	26,00	39,00	
2021	10%	10	6,50	32,50	32,50	
2022	10%	10	6,50	39,00	26,00	
2023	10%	10	6,50	45,50	19,50	
2024	10%	10	6,50	52,00	13,00	
2025	10%	10	6,50	58,50	6,50	
2026	10%	10	6,50	65,00	0,00	
TOTAL DEPRECIACIÓN			65,00			

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

La mesa tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$65,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$6,50 anuales.

Tabla 45
Depreciación Comedor

DEPRECIACIÓN COMEDOR						
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto	
VALOR INICIAL						250,00
2017	10%	10	25,00	25,00		225,00
2018	10%	10	25,00	50,00		200,00
2019	10%	10	25,00	75,00		175,00
2020	10%	10	25,00	100,00		150,00
2021	10%	10	25,00	125,00		125,00
2022	10%	10	25,00	150,00		100,00
2023	10%	10	25,00	175,00		75,00
2024	10%	10	25,00	200,00		50,00
2025	10%	10	25,00	225,00		25,00
2026	10%	10	25,00	250,00		0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			250,00			

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

El comedor tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$250,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$25,00 anuales.

Tabla 46
Depreciación Archivador

DEPRECIACIÓN ARCHIVADOR					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					135,00
2017	10%	10	13,50	13,50	121,50
2018	10%	10	13,50	27,00	108,00
2019	10%	10	13,50	40,50	94,50
2020	10%	10	13,50	54,00	81,00
2021	10%	10	13,50	67,50	67,50
2022	10%	10	13,50	81,00	54,00
2023	10%	10	13,50	94,50	40,50
2024	10%	10	13,50	108,00	27,00
2025	10%	10	13,50	121,50	13,50
2026	10%	10	13,50	135,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			135,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

El archivador tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$135,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$13,50 anuales.

6.6.3 Depreciación Equipo de Cómputo

Es una herramienta una herramienta muy importante en las oficinas, nos facilita el trabajo diario, este tiene la característica de cumplir con una vida útil de tres años, y un porcentaje de depreciación del 33,33% anual.

Tabla 47*Depreciación Computador*

DEPRECIACIÓN COMPUTADOR					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					900,00
2017	33,33%	3	300,00	300,00	600,00
2018	33,33%	3	300,00	600,00	300,00
2019	33,33%	3	300,00	900,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			900,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

El computador tiene una vida útil de 3 años y una depreciación del 33,33% anual, el valor de este equipo es de \$900,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$300,00 anuales.

Tabla 48*Depreciación Impresora*

DEPRECIACIÓN IMPRESORA					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					220,00
2017	33,33%	3	73,33	73,33	146,67
2018	33,33%	3	73,33	146,67	73,33
2019	33,33%	3	73,33	220,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			220,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

La impresora tiene una vida útil de 3 años y una depreciación del 33,33% anual, el valor de este equipo es de \$2200,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$73,33 anuales.

Tabla 49
Depreciación Copiadora

DEPRECIACIÓN COPIADORA					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					250,00
2017	33,33%	3	83,33	83,33	166,67
2018	33,33%	3	83,33	166,67	83,33
2019	33,33%	3	83,33	250,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			250,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano
FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

La copiadora tiene una vida útil de 3 años y una depreciación del 33,33% anual, el valor de este equipo es de \$250,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$83,33 anuales.

6.6.4 Depreciación Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipo son todos los instrumentos que se necesita en una empresa para poder producir y ejecutar sus actividades normalmente, ésta tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual.

Tabla 50
Depreciación Balanza

DEPRECIACIÓN BALANZA					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					80,00
2017	10%	10	8,00	8,00	72,00
2018	10%	10	8,00	16,00	64,00
2019	10%	10	8,00	24,00	56,00
2020	10%	10	8,00	32,00	48,00
2021	10%	10	8,00	40,00	40,00
2022	10%	10	8,00	48,00	32,00
2023	10%	10	8,00	56,00	24,00
2024	10%	10	8,00	64,00	16,00
2025	10%	10	8,00	72,00	8,00
2026	10%	10	8,00	80,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			80,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

La balanza tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$80,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$8,00 anuales.

Tabla 51*Depreciación Mezcladora / Moledora*

DEPRECIACIÓN MEZCLADORA / MOLEDORA					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					650,00
2017	10%	10	65,00	65,00	585,00
2018	10%	10	65,00	130,00	520,00
2019	10%	10	65,00	195,00	455,00
2020	10%	10	65,00	260,00	390,00
2021	10%	10	65,00	325,00	325,00
2022	10%	10	65,00	390,00	260,00
2023	10%	10	65,00	455,00	195,00
2024	10%	10	65,00	520,00	130,00
2025	10%	10	65,00	585,00	65,00
2026	10%	10	65,00	650,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			650,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

La mezcladora moledora tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$650,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$65,00 anuales.

Tabla 52*Depreciación Mesa de Acero Inoxidable*

DEPRECIACIÓN MESA DE ACERO INOXIDABLE						
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto	
VALOR INICIAL						200,00
2017	10%	10	20,00	20,00		180,00
2018	10%	10	20,00	40,00		160,00
2019	10%	10	20,00	60,00		140,00
2020	10%	10	20,00	80,00		120,00
2021	10%	10	20,00	100,00		100,00
2022	10%	10	20,00	120,00		80,00
2023	10%	10	20,00	140,00		60,00
2024	10%	10	20,00	160,00		40,00
2025	10%	10	20,00	180,00		20,00
2026	10%	10	20,00	200,00		0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			200,00			

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

La mesa de acero inoxidable tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$200,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$20,00 anuales.

Tabla 53*Depreciación Moldes de Acero Inoxidable*

DEPRECIACIÓN MOLDES DE ACERO INOXIDABLE					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					60,00
2017	10%	10	6,00	6,00	54,00
2018	10%	10	6,00	12,00	48,00
2019	10%	10	6,00	18,00	42,00
2020	10%	10	6,00	24,00	36,00
2021	10%	10	6,00	30,00	30,00
2022	10%	10	6,00	36,00	24,00
2023	10%	10	6,00	42,00	18,00
2024	10%	10	6,00	48,00	12,00
2025	10%	10	6,00	54,00	6,00
2026	10%	10	6,00	60,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			60,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

Los moldes de acero inoxidable tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$60,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$6,00 anuales.

Tabla 54*Depreciación Prensa Neumática*

DEPRECIACIÓN PRENSA NEUMÁTICA					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					250,00
2017	10%	10	25,00	25,00	225,00
2018	10%	10	25,00	50,00	200,00
2019	10%	10	25,00	75,00	175,00
2020	10%	10	25,00	100,00	150,00
2021	10%	10	25,00	125,00	125,00
2022	10%	10	25,00	150,00	100,00
2023	10%	10	25,00	175,00	75,00
2024	10%	10	25,00	200,00	50,00
2025	10%	10	25,00	225,00	25,00
2026	10%	10	25,00	250,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			250,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

La prensa neumática tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$250,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$25,00 anuales.

Tabla 55*Depreciación Marmita*

DEPRECIACIÓN MARMITA					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					1800,00
2017	10%	10	180,00	180,00	1620,00
2018	10%	10	180,00	360,00	1440,00
2019	10%	10	180,00	540,00	1260,00
2020	10%	10	180,00	720,00	1080,00
2021	10%	10	180,00	900,00	900,00
2022	10%	10	180,00	1080,00	720,00
2023	10%	10	180,00	1260,00	540,00
2024	10%	10	180,00	1440,00	360,00
2025	10%	10	180,00	1620,00	180,00
2026	10%	10	180,00	1800,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			1800,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Inversión Activos Fijos Tangibles

La marmita tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$1800,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$180,00 anuales.

Tabla 56

Depreciación Congelador

DEPRECIACIÓN CONGELADOR					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					350,00
2017	10%	10	35,00	35,00	315,00
2018	10%	10	35,00	70,00	280,00
2019	10%	10	35,00	105,00	245,00
2020	10%	10	35,00	140,00	210,00
2021	10%	10	35,00	175,00	175,00
2022	10%	10	35,00	210,00	140,00
2023	10%	10	35,00	245,00	105,00
2024	10%	10	35,00	280,00	70,00
2025	10%	10	35,00	315,00	35,00
2026	10%	10	35,00	350,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			350,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

El congelador tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$350,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$35,00 anuales.

Tabla 57

Depreciación Empacadora al Vacío

DEPRECIACIÓN EMPACADORA AL VACÍO					
Año	Porcentaje de depreciación	Vida útil	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor neto
VALOR INICIAL					800,00
2017	10%	10	80,00	80,00	720,00
2018	10%	10	80,00	160,00	640,00
2019	10%	10	80,00	240,00	560,00
2020	10%	10	80,00	320,00	480,00
2021	10%	10	80,00	400,00	400,00
2022	10%	10	80,00	480,00	320,00
2023	10%	10	80,00	560,00	240,00
2024	10%	10	80,00	640,00	160,00
2025	10%	10	80,00	720,00	80,00
2026	10%	10	80,00	800,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN			800,00		

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Inversión Activos Fijos Tangibles

La empacadora al vacío tiene una vida útil de 10 años y una depreciación del 10% anual, el valor de este equipo es de \$800,00 por lo que al realizar la depreciación en línea recta su valor se deprecia \$80,00 anuales.

Depreciación en dólares de maquinaria y equipo

Tabla 58

Depreciación en dólares

Maquinaria y Equipo	Valor	Vida Útil	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
Balanza	80,00	10	10%	8,00
Mezcladora / Moledora	650,00	10	10%	65,00
Mesa de acero inoxidable	200,00	10	10%	20,00
Moldes de acero	60,00	10	10%	6,00
Prensa Neumática	250,00	10	10%	25,00
Marmita	1800,00	10	10%	180,00
Congelador	350,00	10	10%	35,00
Empacadora al vacío	800,00	10	10%	80,00
TOTAL	4190,00			419,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Inversión en Maquinaria y Equipo

El valor de la depreciación anual de la maquinaria y equipo con la que cuenta la empresa es de \$419,00, vamos a vender 20,800 libras de carne al año por lo que al realizar la división de estos valores nos resulta una depreciación de 0,02 centavos por libra de carne que se produzca.

6.7 Presupuesto de Gastos e Ingresos

La palabra presupuesto quiere decir presupones, por esto el Presupuesto de Gastos e Ingresos es anticipar el cálculo del dinero que se va a invertir y el dinero que se va a recibir en cualquier tipo de negocio.

6.7.1 Presupuesto de Gastos

El presupuesto nos indica la cantidad que vamos a utilizar en pago de sueldos, servicios básicos, arriendos, entre otros gastos que se efectuarán en la empresa.

Tabla 59

Presupuesto de Gastos Sueldos y Salarios

PUESTO	SUELDO MENSUAL	N° EMPLEADOS	SUELDO ANUAL
Gerente	550,00	1	6600,00
Contador	370,00	1	4440,00
Empleados	370,00	3	13320,00
Chofer	370,00	1	4440,00
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS			28800,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación Directa

En nuestro presupuesto de gastos de sueldos y salarios tenemos que al año vamos a gastar \$28800,00.

Tabla 60*Presupuesto de Gastos Servicios Básicos*

GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Gasto Luz	70,00	840,00
Gasto Agua	40,00	480,00
Gasto Teléfono	30,00	360,00
Gasto Internet	20,00	240,00
TOTAL GASTO SERVICIOS BÁSICOS	160,00	1920,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Investigación Directa

En nuestro presupuesto de gastos de servicios básicos tenemos que al año necesitamos una cantidad de \$1920,00, detallándose aquí pago de luz, agua, teléfono e internet.

Tabla 61*Presupuesto de Gastos Materiales de Aseo y Limpieza*

GASTO MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Gasto Arriendos	30,00	360,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Investigación Directa

El presupuesto de gasto de materiales de aseo y limpieza para el presente proyecto es de un total de \$360,00 al año,

Tabla 62*Presupuesto de Gasto Arriendos*

GASTO ARRIENDOS	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Gasto Arriendos	250,00	3000,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Investigación Directa

El presupuesto anual de gasto de arriendos es de un valor total de \$3000,00 debido a que el pago mensual será de \$250,00.

Tabla 63

Presupuesto de Gasto Útiles de Oficina

GASTO ÚTILES DE OFICINA	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Gasto Útiles de oficina	25,00	300,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación Directa

Para nuestro presupuesto de gasto de útiles de oficina tenemos que vamos a utilizar un valor de \$25,00 mensuales o que al año necesitamos un total de \$300,00.

Tabla 64

Presupuesto de Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	TOTAL
R.U.C.	15,00
Inscripción en el Registro Mercantil	25,00
Permiso Medioambiente	50,00
Permiso Ministerio Salud Pública	22,90
Gasto de Constitución	500,00
Patentes y Marcas	458,00
Total Gastos de Constitución	1070,90

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación Directa

En los gastos de constitución de la empresa incluyen todos los trámites y documentación que se debe realizar para constituir la empresa y ponerla en funcionamiento, el total de los gastos de constitución de la empresa es un valor de \$1070,90.

Tabla 65*Presupuesto de Gastos de Ventas*

GASTOS DE VENTAS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Empaques	52,00	624,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Investigación Directa

Los gastos de ventas de la empresa son los empaques en los que se va a ofrecer el producto, este costo tiene un valor mensual de \$52,00 por lo que tenemos un costo anual de \$624,00.

Tabla 66*Presupuesto de Gastos Financieros*

GASTOS FINANCIEROS	VALOR ANUAL
Gasto interés	2228,80
Gasto Seguro	87,54
Total Gastos Financieros	2316,34

ELABORADO POR: Carolina Altamirano**FUENTE:** Tabla de Pago COAC San Francisco Ltda,

El presupuesto de gastos financieros anuales por el crédito que se realizó es de \$2316,34, aquí se incluye el gasto de interés que es un valor de \$2228.80 y el gasto seguro de \$87.54 al año.

6.7.2 Presupuesto de Ingresos

En el presupuesto de ingresos se detalla todos aquellos valores que ingresarán a la empresa en el periodo de un año, es decir por las ventas de los productos que resultan de la actividad propia de la empresa.

Tabla 67
Presupuesto de Ingresos

INGRESOS	UNIDADES	COSTO POR LIBRA	VENTAS MENSUAL	VENTAS ANUAL
Ventas	1733	4,00	6933,33	83200,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Demanda Potencial Insatisfecha Real

El presupuesto de ingresos de la empresa por motivo de las ventas es un valor de \$83200,00 anuales

6.7.3 Situación Financiera Actual

En contabilidad, la igualdad se da entre la suma del activo (recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines) y la suma del pasivo y el capital contable (fuentes de recursos, externas e internas) (Romero López, 2010).

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
SOJA NATURAL MEAT**

ACTIVO

Corriente

Caja	4000,00	
Inventario Materia Prima Directa	8016,00	
Inventario Materia Prima Indirecta	376,30	
Total Activo Corriente		12392,30

Fijo

Equipo de Oficina	200,00	
Muebles y Enseres	1160,00	
Equipo de Cómputo	1370,00	
Maquinaria y Equipo	4190,00	
Total Activo Fijo		6920,00

Diferido

Gasto de Constitución	500,00	
Patentes y Marcas	458,00	
Total Activo Diferido		958,00

TOTAL ACTIVO		20270,30
---------------------	--	-----------------

PASIVO

Corto Plazo

IESS por Pagar	2970,36	
Total Pasivo Corto Plazo		2970,36

Largo Plazo

Préstamo Bancario	15000,00	
Total Pasivo Largo Plazo		15000,00

TOTAL PASIVO		17970,36
---------------------	--	-----------------

PATRIMONIO

Capital Social

Capital Social	2299,94	
TOTAL PATRIMONIO		2299,94

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		20270,30
----------------------------------	--	-----------------

GERENTE

CONTADOR

6.7.4 Situación Financiera Proyectada

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SOJA NATURAL MEAT

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
ACTIVO						
Corriente						
Caja	4000,00	4056,80	4114,41	4172,83	4232,09	4292,18
Inventario Materia Prima Directa	8016,00	8141,10	8268,10	8397,07	8528,08	8661,11
Inventario Materia Prima Indirecta	376,30	382,17	388,13	394,19	400,34	406,58
Total Activo Corriente	12392,30	12580,07	12770,64	12964,09	13160,50	13359,87
Fijo						
Equipo de Oficina	200,00	202,84	205,72	208,64	211,60	214,61
Muebles y Enseres	1160,00	1176,47	1193,18	1210,12	1227,30	1244,73
Equipo de Cómputo	1370,00	1389,45	1409,18	1429,19	1449,49	1470,07
Maquinaria y Equipo	4190,00	4249,50	4309,84	4371,04	4433,11	4496,06
Total Activo Fijo	6920,00	7018,26	7117,92	7219,00	7321,51	7425,47
Diferido						
Gasto de Constitución	500,00	400,00	300,00	200,00	100,00	0,00
Patentes y Marcas	458,00	366,40	6,00	4,00	2,00	0,00
Total Activo Diferido	958,00	766,40	306,00	204,00	102,00	0,00
TOTAL ACTIVO	20270,30	20364,74	20194,56	20387,09	20584,01	20785,34
PASIVO						
Corto Plazo						
IESS por Pagar	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36
Total Pasivo Corto Plazo	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36

Largo Plazo

Préstamo Bancario	15000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Pasivo Largo Plazo	15000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVO	17970,36	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36	2970,36

PATRIMONIO**Capital Social**

Capital Social	2299,94	17394,38	17224,20	17416,73	17613,65	17814,98
TOTAL PATRIMONIO	2299,94	17394,38	17224,20	17416,73	17613,65	17814,98

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	20270,30	20364,74	20194,56	20387,09	20584,01	20785,34
----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

GERENTE

CONTADOR

6.7.5 Presupuesto de ingresos proyectados,

El presupuesto de ingresos proyectado es adelantarnos a los ingresos que vamos a tener en la empresa tomando en cuenta datos históricos.

Tabla 68

Presupuesto de Ingresos Proyectados

PRODUCTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Carne Vegetariana	83200,00	87461,64	91612,85	96311,80	101134,10	106082,00

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Tamaño óptimo y Proyección de precios

En nuestro presupuesto de ingresos proyectados tenemos que para el primer año la empresa va a tener un total de ingresos de \$83,200,00, para los siguientes años proyectamos con la inflación del 3,38% en precios y un 28,61% de la capacidad instalada, tenemos que para el año 2017 tendremos \$87461,64; para el año 2018 la empresa va a tener ingresos por un valor de \$91612,85; en el año 2019 tendremos \$96311,80; con la misma proyección para el año 2020 tendremos \$101134,10 de ingresos por ventas y por último para el año 2021 tendremos unos ingresos de \$106082,00.

6.7.6 Estado de resultados proyectados

El **estado de resultados**, permite efectuar una apertura conceptual de las razones por las cuales se produjo el resultado neto que fue incluido en el patrimonio neto del ente (Chaves, Chyrikins, Dialecsandris, Pahlen Acuña, & Viegas, 2015).

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

SOJA NATURAL MEAT

INGRESOS	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Ventas	83200,00	87461,64	91612,85	96311,80	101134,10	106082,00
(-) Costo de Ventas	26571,30	27302,56	28056,10	28832,68	29633,08	30458,00
(=) Utilidad Bruta en Ventas	56628,70	60159,08	63556,75	67479,12	71501,02	75624,00
(-) GASTOS						
Gastos Administrativos	13843,57	13184,35	13610,09	14050,22	14505,08	14975,32
Gasto Sueldos y Salarios	6600,00	6823,08	7053,84	7292,40	7538,88	7793,69
Gastos Servicios Básicos	1920,00	1984,90	2051,99	2121,34	2193,04	2267,17
Gasto Útiles de oficina	300,00	310,14	320,62	331,46	342,66	354,25
Gasto Arriendos	3000,00	3101,40	3206,23	3314,60	3426,63	3542,45
Gasto Materiales de Aseo y Limpieza	360,00	372,17	384,75	397,75	411,20	425,09
Gastos de Constitución	1070,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto Depreciación Equipo de Oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Gasto Depreciación Muebles y Enseres	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00
Gasto Depreciación Equipo de Cómputo	456,67	456,67	456,67	456,67	456,67	456,67
Gastos de Ventas	624,00	633,78	643,65	653,70	663,90	674,25
Empaques	624,00	633,78	643,65	653,70	663,90	674,25
Gastos Financieros	979,06	891,52	445,76	0,00	0,00	0,00
Gasto Interés	891,52	891,52	445,76	0,00	0,00	0,00
Gasto Seguros	87,54	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Antes de Impuestos	41182,07	45449,43	48857,25	52775,20	56332,04	59974,42
(-) 22% Impuesto a la Renta	9060,06	9998,87	10748,60	11610,54	12393,05	13194,37

(=)Utilidad Antes de Participación Trabajadores	32122,01	35450,55	38108,66	41164,66	43938,99	46780,05
(-)15% Participación Trabajadores	4818,30	5317,58	5716,30	6174,70	6590,85	7017,01
(=) Utilidad Neta del Ejercicio	27303,71	30132,97	32392,36	34989,96	37348,14	39763,04

GERENTE

CONTADOR

6.7.7 Flujo de caja

Es un estado financiero básico de propósito general, que presenta información pertinente sobre los costos y pagos de efectivo -o sus equivalentes en una empresa-, durante un periodo, partiendo de los resultados y llegando al efectivo neto al final del mismo (Baena Toro , 2012).

**FLUJO DE CAJA PROYECTADO
SOJA NATURAL MEAT**

INGRESOS	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Ventas	87461,64	91612,85	96311,80	101134,10	106082,00
(-) Costo de Ventas	27302,56	28056,10	28832,68	29633,08	30458,00
(=) Utilidad Bruta en Ventas	60159,08	63556,75	67479,12	71501,02	75624,00
(-) GASTOS					
Gastos Administrativos	12591,68	13017,42	13457,55	13912,41	14382,65
Gasto Depreciaciones	592,67	592,67	592,67	592,67	592,67
Gastos de Ventas	633,78	643,65	653,70	663,90	674,25
Gastos Financieros	891,52	109,31	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Antes de Impuestos	45449,43	49193,70	52775,20	56332,04	59974,42
(-) Impuestos	9998,87	10822,62	11610,54	12393,05	13194,37
(=) Utilidad Antes de Participación Trabajadores	35450,55	38371,09	41164,66	43938,99	46780,05
(-) 15% Participación Trabajadores	5317,58	5755,66	6174,70	6590,85	7017,01
(=) Utilidad Neta	30132,97	32615,43	34989,96	37348,14	39763,04
(+) Depreciación	592,67	592,67	592,67	592,67	592,67
Inversión Inicial	19000,00				
Flujo de Caja	19000,00	30725,64	33208,10	35582,63	37940,81

GERENTE

CONTADOR

6.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la intersección o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); es decir, no existe pérdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los costos; siendo necesario clasificar los costos fijos o variables y para graficar en ejes y coordenadas en el eje vertical se representa los ingresos por ventas y los costos, en el eje horizontal se representa el volumen de ventas, expresado en unidades (Sarmiento R., 2010).

6.8.1 Costos Fijos

Esto quiere decir, que los costos fijos no varían según el nivel de producción, el cual está determinado en la capacidad instalada de la empresa; si dicha capacidad instalada se incrementa, o se ensancha por crecimiento de la empresa o por efectos de la demanda, estos costos cambian en su valor total según el nuevo nivel de producción (Baena Toro , 2012).

Tabla 69

Cotos fijos

COSTOS FIJOS	VALOR
Sueldos y Salarios	28800,00
Arriendos	3000,00
Depreciaciones	1011,67
TOTAL	32811,67

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Estado de Resultados Proyectado

6.8.2 Costos Variables

Son aquellos costos donde el total varían en proporción directa con los cambios en volumen; es decir, que partiendo de los costos fijos (capacidad instalada), por incremento en cualquier nivel de producción, se consideran costos variable (Baena Toro , 2012),

Tabla 70

Cotos variables

COSTOS VARIABLES	VALOR
Materia prima directa	8016,00
Materia prima indirecta	376,30
Servicios básicos	1920,00
Empaques	624,00
TOTAL	10936,30

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Estado de Resultados Proyectado

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{Costo Variables Totales}}{\text{Unidades Vendidas}}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{110936,30}{20800}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \$0,53$$

Tabla 71

Datos Punto de Equilibrio

DATOS PUNTO DE EQUILIBRIO	
Precio Unitario	4,00
Unidades Vendidas	20800
Ingreso Total	83200
Costo Variable Unitario	0,53
Costo Fijo Total	32811,67
Costo Variable Total	10936,30

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Estado de Resultados Proyectado

$$\text{Punto de Equilibrio \$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio \$} = \frac{32811,67}{1 - \frac{10,936,30}{83,200,00}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio \$} = \frac{32811,67}{1 - 0,14}$$

$$\text{Punto de Equilibrio \$} = \frac{32811,67}{0,14}$$

$$\text{Punto de Equilibrio \$} = 37777,35$$

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades} = \frac{\text{Punto de Equilibrio en Dólares}}{\text{Precio Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades} = \frac{37777,35}{4,00}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en Unidades} = 9444,3370$$

Punto de Equilibrio en Unidades = 9444 libras

Tabla 72

Punto de Equilibrio

UNIDADES	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS TOTALES	INGRESOS	UTILIDADES
0	0,00	32811,67	32811,67	0,00	-32811,67
6500	3417,59	32811,67	36229,26	26000,00	-10229,26
7000	3680,49	32811,67	36492,16	28000,00	-8492,16
7500	3943,38	32811,67	36755,05	30000,00	-6755,05
8000	4206,27	32811,67	37017,94	32000,00	-5017,94
8500	4469,16	32811,67	37280,83	34000,00	-3280,83
9444,3370	4965,68	32811,67	37777,35	37777,35	0,00
9000	4732,05	32811,67	37543,72	36000,00	-1543,72
10000	5257,84	32811,67	38069,51	40000,00	1930,49
11000	5783,62	32811,67	38595,29	44000,00	5404,71
20800	10936,30	32811,67	43747,97	83200,00	39452,03

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Estado de Resultados Proyectados

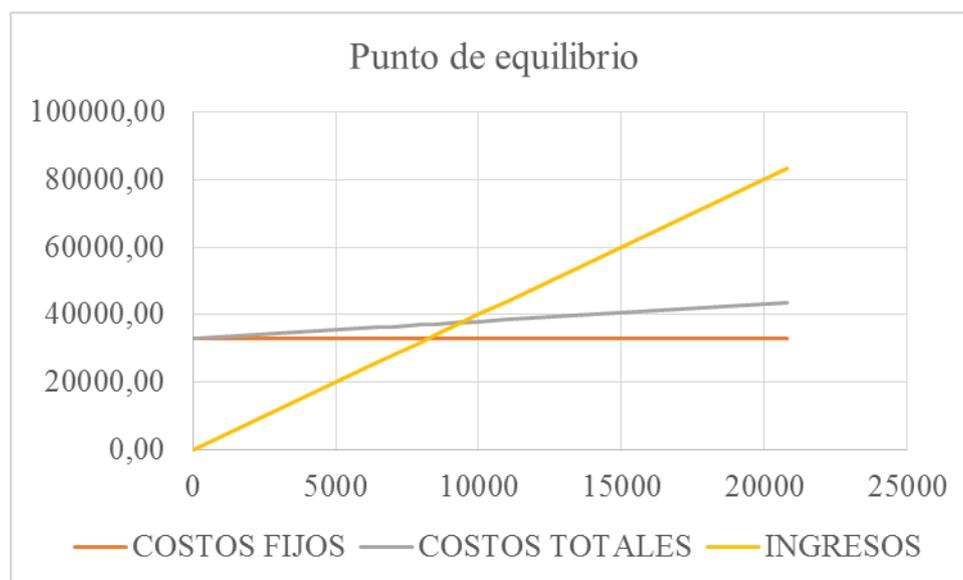


Gráfico 26: Punto de Equilibrio

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Estado de Resultados Proyectado

6.9 Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

La TMAR es la Tasa Mínima Atractiva de Retorno es también conocida como costo de capital debido a que al momento de invertir en cualquier tipo de negocio o empresa, cuando se elabora un proyecto se debe analizar la ganancia que su inversión va a tener en los siguientes años,

Para el cálculo de la TMAR se utiliza la inflación y el riesgo país en donde:

i = inflación

f = riesgo país

$$TMAR_1 = i + f$$

$$TMAR_1 = 8,06\% + 1,42\%$$

$$TMAR_1 = 0,0806 + 0,0142$$

$$TMAR_1 = 0,0948$$

$$TMAR_1 = 9,48\%$$

Para el presente proyecto tenemos una Tasa Mínima Aceptable de Retorno del 9,48%.

$$TMAR_2 = i + f (2)$$

$$TMAR_2 = 8,06\% + 1,42\% (2)$$

$$TMAR_2 = 0,806 + 0,0142 (2)$$

$$TMAR_2 = 0,806 + 0,0284$$

$$TMAR_2 = 0,109$$

$$TMAR_2 = 10,90\%$$

6.10 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto nos indica si la inversión va a incrementar o va a disminuir con el pasar del tiempo.

Para el cálculo del VAN utilizamos la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

En donde:

I_0 = Inversión Inicial (flujo de efectivo)

1 = Constante

i = TMAR

FNE = Flujo Neto del efectivo

$$VAN_1 = -19000,00 + \frac{30725,64}{(1+0,0948)^1} + \frac{33208,10}{(1+0,0948)^2} + \frac{35582,63}{(1+0,0948)^3} + \frac{37940,81}{(1+0,0948)^4} + \frac{40355,71}{(1+0,0948)^5}$$

$$VAN_1 = -19000,00 + \frac{30725,64}{1,0948} + \frac{33208,10}{1,1986} + \frac{35582,63}{1,3122} + \frac{37940,81}{1,4366} + \frac{40355,71}{1,5728}$$

$$VAN_1 = -19000,00 + 28065,07 + 27705,66 + 27116,77 + 26410,14 + 25658,51$$

$$VAN_1 = 115956,15$$

$$VAN_1 \geq 0$$

Al tener un VAN positivo y en este caso de 115956,15 nos indica que la inversión es atractiva ya que con el tiempo se va a obtener un buen rendimiento.

Para obtener el VAN del año dos utilizamos la $TMAR_2$

$$VAN_2 = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_2 = -19000,00 + \frac{30725,64}{(1+0,1090)^1} + \frac{33208,10}{(1+0,1090)^2} + \frac{35582,63}{(1+0,1090)^3} + \frac{37940,81}{(1+0,1090)^4} + \frac{40355,71}{(1+0,1090)^5}$$

$$VAN_2 = -19000,00 + \frac{30725,64}{1,1090} + \frac{33208,10}{1,2299} + \frac{35582,63}{1,3639} + \frac{37940,81}{1,5126} + \frac{40355,71}{1,6775}$$

$$VAN_2 = -19000,00 + 27705,72 + 27000,65 + 26088,88 + 25083,17 + 24057,06$$

$$VAN_2 = 110935,48$$

6.11 Indicadores Financieros

El análisis de razones financieras constituye un procedimiento para valorar la gestión global, Así como los hechos relevantes de lo que está sucediendo en la empresa (Valdez Rivera, 2011),

Los indicadores financieros en una empresa nos sirven para evaluar la situación actual en la que se encuentra la misma, estos indicadores nos ayudan a verificar si las condiciones de la institución son favorables o no.

6.11.1 Indicadores de Liquidez

Los indicadores de liquidez nos indican la capacidad efectiva que tiene una empresa, los acreedores requieren de un análisis de los indicadores financieros de una empresa para saber si son capaces de cancelar sus deudas más el interés que estas generen.

6.11.1.1 Capital de trabajo

Razón de capital de trabajo o razón circulante, cuyo resultado implica la capacidad de pago o de cobertura de los créditos a corto plazo por medio de los bienes realizables en un plazo menor de un año (Romero López, 2010).

El capital de trabajo nos ayuda a verificar el dinero con el que cuenta la empresa para funcionar normalmente.

La fórmula para calcular el capital de trabajo es la siguiente:

$$\textit{Capital de trabajo} = \textit{Activo Corriente} - \textit{Pasivo Corriente}$$

$$\textit{Capital de trabajo} = 12392,30 - 2970,36$$

$$\textit{Capital de trabajo} = \$9421,94$$

El capital de trabajo para el presente proyecto es un total de \$9421,94; esto nos indica que si tiene la capacidad de cancelar a los proveedores.

6.11.1.2 Liquidez Corriente

Razón de liquidez o de pago inmediato, denominado por la NIF A-3 con de *liquidez inmediata*, cuyo resultado nos informa cuantas veces el efectivo puede cubrir una deuda a corto plazo, entiende por liquidez la posesión de efectivo necesario en el momento oportuno para poder efectuar los pagos por los compromisos contraídos; la fórmula que considera solo el renglón de efectivo, comprende los saldos de caja, bancos e instrumentos financieros de inmediata disponibilidad (Romero López, 2010).

El índice de liquidez no permite analizar si la empresa tiene la capacidad de cancelar sus pasivos corrientes, con sus activos corrientes.

La fórmula para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{12392,30}{2970,36}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \$4,17$$

Este indicador de liquidez nos indica que por cada dólar de deuda que la empresa tiene, cuenta don \$4,17 para cancelar.

6.11.1.3 Prueba Ácida

Razón severa o prueba de ácido, es una variante de la razón de capital de trabajo o circulante, (Romero López, 2010)

Este indicador nos demuestra la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus deudas de forma inmediata con los proveedores.

La fórmula para el cálculo de este indicador es la siguiente:

$$Prueba \acute{A}cida = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$Prueba \acute{A}cida = \frac{12,292,30 - 8,392,30}{2970,36}$$

$$Prueba \acute{A}cida = \$1,31$$

El indicador de prueba ácida nos indica que la empresa cuenta con \$1,31 para cancelar sus deudas inmediatamente sin contar con la venta de inventarios.

6.11.2 Índice de Solvencia

Los indicadores de solvencia nos muestran como los bienes de la empresa han sido adquiridos por medio de los pasivos o el patrimonio, es decir por medio de las fuentes externas e internas.

6.11.2.1 Endeudamiento del Activo

Razón de endeudamiento o de relación entre inversión o deuda, denominada por la NIF A-3 dentro de las razones de solvencia (estabilidad financiera), forma parte del grupo de las razones de apalancamiento y permite medir la porción de los activos financieros por deuda, cuyo resultado, expresado normalmente en porcentaje, relaciona la cantidad de recursos aportada por fuentes externas a la entidad, tanto a corto como a largo plazo (Romero López, 2010).

Este indicador nos demuestra que porcentaje de los activos de la empresa han sido adquiridos por medio de fondos ajenos.

La fórmula para el cálculo de este indicador es:

$$\textit{Endeudamiento del Activo} = \frac{\textit{Pasivo Total}}{\textit{Activo Total}} \times 100$$

$$\textit{Endeudamiento del Activo} = \frac{17970,36}{20,270,30} \times 100$$

$$\textit{Endeudamiento del Activo} = 0,8865 \times 100$$

$$\textit{Endeudamiento del Activo} = 88,65\%$$

Por medio de este indicador podemos verificar que la mayor parte de los activo del presente proyecto son financiados por medios externos es decir por acreedores, por lo que el 88,65% de la empresa está financiada por fuentes externas.

6.11.2.2 Endeudamiento del Patrimonio

Este indicador es también conocido como apalancamiento financiero, nos demuestra la relación entre el patrimonio de la empresa y las obligaciones por pagar,

La fórmula para el cálculo del endeudamiento del patrimonio es la siguiente:

$$\text{Endeudamiento del Patrimonio} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Endeudamiento del Patrimonio} = \frac{20,270,30}{2,299,94}$$

$$\text{Endeudamiento del Patrimonio} = 8,81 \text{ veces}$$

Este indicador nos demuestra que el presente proyecto requiere de 8,81 veces de fuentes externas comparadas con el patrimonio.

6.11.2.3 Endeudamiento del Activo Fijo

$$\text{Endeudamiento del Patrimonio} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activos Fijos}}$$

$$\text{Endeudamiento del Patrimonio} = \frac{2,299,94}{6,920,00}$$

$$\text{Endeudamiento del Patrimonio} = 0,33$$

El indicador de endeudamiento del Activo Fijo nos da un valor de \$0,33 esto quiere decir que la empresa requiere de acreedores para financiar los activos fijos.

6.11.3 Gestión

6.11.3.1 Rotación de Activos Fijos

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos}}$$

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \frac{83,200,00}{6,920,00}$$

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \frac{83,200,00}{6,920,00}$$

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = 12,02$$

Este indicador nos muestra que la empresa utiliza 12,02 veces la capacidad instalada para vender.

6.11.4 Índices de Rentabilidad

Estos índices miden la capacidad de la administración de la empresa para generar ventas e invertir,

6.11.4.1 Margen Operacional

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen Operacional} = \frac{56,628,70}{83,200,00}$$

$$\text{Margen Operacional} = \frac{56,628,70}{83,200,00}$$

$$\text{Margen Operacional} = 0,68$$

$$\text{Margen Operacional} = 68\%$$

Este indicador nos muestra que la empresa genera el 68% de utilidad operacional,

6.11.4.2 Rentabilidad Neta de Ventas

Razón del margen de utilidad, cuyo resultado se expresa como porcentaje, permite conocer la cantidad de utilidad que se obtuvo sobre cada peso de ventas realizadas (Romero López, 2010),

$$\text{Rentabilidad Neta en Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad Neta en Ventas} = \frac{27303,71}{83,200,00}$$

Rentabilidad Neta en Ventas = 0,32

Rentabilidad Neta en Ventas = 32%

Este indicador nos muestra que la empresa ha generado el 32% de utilidades netas con respecto a las ventas.

6.12 Tasa beneficio – costo

La tasa beneficio costo es una relación entre los costos del proyecto y los beneficios que se obtendrán al ponerlo en marcha, no solo sirven para nuevos emprendimientos sino también para realizar un análisis al invertir en un producto ya existente.

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \frac{\sum Flujo\ Neto\ Efectivo}{\sum Gastos\ Totales}$$

$$Tasa\ Beneficio - Costo = \frac{194812,89}{74595,18}$$

$$Tasa\ Beneficio - Costo = 2,61$$

La tasa beneficio-costo nos indica que por cada dólar de gastos que la empresa tiene para producir tendrá ingresos de \$2,61

6.13 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que ayuda a los inversionistas a analizar en cuanto tiempo se recuperará su inversión, además ayuda medir la liquidez del proyecto así como el riesgo que corre al invertir en ello.

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión Inicia}}{\frac{\sum \text{Flujo Neto de Efectivo}}{\text{Años de Vida Útil del proyecto}}}$$

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{19000,00}{\frac{194812,89}{5}}$$

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{19000,00}{38962,58}$$

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = 0,48$$

El periodo de recuperación de la inversión será en 0,48 es decir al transformaren años, meses y días, tenemos que:

$$0 = 0 \text{ años}$$

$$0,48 = (12 \text{ meses}) * 0,48 = 5,76$$

Es decir 0,48 representa 5 meses,

$$0,76 = (30 \text{ días}) * 0,76 = 2,28$$

Es decir 0,76 representa 2 días

6.14 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno nos ayuda a medir y comparar la rentabilidad de las inversiones, se utiliza para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos, Mientras más alta sea la tasa del TIR más deseable será el proyecto para los inversionistas.

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 0,0948 + (0,1090 - 0,0948) \frac{115956,15}{115956,15 - 110935,48}$$

$$TIR = 0,0948 + (0,0142) \frac{115956,15}{5020,67}$$

$$TIR = 0,0948 + (0,0142) 23,10$$

$$TIR = 0,0948 + 0,32802$$

$$TIR = 0,42282$$

$$TIR = 42,28\%$$

El Valor del TIR nos demuestra que la empresa una rentabilidad del 42,28% al invertir en la misma.

6.15 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una herramienta importante al momento de realizar una inversión en un nuevo proyecto o en una empresa ya existente, éste nos permite visualizar rápidamente las ventajas así como las desventajas de una inversión

Existen tres escenarios para el análisis de sensibilidad estos son:

- **Escenario real**

El escenario real es el estado actual en el que se encuentra la empresa

- **Escenario Optimista**

Este escenario nos indica los beneficios si se logra más de lo que proyectamos

- **Escenario Pesimista**

Este escenario nos indica las desventajas que se tendría si el proyecto resulta un fracaso.

Tabla 73

Escenarios Análisis de Sensibilidad

ESCENARIOS ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD			
	REAL	OPTIMISTA	PESIMISTA
INGRESOS	87461,64	96207,80	78715,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12591,68	11332,52	13850,85
GASTOS DE VENTAS	633,78	570,40	697,16
GASTOS DE PRODUCCIÓN	27302,56	24572,30	30032,81
INVERSIÓN	19000	39289,92	39289,92
TMAR	9,48	10,43	8,532
VAN	115956,15	127551,77	104360,54
TASA BENEFICIO-COSTO	2,61	2,87	2,35
PRI	5 meses y 2 días	5 meses y 1 día	6 meses y 10 días
TIR	42,28	46,51	38,05

ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Flujo de Caja

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

Al realizar el estudio de mercado se pudo determinar que la empresa de elaboración de carne vegetariana si tiene aceptación en el mercado, ya que la mayoría de personas consumen comida rápida ya sea por el tiempo o por la cultura que se tiene en nuestra sociedad, este tipo de carne podrá sustituir a la carne animal brindando mayor cantidad de nutrientes y vitaminas, pues es un producto novedoso que ayuda a mejorar la salud de las personas y brinda las mismas cualidades de la carne animal evitando adquirir enfermedades que pueden causar la muerte,,

La creación de la empresa Soja Natural Meat, se demostró que es viable pues los índices financieros que se calculó en la elaboración del proyecto arrojaron datos favorables los cuales indican que con la creación de la empresa, si se obtendrán beneficios económicos los cuales incentivan la inversión en productos nuevos e innovadores,

AL crear la empresa tomando en cuenta todos los materiales, la maquinaria y el financiamiento adecuado se demostró que la empresa está correctamente estructurada para que su funcionamiento sea adecuado y se pueda elaborar los productos necesarios para satisfacer las necesidades de los consumidores en la cantidad y calidad correcta,

7.2 Recomendaciones

El realizar un estudio de mercado es importante para la creación de una empresa sin importar a que actividad se dedique, pues en este estudio nos demuestra si los consumidores están de acuerdo en adquirir el producto que se ofertará, Es necesario que se lo elabore con la mayor

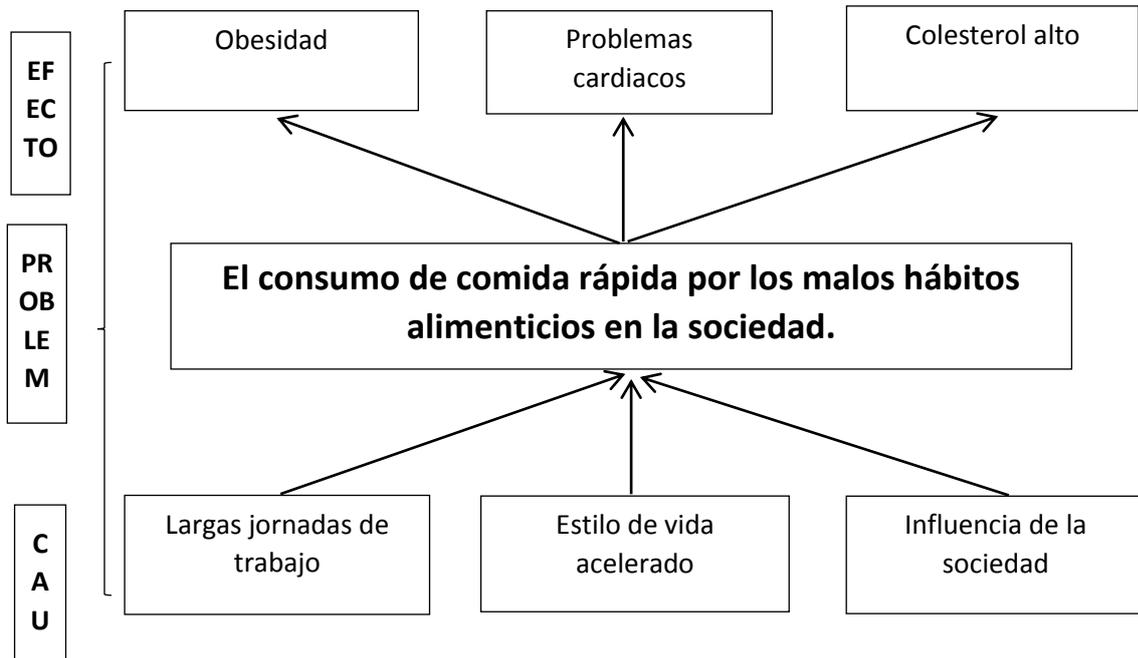
cantidad de información que se pueda obtener del entorno ya que de esta manera se podrán tomar las mejores decisiones para la puesta en marcha de la empresa,

Es importante tomar en cuenta la rentabilidad de una empresa que se va a crear, por lo tanto para saber si una empresa es o no rentable se debe conocer con la mayor certeza posible los datos financieros, para esto se debe analizar correctamente los valores que se obtiene de los estados financieros y los presupuestos que se realizan,

Para la organización de la empresa es muy importante que se tome en cuenta todos los factores que se necesitan para que su funcionamiento sea correcto y adecuado, y se debe conocer con claridad la materia prima necesaria, el número de personas que colaborarán en la empresa y las funciones de los colaboradores para elaborar productos de calidad y que cuiden la salud de los consumidores,

ANEXOS

Anexo N.- 01: Árbol de problemas



ELABORADO POR: Carolina Altamirano

FUENTE: Investigación directa

Anexo N.- 02 Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



OBJETIVO

- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de una empresa de carne vegetariana con sabor a cerdo.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente las preguntas.
- Responda lo más sinceramente posible.
- Conteste desde la primera pregunta.
- Elija una sola respuesta.

1.- ¿Si le ofrecen un tipo de carne vegetariana con sabor a cerdo usted la consumiría?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- Ni de Acuerdo ni Desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo

2.- ¿Con que frecuencia consumiría usted carne vegetariana?

- Diario
- Tres veces a la semana
- Fin de semana (sábado o domingo)

3.- ¿Cree usted que la carne vegetariana mejoraría la salud de las personas?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- Ni de Acuerdo ni Desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo

4.- ¿Por qué razones consumiría usted carne vegetariana?

- Salud
- Cambio de hábitos alimenticios
- Calidad

5.- ¿Considera que la carne vegetariana contiene proteínas importantes para su salud?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- Ni de Acuerdo ni Desacuerdo
- Desacuerdo

Totalmente en Desacuerdo

6,- ¿Piensa que la carne vegetariana podría sustituir a la carne animal?

Totalmente de Acuerdo

De Acuerdo

Ni de Acuerdo ni Desacuerdo

Desacuerdo

Totalmente en Desacuerdo

7,- ¿Cómo le gustaría que le ofrezcan este producto?

Kilos

Libras

8,- ¿Le gustaría que la presentación de este producto tenga información nutricional?

Totalmente de Acuerdo

De Acuerdo

Ni de Acuerdo ni Desacuerdo

Desacuerdo

Totalmente en Desacuerdo

9,- ¿Cómo le gustaría que se distribuya este producto?

Tiendas

Supermercados

Bajo pedido

10,- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una libra de carne vegetariana?

\$4,00

\$4,50

\$5,00

Gracias por su Colaboración

Referencias bibliográficas

- Aguado, J., & Hamoudi, H. (2014). *Guía para comprender la microeconomía*. Madrid, España: Pirámide.
- Alonso, L., Caamaño, M., Miño, L., Hernández, J. C., & Ballesteros, E. G. (2003). *Técnico en Gestión*. Madrid, España: CULTURAL, S.A.
- Baena Toro, D. (2012). *Análisis financiero Enfoque y proyecciones*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Bello Pérez, C. (2006). *Manual de Producción aplicado a las pyme*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Benjamín, E., & Fincowsky, F. (2009). *Organización de Empresas*. México, México: Mc Graw Hill.
- Bolet Astovisa, M., & Socarrás Suárez, M. M. (2010). Alimentación adecuada para mejorar la salud y evitar enfermedades crónicas. *Revista cubana de medicina general integral Scielo*.
- Chaves, O. A., Chyrikins, H., Dialecsandris, R. P., Pahlen Acuña, R. J., & Viegas, J. C. (2015). *Teoría Contable*. Córdoba, Buenos Aires: EDICIONES MACCHI.
- Fayol, H. (1916). *Administración industrial y general*. Buenos Aires, Argentina: El Ateneo.
- Fernández Sánchez, E., Avella Camarero, L., & Fernández Barcala, M. (2006). *Estrategias de producción*. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Ferrer, E., fonseca, O., Percedo, M. I., & Abeledo, M. A. (2010). La peste porcina clásica en las Américas y el Caribe. Actualidad y perspectivas de control y erradicación. *Revista de salud animal Scielo*.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *MERCADOTECNIA*. México, México: Mc Graw Hill/INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México D.F., México.
- Flasco. (2013). *Estudios Industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. (1ra edición). Recuperado de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/ESTUDIOS_INDUSTRIALES_MIPYMES.pdf.

- Galindo Cota, R. A. (2008). *Innovación de Productos desarrollo investigación y estrategias de mercado*. México, México: Trillas.
- Garza, B. (2013). *Estadística y Probabilidad*. Naucalpan de Juárez, México: PEARSON.
- Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly Jr, J., & Konopake, R. (2003). *Organizaciones comportamiento, estructura procesos*. México, México: Mc Graw Hill.
- Heizer, J., & Render, B. (2008). *Dirección de la producción*. Madrid, España: Pearson Educación S.A.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo 2010*. Ambato: INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo Poblacional 2010*. Ambato: INEC.
- Izquierdo Hernández, A., Armenteros Borrell, M., Lancés Cotilla, L., & Martín González, I. (2004). *Alimentación saludable. Revista cubana de enfermería Scielo*.
- Kotler, P. (2005). *Los 80 conceptos esenciales de Marketing*. Madrid, España: Pearso Educación S.A.
- Kotler, P., & AmstronN, G. (2012). *Marketing*. México, México: Pearson Educación S.A.
- Lima Suárez, S. J. (2012). *Marketin Empresarial Dirección como estrategia competitiva*. Bogotá, Colombia: Ediciones de l a U.
- Mesonero, M., & Alcaide, J. (2012). *Marketing Industrial*. Torrejón de Ardoz, España: ESIC.
- Moyano Fuentes, J., Bruque Cámara, S., Maquiera Marín, J. M., Fidalgo Bautista, F. Á., & Martínez Jurado, P. J. (2011). *Administración de Empresas un enfoque teórico práctico*. Madrid, España: Peaorson Education S.A.
- Münch, L. S., Sandoval, p., Torres, G., & Ricalde, E. (2012). *Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia*. México, México: Trillas S.A. de C.V.
- Münch, L., Osorio, J., & Vital, S. (2011). *Organización diseño de estructuras organizacionales de alto rendimeinto*. Mexico, Mexico: Trillas.
- Pino L., Á., Cedie G. , G., & Hirsch B., S. (2009). *Ingesta de alimentos de origen animas versus origen vegetal y riesgo cardiobascular. Scielo*.
- Romero López, Á. J. (2010). *Principios de Contabilidad*. México, México: Mc Graw Hill.
- Sarmiento R., R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito, Ecuador: Andinos S.A.

Valdez Rivera, S. (2011). *Diagnóstico de la empresa*. México, México: Editorial Trillas.

Valladares, L., Garrido, A., & Sierralta, W. (2012). Isoflavonas de soya y salud humana: cáncer de mama y sincronización de la pubertad. *Scielo*.

Varman, A., & Sutherland, J. (1995). *Carne y productos cárnicos. Tecnología química y microbiología*. Zaragoza, España: ACRIBIA S.A.

Vaughn, R. C. (1982). *Control de Calidad*. México, México: Limusa.