



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA
PRODUCCIÓN**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE SALCHICHAS
PICANTES A BASE DE CAMARÓN UBICADA EN EL SECTOR NORTE
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de tecnólogo en
administración industrial y de la producción.**

AUTORA: ANGIE LILIBETH CASTRO MACÍAS

DIRECTORA: ING. ANGELA MARÍA PIMBO BASTIDAS

QUITO, junio 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 28 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **CASTRO MACIAS ANGIE LILIBETH**, de la carrera de Administración Industrial y de la Producción, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE SALCHICHAS PICANTES A BASE DE CAMARÓN UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



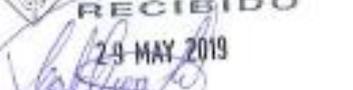
Ing. Ángela Pimbo
Tutor de Proyectos



Ing. Andrés Analuisa
Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
RECIBIDO
24 MAY 2019



Ing. Carla Guerra
Delegada Unidad de Titulación



Ing. Christian Guerrero
Director de Carrera

| CAMPUS 1 - MATRIZ | CAMPUS 2 - LOGROÑO | CAMPUS 3 - BRACAMOROS | CAMPUS 4 - BRASIL | CAMPUS 5 - YACUANI |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Av. de la Prensa 945-950 y Logroño Teléfono: 2255406 / 2255509 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pag.Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador | Calle Logroño Da 2-84 y Av. de la Prensa (seq.) Edif. Cordillera Teléfono: 2439443 / Fax: 2432849 | Bracamoros 915-163 y Yacuani (seq.) Tel.: 2252041 | Av. Brasil 945-45 y Zarora Tel.: 2246939 | Yacuani 042-36 y Bracamoros Tel.: 2249204 |

Declaratoria

Declaro que esta investigación es absolutamente auténtica y original, como también personal, ya que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Angie Lilibeth Castro Macias

C.I:1314719558

Licencia de uso no comercial

Yo, Angie Lilibeth Castro Macías portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1314719558 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción de salchichas picantes a base de camarón, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, Sector el Inca año 2018-2019**, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Angie Lilibeth Castro Macías

1314719558

Quito, 06/junio/2019

Agradecimiento

Agradezco en mi primer lugar a Dios por darme la dicha de la vida y permitirme llegar hasta donde estoy y seguir avanzando día a día.

Agradezco infinitamente a mi madre y a mi esposo por depositar su confianza en mí y siempre apoyarme de una manera u otra para lograr mi éxito profesional. Ellos son un pilar fundamental en mi vida.

Agradezco a los docentes del Instituto Tecnológico Superior “Cordillera” por el valioso aporte académico y humano que sembraron en mi vida

Agradezco de todo corazón a mi Tutora la Ing. Ángela Pimbo por su valioso aporte y guía para la realización de este proyecto

Dedicatoria

Dedico este proyecto especialmente a mi madre pues ella es mi principal motivación, para seguir adelante y no rendirme, a mi hermana para que siga adelante y jamás se rendirá y luche por sus sueños, a mi esposo por sus cariño y comprensión y apoyarme en las etapas más importantes de mi vida, a todos ellos quienes son parte de mi vida dedicado este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|----------------------------------------------|-------|
| Declaratoria | i |
| Licencia de Uso no Comercial | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Dedicatoria | iv |
| Índice General | v |
| Índice de Tablas | xi |
| Índice de Figuras | xiv |
| Índice de Anexos..... | xv |
| Resumen Ejecutivo..... | xvi |
| Abstract | xviii |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| 1. Introducción | 1 |
| 1.01 Justificación..... | 1 |
| 1.02 Antecedentes | 2 |
| CAPÍTULO II | 5 |
| 2. Análisis Situacional..... | 5 |
| 2.01 Ambiente Externo | 5 |
| 2.01.01 Factor Económico | 5 |
| 2.01.01.01 Inflación | 5 |
| 2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)..... | 7 |
| 2.01.01.03 Balanza Comercial | 9 |
| 2.01.01.04 Riesgo País | 10 |
| 2.01.01.05 Tasa de Interés..... | 11 |
| 2.01.01.05.01 Tasa de Interés Activa..... | 11 |
| 2.01.01.05.02 Tasa de Interés Pasiva | 12 |
| 2.01.02 Factor Social..... | 13 |

| | |
|------------------------------------------------------|----|
| 2.01.02.01 Crecimiento Poblacional | 13 |
| 2.01.02.02 Tasa de Desempleo | 14 |
| 01.02.03 Población Económicamente Activa (PEA) | 15 |
| 2.01.03 Factor Legal | 16 |
| 2.01.03.01 Requisitos | 16 |
| 2.01.04 Factor Tecnológico..... | 19 |
| 2.02 Entorno Local..... | 19 |
| 2.02.01 Clientes..... | 19 |
| 2.02.01.01 Clientes Internos | 20 |
| 2.02.01.02 Clientes Externos | 20 |
| 2.02.02 Proveedores | 20 |
| 2.02.03 Competidores | 21 |
| 2.03 Análisis FODA..... | 22 |
| 2.04 Propuesta Estratégica | 23 |
| 2.04.01 Misión | 24 |
| 2.04.02 Visión..... | 24 |
| 2.04.03 Objetivos | 24 |
| 2.04.03.01 Objetivo General | 24 |
| 2.04.03.02 Objetivos Específicos..... | 25 |
| 2.04.04 Principios o Valores | 25 |
| 2.04.04.01 Principios | 25 |
| 2.04.04.02 Valores | 26 |
| 2.04.05 Gestión Administrativa | 26 |
| 2.04.05.01 Planificación..... | 26 |
| 2.04.05.02 Organización | 28 |
| 2.04.05.03 Organigrama Estructural | 28 |
| 2.04.05.04 Perfil y Funciones | 28 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.04.05.05 Dirección | 30 |
| 2.04.05.06 Controlar | 31 |
| 2.04.06.01 Flujograma de Procesos | 32 |
| 2.04.07 Gestión Comercial..... | 32 |
| 2.04.07.01 Producto | 32 |
| 2.04.07.02 Precio | 33 |
| 2.04.07.03 Plaza | 33 |
| 2.04.07.04 Promoción | 34 |
| 2.04.07.05 Logotipo | 34 |
| 2.04.07.06 Papelería Corporativa..... | 36 |
| 2.04.07.07 Material P.O.P..... | 36 |
| CAPÍTULO III..... | 38 |
| 3. Estudio de Mercado..... | 38 |
| 3.01 Análisis del Consumidor..... | 38 |
| 3.01.01 Determinación de la Población y Muestra | 39 |
| 3.01.01.01 Población..... | 39 |
| 3.01.01.02 Tamaño del Universo | 39 |
| 3.01.01.03 Muestra..... | 40 |
| 3.01.01.04 Formulación de la Muestra..... | 40 |
| 3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información..... | 40 |
| 3.01.02.01 Encuesta | 40 |
| 3.01.02.02 Entrevista..... | 41 |
| 3.01.02.03 Cuestionario | 41 |
| 3.01.02.04 Focus Group..... | 41 |
| 3.01.02.01 Modelo de Encuesta | 42 |
| 3.01.03 Análisis de la Información | 44 |
| 3.02 Oferta..... | 56 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| 3.02.01 Oferta Histórica..... | 56 |
| 3.02.02 Oferta Actual..... | 56 |
| 3.02.03 Oferta Proyectada..... | 57 |
| 3.03 Productos Sustitutos..... | 57 |
| 3.03.01 Oferta Histórica del Producto Sustitutos..... | 58 |
| 3.03.02 Oferta Actual del Producto Sustituto..... | 58 |
| 3.03.03 Oferta Proyectada del Producto Sustituto..... | 59 |
| 3.04 Demanda..... | 59 |
| 3.04.01 Demanda Histórica..... | 59 |
| 3.04.02 Demanda Actual..... | 60 |
| 3.04.03 Demanda Proyectada..... | 60 |
| 3.05 Balance Oferta-Demanda..... | 61 |
| 3.05.01 Balance Actual..... | 61 |
| 3.05.02 Balance Proyectado..... | 61 |
| CAPÍTULO IV..... | 63 |
| 4. Estudio Técnico..... | 63 |
| 4.01 Tamaño del Proyecto..... | 63 |
| 4.01.01 Capacidad Instalada..... | 63 |
| 4.01.02 Capacidad Óptima..... | 64 |
| 4.02 Localización..... | 65 |
| 4.02.01 Macro Localización..... | 65 |
| 4.02.02 Micro Localización..... | 66 |
| 4.02.03 Localización Óptima..... | 66 |
| 4.03 Ingeniería del Producto..... | 68 |
| 4.03.01 Definición del Bien..... | 68 |
| 4.03.02 Distribución de Planta..... | 68 |
| 4.03.02.01 Código de Cercanía..... | 69 |

| | |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| 4.03.02.02 Razones de Cercanía | 69 |
| 4.03.02.03 Matriz Triangular | 70 |
| 4.03.03 Proceso Productivo | 75 |
| 4.03.04 Maquinaria y Equipos | 77 |
| CAPÍTULO V | 80 |
| 5. Estudio Financiero | 80 |
| 5.01 Ingresos | 80 |
| 5.01.01 Ingresos Operacionales | 80 |
| 5.01.02 Ingresos no Operacionales | 81 |
| 5.02 Costos..... | 81 |
| 5.02.01 Costos Directos | 81 |
| 5.02.02 Costos Indirectos | 82 |
| 5.02.03 Gastos Administrativos | 82 |
| 5.02.04 Gastos de Ventas | 83 |
| 5.02.05 Gastos Financieros | 84 |
| 5.02.06 Costos Fijos..... | 85 |
| 5.02.06 Costos Variables | 85 |
| 5.03 Inversiones | 86 |
| 5.03.01 Inversión Fija | 86 |
| 5.03.02 Activos Fijos | 87 |
| 5.03.03 Activos Nominales (Diferidos) | 87 |
| 5.03.04 Capital de trabajo | 88 |
| 5.03.05 Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos | 89 |
| 5.03.06 Amortización de Financiamiento | 90 |
| 5.03.07 Depreciaciones | 90 |
| 5.03.08 Estado de Situación Inicial..... | 91 |
| 5.03.09 Estado de Resultados..... | 91 |

| | |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| 5.03.10 Flujo de Caja | 92 |
| 5.04 Evaluación Financiera | 93 |
| 5.04.01 Tasa de Descuento | 93 |
| 5.04.02 VAN | 94 |
| 5.04.03 TIR | 94 |
| 5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión) | 95 |
| 5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio) | 96 |
| 5.04.06 Punto de Equilibrio | 96 |
| 5.04.07 Analisis de Índices Financieros..... | 98 |
| 5.04.07.01 Rentabilidad Sobre el Patrimonio (R.O.E)..... | 98 |
| 5.04.07.02 Rentabilidad Sobre Activos (R.O.A) | 99 |
| 5.04.07.03 Rentabilidad Sobre la Inversión R.O.I | 99 |
| CAPÍTULO VI..... | 100 |
| 6. Analisis de Impactos | 100 |
| 6.01 Impacto Ambiental..... | 100 |
| 6.02 Impacto Económico | 101 |
| 6.03 Impacto Productivo | 101 |
| 6.04 Impacto Social..... | 102 |
| CAPÍTULO VII | 103 |
| 7. Conclusiones y Recomendaciones | 103 |
| 7.01 Conclusiones | 103 |
| 7.02 Recomendaciones..... | 104 |
| Bibliografía | 105 |
| Anexos | 111 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Inflación | 6 |
| Tabla 2 Producto Interno Bruto (PIB)..... | 7 |
| Tabla 3 PIB Sectorial | 8 |
| Tabla 4 Balanza Comercial | 9 |
| Tabla 5 Riesgo País..... | 10 |
| Tabla 6 Tasa de Interés Activa..... | 11 |
| Tabla 7 Tasa de Interés Pasiva | 12 |
| Tabla 8 Población de Pichincha | 13 |
| Tabla 9 Población de Quito..... | 13 |
| Tabla 10 Tabla Crecimiento Poblacional del Cantón San Isidro del Inca | 14 |
| Tabla 11 Tasa de Desempleo DMQ..... | 14 |
| Tabla 12 Población por Edades de la Parroquia de San Isidro del Inca..... | 15 |
| Tabla 13 PEA San Isidro del Inca | 16 |
| Tabla 14 Proveedores..... | 20 |
| Tabla 15 Competidores Directos..... | 21 |
| Tabla 16 Competidores Indirectos | 21 |
| Tabla 17 Análisis FODA..... | 22 |
| Tabla 18 Planificación..... | 27 |
| Tabla 19 Manual de Funciones Propietaria..... | 28 |
| Tabla 20 Manual de Funciones Secretaria (Recepcionista) | 29 |
| Tabla 21 Manual de Funciones Operarios | 29 |
| Tabla 22 Manual de Funciones vendedor | 30 |
| Tabla 23 Tabla de Segmentación de Mercado | 39 |
| Tabla 24 Universo | 39 |
| Tabla 25 Género..... | 44 |
| Tabla 26 Actividad Económica..... | 45 |
| Tabla 27 Consumo | 46 |
| Tabla 28 Alérgicos | 47 |
| Tabla 29 Consumo de Mariscos | 48 |
| Tabla 30 Consumo de Embutidos | 49 |
| Tabla 31 Aceptación del Producto | 50 |
| Tabla 32 Lugares de Compra | 51 |

| | |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 33 Características Observadas al Momento de Compra | 52 |
| Tabla 34 Satisfacción con la Competencia | 53 |
| Tabla 35 Precios | 54 |
| Tabla 36 Medios a Enterarse del Producto | 55 |
| Tabla 37 Oferta Histórica..... | 56 |
| Tabla 38 Oferta Actual..... | 56 |
| Tabla 39 Oferta Proyectada..... | 57 |
| Tabla 40 Oferta Histórica del Producto Sustituto | 58 |
| Tabla 41 Oferta Actual del Producto Sustituto | 58 |
| Tabla 42 Oferta Proyectada del Producto Sustituto | 59 |
| Tabla 43 Demanda Histórica..... | 59 |
| Tabla 44 Demanda Actual..... | 60 |
| Tabla 45 Demanda Proyectada..... | 60 |
| Tabla 46 Balance Actual | 61 |
| Tabla 47 Balance Proyectado | 61 |
| Tabla 48 Capacidad Instalada | 63 |
| Tabla 49 Capacidad Optima..... | 64 |
| Tabla 50 Macro Localización..... | 65 |
| Tabla 51 Localización Optima | 67 |
| Tabla 52 Distribución de Planta | 68 |
| Tabla 53 Códigos de Cercanía | 69 |
| Tabla 54 Razones de Cercanía | 69 |
| Tabla 55 Descripción del Proceso Productivo | 76 |
| Tabla 56 Maquinarias..... | 77 |
| Tabla 57 Equipos y Herramientas | 78 |
| Tabla 58 Menaje de Planta..... | 78 |
| Tabla 59 Muebles y Enseres | 78 |
| Tabla 60 Equipos de Computación | 79 |
| Tabla 61 Equipos de Oficina..... | 79 |
| Tabla 62 Ingresos Operacionales | 80 |
| Tabla 63 Costo Directos..... | 81 |
| Tabla 64 Costos Indirectos..... | 82 |
| Tabla 65 Gastos Administrativos | 83 |
| Tabla 66 Gastos de Ventas..... | 83 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 67 Gastos Financieros | 84 |
| Tabla 68 Costos Fijos..... | 85 |
| Tabla 69 Costos Variables | 85 |
| Tabla 70 Inversión Fija | 86 |
| Tabla 71 Activos Fijos | 87 |
| Tabla 72 Activos Nominales..... | 87 |
| Tabla 73 Capital de Trabajo..... | 88 |
| Tabla 74 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos..... | 89 |
| Tabla 75 Amortización Francesa | 90 |
| Tabla 76 Tabla de Amortización Francesa..... | 90 |
| Tabla 77 Depreciaciones | 90 |
| Tabla 78 Estado de Situación Inicial..... | 91 |
| Tabla 79 Estado de Resultados | 92 |
| Tabla 80 Flujo de Caja | 93 |
| Tabla 81 Tasa de Descuento | 93 |
| Tabla 82 VAN (Valor Actual Neto)..... | 94 |
| Tabla 83 TIR (Tasa Interna de Retorno) | 94 |
| Tabla 84 Periodo de Recuperación | 95 |
| Tabla 85 Periodo de Recuperación a Valores Corrientes y Actualizados..... | 95 |
| Tabla 86 RBC (Relación Costo Beneficio)..... | 96 |
| Tabla 87 Punto de Equilibrio | 97 |
| Tabla 88 R.O.E..... | 98 |
| Tabla 89 R.O.A | 99 |
| Tabla 90 R.O.I..... | 99 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 Inflación..... | 6 |
| Figura 2 Producto Interno Bruto (PIB) | 7 |
| Figura 3 Riesgo País | 10 |
| Figura 4 Organigrama Estructural..... | 28 |
| Figura 5 Flujograma de proceso..... | 32 |
| Figura 6 Camarón con Cascara..... | 33 |
| Figura 7 Embutido | 33 |
| Figura 8 Camaron Desvenado..... | 33 |
| Figura 9 Cocción y Enfriamiento | 33 |
| Figura 10 Molido | 33 |
| Figura 11 Salchicha de Camarón | 33 |
| Figura 12 Género..... | 44 |
| Figura 13 Actividad Económica..... | 45 |
| Figura 14 Consumo | 46 |
| Figura 15 Alérgicos..... | 47 |
| Figura 16 Frecuencia de Consumo..... | 48 |
| Figura 17 Frecuencia de consumo..... | 49 |
| Figura 18 Aceptación del Producto..... | 50 |
| Figura 19 Lugares de Compra..... | 51 |
| Figura 20 Características Observadas al Momento de Compra..... | 52 |
| Figura 21 Satisfacción con la Competencia | 53 |
| Figura 22 Precios | 54 |
| Figura 23 Medios a Enterarse del Producto | 55 |
| Figura 24 Mapa de Quito | 65 |
| Figura 25 Sector El Inca..... | 66 |
| Figura 26 Matriz Triangular..... | 70 |
| Figura 27 Distribución de Planta..... | 70 |
| Figura 28 Proceso Productivo | 75 |
| Figura 29 Grafico Punto de Equilibrio..... | 97 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|-----------------------------------------------------|-----|
| Anexo 1. Encuesta..... | 111 |
| Anexo 2. EPP 8(Equipo de Protección Personal) | 112 |
| Anexo 3. LUAE | 113 |

Resumen Ejecutivo

La elaboración del presente proyecto de titulación se basa en un estudio de factibilidad para la implementación de un microempresa dedicada a la producción de salchichas picantes a base de camarón ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, Sector el Inca.

El esquema del presente estudio de factibilidad será la siguiente:

La primera parte es el sustento para la elaboración del proyecto pues este se realiza a través de la justificación de la investigación que es la base para la elaboración del presente proyecto.

En el inciso II se abarcan el factor interno y externo de la empresa, y también factores económicos los cuales ayudan a conocer la factibilidad del proyecto a través de estos indicadores es decir se puede saber a qué factores macroeconómicos y microeconómicos se enfrentara la empresa. También hablaremos de la razón de ser de la empresa y como serán encaminados los colaboradores a través de distintos departamentos

En el estudio de mercado se determinaran oferta y demanda del producto a ser comercializado.

El estudio técnico en el cual se determinara la capacidad de producción de la empresa y donde será ubicada la misma, esto se realizara en base a estudios de macro y micro localización, se tendrá la descripción del proceso productivo y maquinarias y equipos involucrados en el mismo.

El estudio financiero del proyecto en el cual se determinarían costos y gastos relacionados al proceso productivo para así poder determinar la factibilidad del mismo y ponerlo en marcha.

Se realizará el análisis de impactos que estarán directamente relacionados con la implementación del proyecto.

Y como parte final del proyecto se tendrán las conclusiones y recomendaciones en la realización del mismo.

Abstract

The development of this diploma project is based on a feasibility study for the implementation of a micro-enterprise dedicated to the production of sausages, spicy base of shrimp located in the Metropolitan District of Quito, Sector el Inca.

The outline of this feasibility study will be the following:

The first part is the basis for the development of the project as this is done through justification of the research that is the basis for the development of this project.

In subsection II include the internal factor and external of the company, and also economic factors which help to know the feasibility of the project through these indicators is you can know what factors, macroeconomic and microeconomic face of the company. We will also talk about the *raison d'être* of the company and will be routed to the employees through different departments

In the market study to determine supply and demand for the product to be marketed.

The technical study which will determine the production capacity of the company and where it will be located the same, this is done on the basis of studies of micro- and macro-location, it will have the description of the production process, and machineries and equipment are involved in the same.

The financial study of the project in which to determine costs and expenses related to the production process in order to determine the feasibility of the same and put it in gear

Conduct the analysis of impacts that will be directly related to the implementation of the project.

And as a final part of the project will be the conclusions and recommendations in the implementation of the same.

CAPÍTULO I

1. Introducción

En el mundo actual la industria alimenticia ha ido avanzando a pasos agigantados es por es q hoy en se presenta cada vez nuevos productos que aportan muchos beneficios a nuestra salud.

Con la elaboración de salchichas de camarón pretendo evolucionar el mercado y la industria alimenticia pues el camarón aporta muchos beneficios a nuestra salud.

La salchicha de camarón es un producto innovador y nuevo en el mercado el cual busca posicionarse a través de distintas estrategia de marketing y degustaciones a los distintos consumidores pues se pretende abarcar restaurantes, hoteles, y todos los lugares en los cuales se pueda implementar el consumo del mismo.

El embutido de camarón será elaborado conservando todas las propiedades alimenticias del camarón es decir el embutidos será producido sin ningún tipo de saborizantes ni colorante artificial contando con un servicio de manufactura 100% garantizado y un gran margen sanitario.

1.01Justificación

La producción de embutidos de camarón es un producto innovador y rentable en el mercado pues el mismo será un producto nuevo para el consumo de las distintas empresas y demás locales comerciales donde se ofrecerá En la actualidad la mayoría de personas solo consumen embutidos a base de carnes rojas tales como res, cerdo y

carnes blancas tales como pollo debido a esto surgió la idea de presentar al mercado una salchicha hecha a base de camarón.

Diversos estudios han demostrado que los consumidores de embutidos están acostumbrado a los embutidos producidos con carnes rojas y blancas es por esto que nace el emprendimiento de la producción de una salchicha de camarón, ya que el camarón es bajo en grasa, bajo en calorías y contiene un alto nivel de proteínas y vitaminas D y B12.

La empresa pretende elaborar la producción de la salchicha de camarón bajo pedidos y en masa pudiendo así satisfacer las necesidades de consumo del cliente tanto local y nacional.

Con la producción de salchicha de camarón se pretende que el consumir reemplace el consumo de los embutidos producidos en base a carnes rojas y blancas por el consumo de un producto más natural y nutritivo como lo es y será la salchicha de camarón.

1.02 Antecedentes

“La denominación “salchicha” que, etimológicamente, viene de la palabra latina “salsicius”, designa indiscutiblemente carne picada salada. En latín, el adjetivo “salsus” significa “salado”.

“Señalamos además que en francés “salchicha” se escribe “saucisse” y por otra parte, los italianos y los portugueses utilizan los términos “salsiccia” y “salsicha”.”

“Los embutidos nos han acompañado desde el origen de la humanidad, cuando los primeros hombres cortaban la carne en tiras y la secaban al sol para conservarla más tiempo.” (Martinez Sanchez , 2017)

El mismo autor sigue mencionando:

El origen de los embutidos, ¿cuál es? Seguro que más de una vez se han preguntado cómo surgieron algunos platos o alimentos que hoy en día forman parte de nuestra dieta cotidiana. El azar a la hora de mezclar ingredientes, el empeño por conseguir nuevos sabores o la necesidad de prolongar la vida de los alimentos explican su origen. Éste último es el caso de los embutidos. Desde la Prehistoria, el hombre cortaba la carne en tiras finas y las secaba al sol. Con el descubrimiento del fuego y el uso de la sal las posibilidades de conservación aumentaron. La carne y sus derivados se podían ahumar, cocer y preservar durante mucho más tiempo. Hace miles de años se pusieron las bases para una industria, la de los embutidos, que no ha parado de crecer y alegrar los paladares de los consumidores hasta nuestros días.

De todos es sabido que el descubrimiento del fuego (hace unos 790.000 años, en el Paleolítico Inferior) fue un gran avance en la historia de la Humanidad. También en la conservación de los alimentos, ya que podían someter la carne a procesos de ahumado y de cocción. Pero más revolucionaria si cabe fue la utilización de la sal (Año 2670 antes de Cristo), un producto ligado a la elaboración de los embutidos y las salazones. La sal es un conservante de primer orden por actuar.

La elaboración de los embutidos evolucionó como un esfuerzo para ahorrar y conservar la carne que no podía ser consumida fresca. En la era del Imperio Romano se preparaban salchichas y embutidos con fines rituales y los consumían en fiestas relacionadas con la fertilidad y el paganismo como por ejemplo el botulus, un embutido parecido a la morcilla y el salchichón. (Elma, 2011)

Se cita el mismo autor:

Aún y todo, no se conoce con exactitud cuándo se empezaron a preparar por primera vez pero los siguientes datos pueden resultar curiosos:

En la Odisea de Homero, que según los datos más fiables fue escrita en el siglo VIII a.C. en los asentamientos que Grecia tenía en la costa oeste de Asia Menor (actual Turquía asiática), se nombra la tripa rellena con sangre y grasa, la cual podía asarse al fuego.

O en la comedia Los Caballeros (424 a.C.) del famoso comediante griego Aristófanes (Atenas, 444 a.C.-385 a. C) se mencionan los embutidos y el adobado de pieles.

A partir de la Edad Media, la producción de los embutidos cobra un auge debido a que las familias empezaron a criar cerdos en sus hogares para matarlos una vez llegado el invierno y conservar su carne –como sustento- para la época de frío. Durante la matanza, se aseguraban de aprovechar todas sus partes para hacer los embutidos. Particularmente, los españoles, hicieron de estas preparaciones sus aliados predilectos para elaborar platos

de gran carga calórica en el invierno con el fin de tener la energía suficiente para soportar el frío y hacer sus labores en el campo. Con la Revolución Industrial los procesos de embutir carnes se modernizaron hasta llegar a la versión que conocemos hoy. (Alvarez, 2017)

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

“El análisis situacional es observar rápidamente el medio ambiente interno y externo de la organización para identificar consecuencias potenciales y prácticas de la investigación.” (Naghi Namakforoosh, 2005, pág. 64)

2.01 Ambiente Externo

“El término ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño.” (Robbins & Coulter , 2005, pág. 64)

2.01.01 Factor Económico

“Son aquellas variables que afecta el poder adquisitivo de los clientes y a los costes de capital para la organización, a través de los diferentes ciclos económicos locales, nacionales e internacionales.” (Villacorta Tilve , 2010, pág. 34)

2.01.01.01 Inflación

“Es el crecimiento sostenido en el nivel de precios. Se caracteriza porque el aumento es generalizado y además persistente en el tiempo; en esencia es una baja en el valor del dinero debido alza de los precios.” (Astudillo Moya , págs. 90-91)

Tabla 1
Inflación

| Año | % |
|----------------|-------|
| Diciembre 2016 | 1.12 |
| Diciembre 2017 | -0.20 |
| Diciembre 2018 | 0.27 |
| Marzo 2019 | 0.16 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Angie Castro

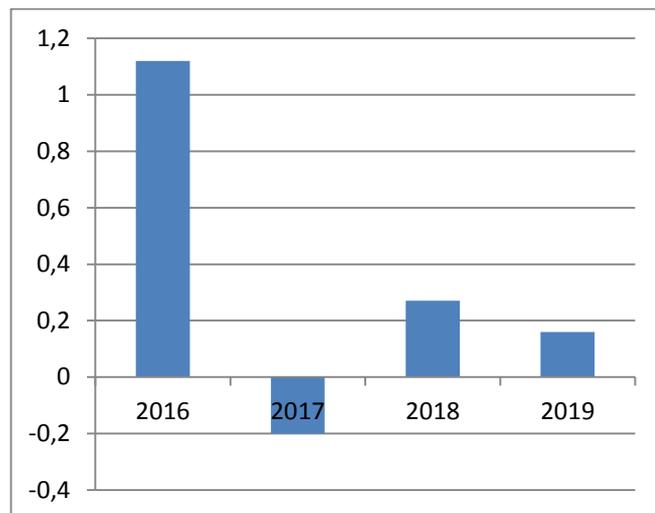


Figura 1 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Se puede evidenciar que las tasa de inflación del país han estado un poco inestables pues el año 2018 termino con inflación del 0,27% en comparación al año 2017 pues dicho año termino con una deflación del -0,20%. lo cual indica que el precio de producto de primera necesidad se encuentra en un límite accesible para la compra y consumo de bienes de primera necesidad, lo cual beneficia al proyecto porque las familias cuentan con poder adquisitivo, generando ventas y generando así estabilidad al emprendimiento en mención.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

“Es el valor el mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en el interior de un país, en un determinado periodo.” (Astudillo Moya , pág. 90)

Tabla 2

Producto Interno Bruto (PIB)

| Año | USD | % t/t-4 constante |
|-----------------|------------|-------------------|
| Diciembre 2016 | 17.470.434 | 0.8 |
| Diciembre 2017 | 17.952.383 | 2.8 |
| Septiembre 2018 | 18.064.196 | 1.4 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Angie Castro

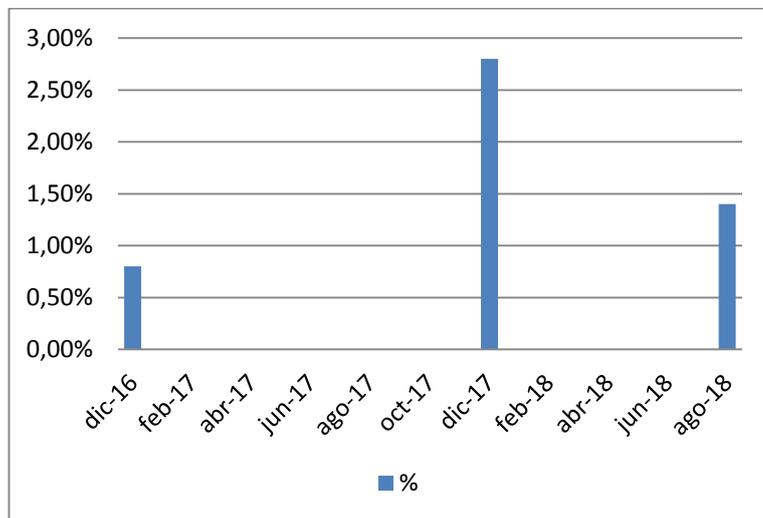


Figura 2 Producto Interno Bruto (PIB)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En el PIB se puede evidenciar que existe un porcentaje de variación para el año 2017 del 2.8%, pero para el año 2018 no se cuenta con datos actualizados se muestra el índice de variación del PIB hasta el tercer trimestre del año, dicho porcentaje es del 1.4% por medio de esta investigación se pudo evidenciar que existe una disminución de la producción de bienes y servicios finales en el país lo cual afecta al proyecto al no existir crecimiento de la producción nacional.

Tabla 3
 PIB Sectorial

| Sector (actividad) | Variación 2016 | Variación 2017 | Variación 2018 |
|----------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Refinación de petróleo | 27.4 | 9.5 | 3.1 |
| Actividad de servicios financieros | -1.2 | 3.8 | 5.0 |
| Suministros de electricidad y agua | 0.5 | 9.6 | 6.9 |
| Correo y comunicación | -0.8 | 1.1 | 6.4 |
| Comercio | -4.0 | 5.4 | 0.55 |
| Pesca (excepto camarón) | 3.5 | 3.5 | -7.0 |
| Alojamiento y servicio de comida | -0.6 | 5.8 | 7.5 |
| Acuicultura y pesca de camarón | 8.2 | 15.9 | 16.7 |
| Actividades profesionales | -2.1 | 1.1 | 0.3 |
| Transporte | 1.3 | 0.1 | 2.2 |
| Servicios domésticos | 8.6 | 1.6 | -1.4 |
| Agricultura | -0.2 | 4.4 | 3.5 |
| Manufacturera (exp. refinación de petróleo) | -2.6 | 3.1 | 1.9 |
| Enseñanza y servicios sociales y de salud | 0.5 | 7.9 | 4.2 |
| Administración pública y defensa | 2.7 | -4.7 | -1.2 |
| Otros servicios | -2.2 | 31.4 | 1.2 |
| Petróleo y minas | 1.5 | 2.8 | -5.2 |
| Construcción | -5.8 | -4.4 | -0.4 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Al realizar la tabla del PIB sectorial se pudo identificar como campo de aplicación del proyecto al sector industrial de manufactura la variación para el año 2017 fue del 3.1% en comparación del año 2018 la cual tuvo una disminución de 1.9%, se pudo notar que existe una baja en este sector productivo lo cual afecta directamente a este proyecto pues las industrias manufactureras y el proyecto en mención haría parte de este sector productivo.

2.01.01.03 Balanza Comercial

“La balanza comercial es la diferencia entre exportaciones de mercancías e importaciones de mercancías.” (Astudillo Moya , pág. 138)

Tabla 4
Balanza Comercial

| | Ene – Nov 2016 | Ene – Nov 2017 | Ene – Nov 2018 |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Balanza comercial- total | 1.160,3 | 24.5 | -514.8 |
| Bal. Comercial – Petrolera | 2.682,9 | 3.317,7 | 4.192,7 |
| Bal. Comercial – No petrolera | -1.522,6 | -3.347,2 | -4.707,5 |
| Valor Unit. Barril petróleo | 34.1 | 44.8 | 61.8 |

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborador por: Angie Castro

Análisis:

En la evolución de exportaciones no petroleras de la balanza comercial se puede evidenciar un decremento significativo pues en el año 2017 se tuvo en déficit del - 3.347,2 y para el año 2018 se mantuvo aun el déficit con -4.707,5 es decir la evolución de la exportaciones no petroleras van en des aumento lo mismo que afectaría al proyecto por tenerse a las exportaciones no petroleras lo cual evidencia

que exportar el producto a fabricarse sería muy complejo al presentarse un déficit en este sector.

2.01.01.04 Riesgo País

“El riesgo del país es el también conocido como riesgo soberano. Consiste en el riesgo que es a fin a todas las inversiones que se realizan sobre un mismo territorio nacional.”

Tabla 5
Riesgo País

| Año | Puntos (riesgo país) | % |
|-------------|----------------------------|--------|
| 31-ene-2016 | 1509 | 1,28% |
| 31-ene-2017 | 590 | 1,20% |
| 31-ene-2018 | 442 | -2,43% |
| 31-ene-2019 | 690 | -1,85% |

Fuente: Ambito.com

Elaborado por: Angie Castro

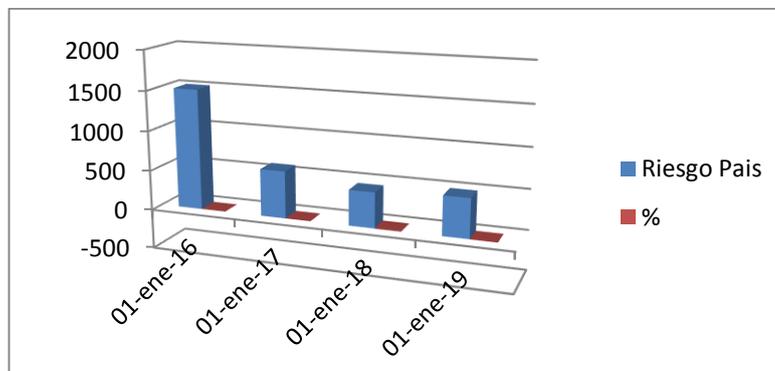


Figura 3 Riesgo País

Fuente: Ambito.com

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En el análisis del riesgo país se notó que para enero del año 2017 los puntos del riesgo país fueron de 590, en comparación de enero del 2018 se presentó una disminución con 442 puntos al riesgo por lo que se puede decir que hubo una disminución durante este periodo. Para el año actual el riesgo país se encuentra en

690 puntos este da a notar que el país no cuenta con inversión extranjera, lo cual afecta al proyecto porque al no existir interés extranjero en invertir en el país no se interesaran en conocer emprendimientos como lo es la producción de salchicha de camarón es decir el producto no será conocido fuera del país.

2.01.01.05 Tasa de Interés

El interés es el alquiler o rédito que se conviene pagar, en una unidad de tiempo convencionalmente estipulada. Este puede ser por años, semestres, trimestres, bimestres o días. La tasa de interés se expresan en tanto por ciento, lo cual significa que por cada 100 unidades de dinero prestado o invertido se pagaran o recibirán como interés i unidades al final de cada periodo. (Cabeza de Vergara & Castrillon Cifuentes , 2014, pág. 4)

2.01.01.05.01 Tasa de Interés Activa

Mientras que la tasa de interés activa es lo opuesto a la pasiva. A razón de que, como definimos, todo activo representa un bien, tangible o intangible, que se utiliza para obtener algún tipo de beneficio. Por lo que, cada vez que una institución financiera emite una deuda a alguien entonces recibe el beneficio de la tasa de interés que tiene que pagar dicha persona o empresa durante el período del préstamo. (Ortiz Gonzalez , 2014)

Tabla 6
Tasa de Interés Activa

| Tasas de Interés | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------|----------------|
| enero - 2019 | | | |
| 1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO | | | |
| Tasas Referenciales | | Tasas Máximas | |
| Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento: | % anual | Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento: | % anual |
| Productivo Corporativo | 9.06 | Productivo Corporativo | 9.33 |
| Productivo Empresarial | 9.49 | Productivo Empresarial | 10.21 |
| Productivo PYMES | 8.79 | Productivo PYMES | 11.83 |
| Comercial Ordinario | 8.11 | Comercial Ordinario | 11.83 |
| Comercial Prioritario Corporativo | 7.99 | Comercial Prioritario Corporativo | 9.33 |
| Comercial Prioritario Empresarial | 9.63 | Comercial Prioritario Empresarial | 10.21 |
| Comercial Prioritario PYMES | 9.70 | Comercial Prioritario PYMES | 11.83 |
| Consumo Ordinario | 16.27 | Consumo Ordinario | 17.30 |
| Consumo Prioritario | 16.09 | Consumo Prioritario | 17.30 |
| Educativo | 9.49 | Educativo | 9.50 |
| Inmobiliario | 9.55 | Inmobiliario | 11.33 |
| Vivienda de Interés Público | 4.78 | Vivienda de Interés Público | 4.99 |
| Microcrédito Minorista ¹ | 25.96 | Microcrédito Minorista* | 28.50 |
| Microcrédito de Acumulación Simple ¹ | 22.64 | Microcrédito de Acumulación Simple* | 25.50 |
| Microcrédito de Acumulación Ampliada ¹ | 19.21 | Microcrédito de Acumulación Ampliada* | 23.50 |
| Inversión Pública | 8.46 | Inversión Pública | 9.33 |

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

La tasa activa será centrada en el área de productivo PYMES, pues se realizara una pequeña inversión para la puesta en marcha del proyecto, al realizar la tasa comparativa entre el Banco Pichincha y el Banco Produbanco se investigó que los 2 bancos muestran una tasa de interés para créditos para Pymes del 11,83%, seria decisión de la persona a realizar la inversión.

2.01.01.05.02 Tasa de Interés Pasiva

“La tasa de interés pasiva, desde el punto de vista de una institución financiera, representa los compromisos de inversión que asume por parte de sus clientes”. (Ortiz Gonzalez , 2014)

Tabla 7
Tasa de Interés Pasiva

| 4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO | | | |
|---------------------------------------------------------------|---------|---------------------|---------|
| Tasas Referenciales | % anual | Tasas Referenciales | % anual |
| Plazo 30-60 | 4.10 | Plazo 121-180 | 5.72 |
| Plazo 61-90 | 4.34 | Plazo 181-360 | 6.37 |
| Plazo 91-120 | 5.35 | Plazo 361 y más | 7.66 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Los ahorros de la empresa serán depositados a corto plazo es decir en un máximo de 30 a 60 días en este tiempo se recibirá una tasa de interés del 4,10% anual por esta razón los clientes deciden invertir en mejorar la infraestructura o en otro negocio.

2.01.02 Factor Social

“Representará las fuerzas que operan en el interior de la sociedad, afectando las actitudes, intereses y opiniones de las personas, influyendo de esta manera en sus decisiones de compra”. (Villacorta Tilve , 2010, pág. 34)

2.01.02.01 Crecimiento Poblacional

“La demografía es la ciencia cuyo objeto es el estudio de las poblaciones humanas y que trata de sus dimensiones, estructura, evolución y caracteres generales, considerados principalmente desde un punto de vista cuántico.” (Ramon Escolano , 2016, pág. 12)

Tabla 8
Población de Pichincha

| Ciudad | Población 2019 |
|-----------|----------------|
| Pichincha | 3.712,200 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Elaborador por: Angie Castro

Tabla 9
Población de Quito

| Ciudad | Año | Nº de habitantes | Tasa de crecimiento |
|--------|------|------------------|---------------------|
| Quito | 2019 | 2.735,987 | 2,18% |
| | 2020 | 2.975,632 | 2,18% |
| | 2021 | 3.040,501 | 2,18% |
| | 2022 | 3.106,784 | 2,18,% |
| | 2023 | 3.174,512 | 2,18% |
| | 2024 | 3.243,716 | 2,18% |

Fuente: La hora

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 10
Crecimiento Poblacional del Cantón San Isidro del Inca

| Cantón | Año | Nº de habitantes | Tasa de crecimiento |
|---------------------|------|------------------|---------------------|
| San Isidro del Inca | 2019 | 101.181 | 7,30% |
| | 2020 | 108.567 | 7% |
| | 2021 | 116.167 | 7% |
| | 2022 | 124.299 | 7% |
| | 2023 | 133.000 | 7% |
| | 2024 | 142.310 | 7% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El índice del crecimiento de la parroquia de San Isidro del Inca para el año 2019 es de 7,30% lo cual determina un número de habitantes del 101.181, pero los próximos 5 años tuvo un decremento del 0,30%, es decir, la tasa de crecimiento se mantendrá hasta el año 2024 en 7,00%; esto no afecta directamente al proyecto pues el decremento en la tasa de crecimiento no es tan significativo.

2.01.02.02 Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo, también conocida como tasa de paro, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa. En otras palabras, es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar población activa no tiene puesto de trabajo. (Vazquez Burguillo , 2016, pág. 56)

Tabla 11
Tasa de Desempleo DMQ

| Año | Tasa de desempleo |
|------|-------------------|
| 2016 | 5,2% |
| 2017 | 8,7% |
| 2018 | 7,8% |

Fuente: El Universo

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En el Distrito Metropolitano de Quito se puede evidenciar que la tasa de desempleo de los últimos años hay ido en aumento, pero para el año 2018 hubo una disminución presentado un porcentaje de tasa de desempleo de 7,8% muestra según datos estadísticas nacional de Quito, cuenta con la tasa desempleo más alta del país lo cual es una ventaja para el proyecto pues al disminuirse los índices de desempleo la familias tendrán poder adquisitivo y podrán comprar nuevo e innovadores productos, apoyando así a este empresa en su crecimiento económico.

01.02.03 Población Económicamente Activa (PEA)

“Se denomina población económicamente activa a todas las personas que están en edad de trabajar, independientemente de que tengan o no empleo.” (Astudillo Moya , 2012, pág. 91)

Tabla 12
Población por Edades de la Parroquia de San Isidro del Inca

| Grupo de edades | Población |
|-----------------|-----------|
| 20-24 | 9.653 |
| 25-29 | 9.926 |
| 30-34 | 8.843 |
| 35-39 | 7.862 |
| 40-44 | 6.425 |
| 45-49 | 6.020 |
| 50-54 | 4.442 |
| 55-60 | 2.621 |
| 61-65 | 2.277 |
| 65-69 | 1.538 |
| 70-74 | 6981 |
| Total | 60.588 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Se puede evidenciar que en la población por edades las personas que cuentan con poder adquisitivo es a partir de los 20 años hasta los 74 años lo cual beneficia a este proyecto porque se tiene una población de 60.588 personas en edad de trabajar.

Tabla 13
PEA San Isidro del Inca

| PEA | PEI |
|------------------|------------------|
| 60588 Habitantes | 40593 Habitantes |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Angie Castro

2.01.03 Factor Legal

El otro papel del gobierno es restringir y regular los negocios. Todo gerente de esta rodeado de una maraña de leyes, reglamentos y jurisprudencia, no sólo a nivel nacional sino también estatal y municipal. Es relativamente poco lo que puede hacer el gerente de cualquier empresa que no esté en cierta forma relacionado y con frecuencia, controlado por una ley o norma. Numerosas leyes y normas son necesarias, aunque muchas se vuelven obsoletas. Pero representan un ambiente complejo para todos los administradores. Se espera que conozcan las restricciones y requisitos legales aplicables a sus acciones. Por lo tanto, es comprensible que los administradores de toda clase de organizaciones, en especial en los negocios y en el gobierno, tengan cerca de ellos un experto legal para tomar decisiones. (Aduara, 2014)

2.01.03.01 Requisitos

Para constituir una empresa como persona natural en Ecuador existente los siguientes requisitos:

Registro Único de Contribuyente RUC

- Copia y Original de cédula de ciudadanía.
- Copia y Original de Papeleta de Votación. Copia y original de factura, planilla o comprobante de pago de un servicio básico.

Requisitos para sacar la patente:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.

- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Licencia Única de Actividades Económicas

- Formulario de Solicitud LUAE
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística
- Copia de RUC
- Copia de cédula del representante legal
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal
- Copia del nombramiento del representante legal
- Autorización del dueño si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada.
- Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones
- Acceda al link: Portal de Servicios Ciudadanos

Registro Sanitario otorgado por el ARSCA

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC actualizado del establecimiento.
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Copia certificada o notariada del nombramiento del Representante Legal.
- Copia certificada o notariada del título del profesional responsable (Ing. En Alimentos – Bioquímico o Químico Farmacéutico de Alimentos) debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública.
- Lista de productos con registro sanitario y sus proveedores.
- Copia del certificado de capacitación en Higiene y Manipulación de Alimentos.
- Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud.
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito).

Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección.
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario.
- Copia de RUC.
- Copia del permiso del año anterior.
- Copia de la patente municipal.

- Copia de cédula y papeleta de votación.

Permiso de medio ambiente

- Certificado de Intersección con el SNAP, BP y PFE.
- Solicitud de la aprobación de los TDR.
- Solicitud de la aprobación del EIA (Estudio de Impacto Ambiental) y PMA (Plan de Manejo Ambiental).
- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

2.01.04 Factor Tecnológico

Un recurso tecnológico, por lo tanto, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual). (Perez Porto & Merino, 2013)

Análisis:

Se adquirirán las máquinas para el proceso productivo las cuales facilitaran el tiempo de producción y se evitara tiempos muertos de lotes de producción y ayudara a mantener los estándares de calidad y estrategia JUST ON TIME.

2.02 Entorno Local

2.02.01 Clientes

Es la persona que utiliza los servicios de un profesional o una empresa. (Sanchez , 2012, pág. 338).

2.02.01.01 Clientes Internos

Los clientes internos son las personas que se encuentran directamente relacionados con la empresa, lo cual con ellos se llegara a cumplir objetivos y metas por puestas por la misma; y con cada uno de ellos cumplirá un rol importante en cada una de las áreas de la empresa.

2.02.01.02 Clientes Externos

Es toda persona natural o jurídica que van a adquirir el producto ofertado y de esa manera se lograr posicionarse en el mercado y se tendrá una rentabilidad para la empresa y se podrá contar con clientes fidelizados.

2.02.02 Proveedores

“Empresas o profesionales que proporcionan productos o suministros, es decir bienes o servicios”. (Lacalle Garcia , 2014, pág. 52)

Tabla 14
Proveedores

| Proveedores | Ubicación | Producto |
|-------------------|---------------------------|---------------------|
| Sr. Iván Zambrano | Los Pinos y Av. 6 de Dic. | Camarón |
| Alitecno S.A | Av. Galo Plaza Lasso | Tripa |
| Aditmaq | Vicente Duque | Aditivos |
| Sr. Carlos Flores | Machala | Camarón |
| Carlex Cía. Ltda. | Av. De la prensa | Etiquetas |
| Alitecno S.A | Av. Galo Plaza Lasso | Material de empaque |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los proveedores son personas naturales o jurídicas quienes van a entregar la Materia Prima (MP) cumpliendo con altos estándares de calidad, con ellos se tendrá un poder de negociación, el mismo que será basado en el pago semanal a los mismo, pues estos pagos se realizaran de la manera antes mencionada para mantener una buena relación con nuestros distintos proveedores.

2.02.03 Competidores

Tabla 15

Competidores Directos

| Establecimiento | Producto |
|-----------------|----------------------|
| Mariskos Maka | Salchicha de camarón |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Al presentarse poca o casi nula competencia directa en la producción de embutidos de camarón favorece al proyecto de salchichas picantes a base camarón pues no habrá competencia que afecte directamente lo cual es beneficioso y se podrá explotar el mercado con el producto.

Tabla 16

Competidores Indirectos

| Establecimiento | Producto |
|-----------------|---------------------------|
| Juris | Salchicha de Carne, Pollo |
| Don Diego | Salchicha de Carne, Pollo |
| Plumrose | Salchicha de Carne, Pollo |
| Grupo Oro | Salchicha de Carne, Pollo |
| La Europea | Salchicha de Carne, Pollo |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Al realizar la investigación de campo de competidores indirectos se evidenció que existen algunas empresas dedicadas a la producción de salchichas a base de carne, lo cual afecta directamente al proyecto pues el mercado local está acostumbrado al consumo del producto antes mencionado, para competir con estas empresas se realizaran distintas estrategias de marketing tales como, precio competitivo ante salchichas de carne, explotar mercado local.

2.03 Análisis FODA

“El análisis Foda es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental.” (Zambrano Barrios , 2007, pág. 84)

Tabla 17
Análisis FODA

| Oportunidades | Amenazas |
|----------------------------|-------------------------------|
| 1. Producto innovador | 1) Competencias múltiples de |
| 2. Posibles alianzas | fabricación de embutidos |
| estrategias con empresa | 2) Inestabilidad económica |
| de embutidos de carne | 3) Costos altos por nuevos |
| 3. Fácil acceso de insumos | impuestos |
| en el mercado | 4) No contar con los permisos |
| 4. Costos bajos de materia | necesarios para la |
| prima | implementación de la |
| | empresa. |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Al realizar en análisis de oportunidades y amenazas se determinó que la inexistencia de competencia directa hacia el producto a realizársela es baja pues actualmente no existen empresas dedicadas a la producción de embutidos de camarón al mismo tiempo puede ser una amenaza pues al ser un nuevo producto no se cuenta con datos acertados de la acogida del nuevo producto o de algún producto similar, también no poder conseguir los permisos necesarios para la implementación del proyecto es un amenaza potencial pues en la actualidad existen controles muy rigurosos hacia empresas dedicadas a la producción de comidas y sus derivados; para identificar la fiabilidad del consumo del producto se explotara el mercado local siendo pioneros en la producción de salchichas de camarón. Además una amenaza potencial es que el producto no es conocido lo cual afecta directamente al proyecto.

2.04 Propuesta Estratégica

“La planificación estratégica es un proceso de decisión que lleva acabo la dirección y con el que se pretende que la empresa este permanentemente adaptada al entorno de la manera más adecuada.” (Rodriguez Ardura, 2011, pág. 57)

Análisis:

La propuesta estratégica será basada en lograr insertar el producto en el mercado analizando las múltiples competencias que existen en el mercado, y realizando distintas estrategias marketing para lograr posicionar el producto en el mercado, contando con personal capacitado y comprometido en el lograr los objetivos de la empresa.

2.04.01 Misión

“La misión es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente.” (Lacalle , Caldas , & Carrion , 2012, pág. 19)

Nutricamaron es una empresa dedicada a la producción de salchichas picantes a base de camarón, busca posicionarse en el mercado logrando así ganar clientela que consuman el producto, cumpliendo con don de servicio y altos estándares de calidad, cumpliendo con la valores como respeto, puntualidad, solidaridad.

2.04.02 Visión

“El punto de comienzo para articular la jerarquía de metas de una empresa es la misión de una compañía, que podemos definir como la declaración que determina donde queremos llegar en un futuro.” (Martinez Pedros & Milla Gutierrez, 2012, pág. 21)

Nutricamaron busca ser líder para el año 2024 en la producción de salchichas de camarón y generar nuevos productos a base de la materia prima principal, contando con personal capacitado y comprometido con la empresa; generando así buenas referencias entre la demanda adquirida.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

Ser líderes en la producción de salchichas picantes de camarón, para posicionarse así en el mercado local, generando estrategias para las distintas áreas de la empresa, y alianzas con empresa existentes de salchichas de camarón para así lograr rentabilidad en la empresa.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Elaborar flujos de producción de la empresa.
- Calcular principales indicadores del proyecto.
- Calcular la demanda potencial del proyecto
- Incentivar la personal para que realizan todas sus funciones con responsabilidad.

2.04.04 Principios o Valores

2.04.04.01 Principios

- **Calidad:** máxima calidad y seguridad de productos de la materia prima así como de todas las fases de producción y los ingredientes que se añaden al mismo se certifica que se de excelente calidad.
- **Servicio:** el servicio a los clientes debe ser siempre a lo que se dé más importancia se desea conseguir a todo momento una satisfacción del 100%.
- **La rapidez en el servicio,** el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.
- **Limpieza:** siempre se controlara que haya limpieza en todos los procesos desde la recepción de materia prima hasta la fase final del producto.
- **Trabajo en equipo:** se debe colaborar con todos los compañeros, no debe existir individualismo.
- **Transparencia:** todos los procesos y procedimientos que serán realizados de forma clara, efectiva y verificable.
- **Equidad:** otorgar a cada persona de la empresa el derecho que le corresponde.

2.04.04.02 Valores

- **Respeto:** Todos/as los colaboradores de la empresa serán tratados de la misma manera haciendo valer sus opiniones y respetando todas las políticas y normativas de la empresa.
- **Creatividad:** en forma permanente buscar y mejorar ideas y formas para los procesos y así poder buscar un mejor beneficio para la empresa.
- **Honestidad:** Actuar con transparencia en cada una de las funciones asignadas haciendo buen uso de recursos humanos y materiales.
- **Solidaridad:** generar compañerismo y colaboración para así poder cumplir con la misión de nuestra empresa.
- **Puntualidad:** en nuestra empresa se debe mantener puntualidad en todos los sentidos desde la hora de entrada de nuestros trabajadores, se debe cumplir con los tiempos estimados de la línea de producción y también a la entrega de la producción la hacía cumplir con la estrategia JUST ON TIME (justo a tiempo).

2.04.05 Gestión Administrativa

“Toda empresa necesita en su funcionamiento diario, ya sea por exigencias legales o por propia organización interna, llevar a cabo una serie de procesos que se reflejan en la documentación administrativa.” (Caldas Blanco , Carrion Herrauez, & Heras Fernandez , 2017, pág. 242)

2.04.05.01 Planificación

“Históricamente la planificación se ha descrito como un proceso que emana desde arriba hacia abajo, de manera que la alta dirección formula los planes y da las instrucciones a los demás para su puesta en práctica.” (Fernandez, 2010, págs. 4-5)

Tabla 18
Planificación

| Actividad | Lun. | Mar. | Mier. | Jue. | Vier. | Sab. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-------|------|-------|------|
| Control de personal e inducción de objetivos de la semana. | X | X | X | X | X | X |
| Recepción de M.P de todos los proveedores. | X | | | | | |
| Sesión con clientes. | X | | | X | | |
| Planificación de la producción semanal. | X | | | | | |
| Planificación de ventas. | X | | | | | |
| Realizar degustaciones del producto. | | X | | | | |
| Realizar visitas a distintas plazas del mercado. | | | X | | | |
| Verificación y control de ventas. | | | | X | X | |
| Verificación de buen uso de máquinas y utensilios. | | | X | X | | |
| Verificar y validar que se estén cumpliendo con todos las políticas de calidad en el proceso productivo. | | | X | X | | |
| Realizar llamadas telefónicas a nuestros clientes realizando ofertas. | | | X | | | |
| Visitas a clientes y verificaciones de pagos de transferencias. | | | | X | | |
| Pago a proveedores. | | | | | X | |
| Verificación y validación de objetivos semanales y charla motivacional a nuestro personal. | | | | | X | |
| Publicaciones en redes sociales de los productos y procesos para dar a conocer el producto | | | | | X | X |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la planificación semanal se realizara controles minuciosas de personal esto ayudara a que todas las personas de la empresa están comprometidas con la planificación de producción y cumplir con la proyección de ventas semanales; nuestros procesos y productos se publicados y dados a conocer a través de redes sociales, dichas publicaciones se realizaran los fines de semana.

2.04.05.02 Organización

“Una organización es un grupo de personas que realiza sus actividades de forma coordinada para lograr sus objetivos en común.” (Fernandez, 2010, pág. 5)

2.04.05.03 Organigrama Estructural

“Muestran las unidades orgánicas que conforman el sistema organizacional.”

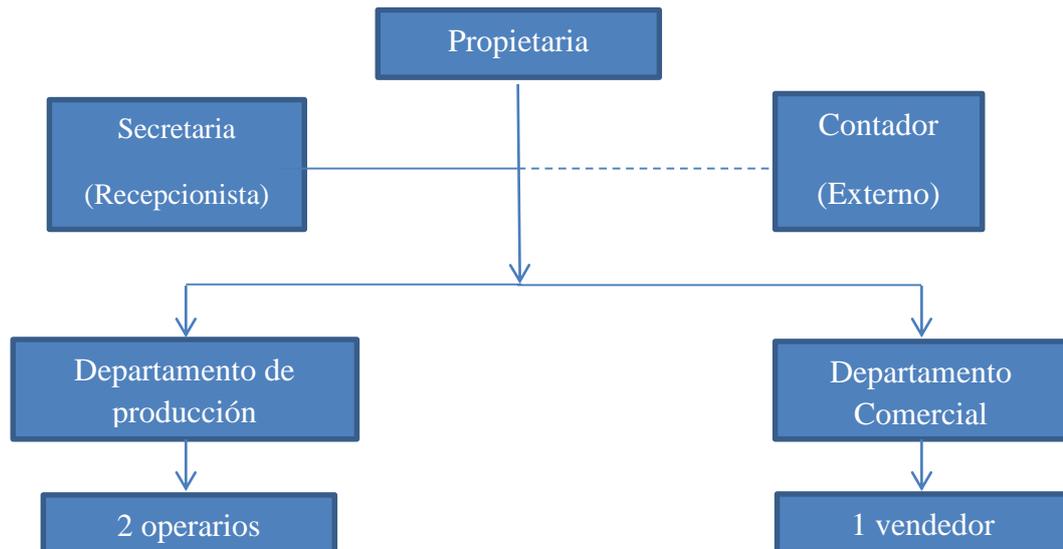


Figura 4 Organigrama Estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

2.04.05.04 Perfil y Funciones

Tabla 19

Manual de Funciones Propietaria

| | |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cargo: | Propietario |
| Requisitos: | Edad: entre 24 y 36 años Sexo: Indistinto Estudios superiores de administración de empresas o afines |

Funciones:

- Hacer cumplir misión, visión, objetivos, políticas, valores y procesos de la empresa.
- Conciliar productos de calidad con proveedores.
- Garantizar calidad en servicio.
- Velar por el buen funcionamiento de la empresa.
- Llevar las cuentas.
- Seguimiento clientes satisfechos e insatisfechos.
- Buen trato con colaboradores de la empresa.
- Investigación de campo para comprobar satisfacción de clientes.
- Seguimiento de proceso y procedimientos.
- Garantizar calidad del producto en todas las etapas de producción.
- Verificar y validar la inocuidad de la salchicha.

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Angie Castro

Tabla 20

Manual de Funciones Secretaria (Recepcionista)

| Cargo: | Secretaria (Recepcionista) |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Requisitos: | <ul style="list-style-type: none"> • Edad: entre 22 y 28 años • Sexo: femenino • Estudios superiores en secretariado general. • 2 años de experiencias en cargos similares. • Pensamiento crítico. |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> • Atender y contestar llamadas ya sean de clientes o proveedores. • Tener al día registro y controles. • Atender visitas realizadas a la planta de producción. • Absoluta confidencialidad con datos de la empresa. • Ayudar a la propietaria a ponerse al día en algunos pendientes |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 21

Manual de Funciones Operarios

| Cargo: | Operarios |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Requisitos: | Edad: entre 18 y 32 años Sexo: Masculino. Experiencia mínima de 3 años en planta de alimentos |
| Funciones: | <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con todos los proceso y procedimiento de producción • Cumplir normas BMP • Cumplir normativas técnicas establecidas • Garantizar calidad e inocuidad en el proceso • Llenar registro diarios asignados |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 22
Manual de Funciones vendedor

| | |
|--------|----------|
| Cargo: | Vendedor |
|--------|----------|

| | |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Requisitos: | Edad: entre 18 y 30 años Estudios superiores en Administración de Empresas o afines |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|

Funciones:

- Establecer buen trato y comunicación con los clientes.
- Conocer el proceso productivo.
- Asesoramiento y dar a conocer el producto a los clientes.
- Comunicación activa con la recepcionista
- Administrar su territorio de ventas.
- Realizar llamadas telefónicas a los clientes para saber su satisfacción al recibir el producto.
- Garantizar fidelidad del cliente.
- Retroalimentar a la empresa e informar sobre las ventas.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

2.04.05.05 Dirección

Dirigir una organización consiste en orientar la actuación de cada individuo para hacerle converger con los demás, eliminando o reduciendo lo que se ha denominado variabilidad espontánea de la conducta individual. Para ello, debe crearse una cultura y valores compartidos, comunicar los objetivos a los empleados y motivarlos para que logren un desempeño excelente. (Fernandez, 2010, pág. 5)

Análisis:

El direccionamiento de la empresa estará a cargo del gerente general el cual se encargará de dirigir al personal y direccionarlo para que el mismo se sienta comprometido y motivado dentro de la empresa para así lograr todas las funciones y procesos de la empresa para posicionar la empresa en el mercado y obtener

estabilidad del proyecto y crecimiento económico en el futuro y un buen posicionamiento en el mercado.

2.04.05.06 Controlar

“El control consiste en evaluar el desempeño de una organización y adoptar las medidas correctivas necesarias.” (Fernandez, 2010, pág. 5)

Análisis:

El control en la empresa será realizado desde que ingresar la materia prima, la misma que será monitoreada a través de las rutas de transporte de proveedores, para garantizar estándares de calidad en proceso productivo el mismo que será monitoreado por medio de controles y registros diarios para garantizar la inocuidad del producto a distribuirse.

2.04.06 Gestión Operativa

La dirección de operaciones se debe ocupar de la administración eficiente de los recursos necesarios para la producción y/o prestación de servicios, lo que convierte a esta función empresarial en el pilar fundamental de la competitividad empresarial, ya que es una gestión eficiente e integrada de todas las operaciones de la empresa tiene un reflejo inmediato en la cuenta de resultados. (Martin Gomez , Dopacio , & Masa Lorenzo, 2014, pág. 11)

2.04.06.01 Flujograma de Procesos

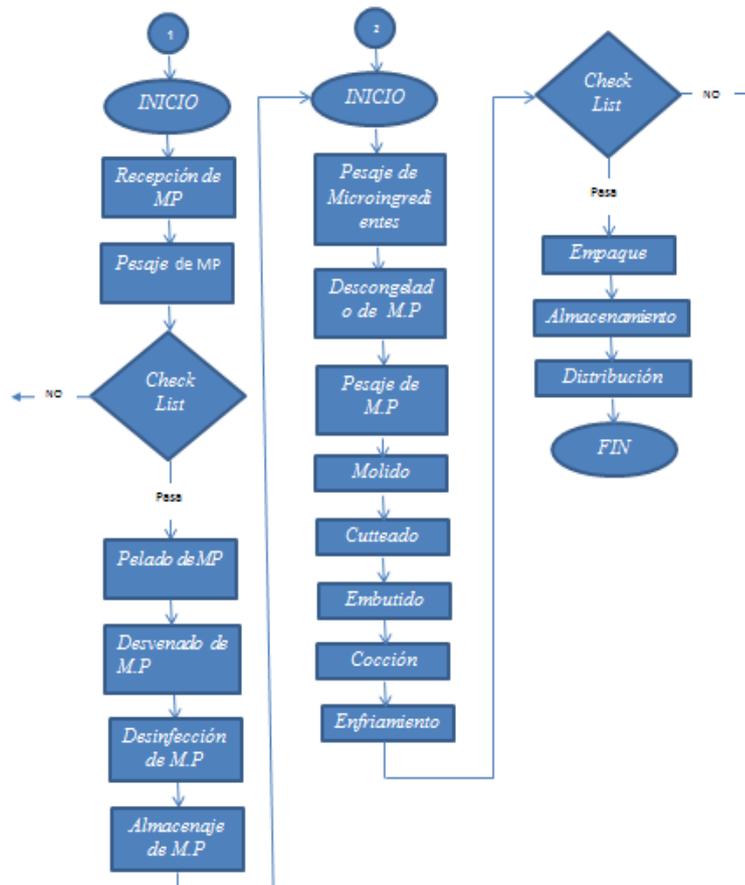


Figura 5: Flujograma de proceso
Elaborado por: Angie Castro
Fuente: Investigación Propia

2.04.07 Gestión Comercial

“Se encarga de identificar y planear lo que se va a producir.” (Sangri Coral , 2014, pág. 8)

2.04.07.01 Producto

“Es el satisfactor que debe llegar al cliente, en el momento preciso y en el lugar adecuado, además de llenar los requerimientos que solicito.” (Sangri Coral , 2014, pág. 15)



Figura 6 Camarón con Cascara
Fuente: Internet



Figura 7 Embutido
Fuente: Internet



Figura 8 Camarón Desvenado
Fuente: Internet



Figura 9 Cocción y Enfriamiento
Fuente: Internet



Figura 10 Molido
Fuente: Internet



Figura 11 Salchicha de Camarón
Fuente: Internet

2.04.07.02 Precio

“Es el valor que se le asigna al producto.” (Sangri Coral , 2014, pág. 15)

Análisis:

El precio se establecerá de acuerdo a mano de obra, materia prima, costos indirectos de fabricación y la competencia, con estos ítems se podrá tener un precio accesible para el consumidor final.

2.04.07.03 Plaza

“La Plaza o distribución es otra de las famosas P’s de la mezcla de mercadeo y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen.” (Velasquez Vargas , 2015)

Análisis:

La empresa estará ubicada en el sector el Inca en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, en las Av. El Inca y Av. 6 de Diciembre, también la plaza será distribuida a tiendas, tercerna, supermercados, entre otros.

2.04.07.04 Promoción

Es la forma de comunicar e informar al futuro consumidor acerca del lugar de distribución (Sangri Coral , 2014, pág. 24)

Análisis:

El producto será promocionado a través de redes sociales tales como Facebook, Instagram, volanteo y degustaciones del producto en la planta de proceso del mismo.

Volantes



2.04.07.05 Logotipo



Significado de Colores:

Anaranjado

Este color transmite vitalidad, movimiento, disminuye la fatiga, original, fresca. El color naranja es muy buen color para negocios nuevos, el mismo es de carácter estimulante y relaciona con productos comestibles.

Azul:

El azul es un color, que se asocia al cielo, al mar, a la frescura y al verano. Es un buen color para sectores del mar.

Negro:

El color negro representa seriedad, lujo, lo desconocido, misterio, tradición, fuerza, poder, estabilidad.

Este color contrata bien con otros colores ya sea de acompañamiento o fondo.

Rojo:

Este color representa vitalidad, acción, fuerza, juventud, energía, pasión, calidez. Es un buen color para asociarlo con productos alimenticios y al hambre; por lo general es un color que todos los campos funcionan bien.

Slogan:

Nutrición para tu vida

2.04.07.06 Papelería Corporativa

Carpeta



Hojas membretadas



Tarjeta de presentación



Esferos



2.04.07.07 Material P.O.P

Camiseta



Gorras



Jarro



Toma todo



CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

La investigación de mercado es el proceso de recogida, análisis e interpretación de información acerca del mercado. Antes de exponer la forma de realizar la investigación de mercado, vamos a detenernos a pensar que toda empresa necesita esta información acerca del mercado. (Vertice, 2008, pág. 85)

3.01 Análisis del Consumidor

El análisis y la comprensión del comportamiento del consumidor es parte imprescindible del trabajo previo que permite adaptar la oferta de la empresa a las necesidades y deseos de los consumidores. El estudio de comportamiento de los consumidores no solo va a permitir a la empresa aplicar el concepto de marketing sino que puede significarle una verdadera oportunidad de marketing especialmente ahora dada la actual fragmentación y ritmo de cambio de la sociedad. (Lopez Belbeze, 2008, pág. 35)

Objetivo del Estudio de Mercado

Determinar la demanda futura para el consumo de embutidos picantes a base de camarón

Objetivos Específicos del Estudio de Mercado

- Determinar la demanda de la demanda insatisfecha en el consumo de embutidos de carnes.
- Identificar los gustos y preferencias de consumo.
- Conocer la viabilidad de producto en el mercado.
- Establecer la rentabilidad del producto.

Segmentación del mercado

La segmentación es la identificación de un grupo de consumidores que presumiblemente se comporten de un modo similar ante determinado producto o servicio. El mercado está integrado por consumidores. Estos tienen distintos deseos, poder de compra, localización geográfica, actitudes y prácticas de compra. Cualquiera de estas variables puede utilizarse para caracterizar un segmento de mercado, que se define como aquella parte del mercado que se compone de consumidores homogéneos, o sea que tienen perfiles similares. (Dvoskin, 2004, pág. 100)

Tabla 23
Tabla de Segmentación de Mercado

| Características Geográficas | Características Demográficas | Características psicográficas |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Provincia: Pichincha | Género: Indistinto | Estos hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, aficiones y valores de los consumidores |
| Cantón: Quito | Población: PEA | |
| Parroquia: San Isidro del Inca | Nacionalidad: | |
| Localidad: El Inca N34-48 y Av. 6 de Diciembre | Indistinta | |
| | Nivel Socio Económico: Nivel medio bajo, medio alto y alto | |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01 Población

“Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar”. (Fuentelsaz Gallego, Icart Isem, & Pulpon Segura, 2006, pág. 55).

3.01.01.02 Tamaño del Universo

Tabla 24
Universo

| Universo | N.º |
|-----------------------------------------------|-----------|
| Población de Quito | 2.735,987 |
| Población de la parroquia San Isidro del Inca | 101.181 |
| PEA | 60.588 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
Elaborado por: Angie Castro

3.01.01.03 Muestra

“La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarían es un subconjunto de la población.” (Fuentelsaz Gallego , Icart Isem , & Pulpon Segura , 2006, pág. 55)

3.01.01.04 Formulación de la Muestra

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

| | | |
|---------------|------------------|----------------------------------------|
| Nomenclatura: | N= | Tamaño De La Muestra |
| | N= | Población O Universo |
| | P= | Posibilidad De Éxito (50%) |
| | Q= | Posibilidad De Fracaso (50%) |
| | E ² = | Margen De Error (5%) ² |
| | Z ² = | Nivel De Confianza (1.96) ² |

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

$$N = \frac{60588 * 0,50 * 0,50 * 1,96^2}{(60588-1)0,05^2 + 0,50 * 0,50 * 1,96^2}$$

$$N = 382$$

3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información

3.01.02.01 Encuesta

“La encuesta es sin duda la metodología de investigación más usada en ciencias sociales y en el funcionamiento habitual de los gobiernos los cuales se apoyan en la

información recogida de la encuesta para realizar las estadísticas.” (Alvira Martin , 2011, pág. Portada)

3.01.02.02 Entrevista

Una entrevista es un procedimiento mediante el que un entrevistador o encuestador realiza un conjunto de preguntas a un sujeto, pudiendo este conjunto de preguntas bien estar totalmente definido de forma previa a la realización de la entrevista o bien estar definido en mayor o menor grado, aunque siempre orientado hacia la obtención de información o más o menos detallada sobre un tema relacionado con el entrevistado con su entorno. (Navas Ara, 2016)

3.01.02.03 Cuestionario

“Un cuestionario es un conjunto articulado y coherente de preguntas redactas en un documento para obtener información necesario para poder realizar la investigación que se requiere.” (Abascal & Idelfonfonso Grande, 2005, pág. 26)

3.01.02.04 Focus Group

Algunos autores consideran como una especie de entrevistas grupales. Estas últimas consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (3 a 10 personas), en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales”. (Sampieri Fernandez , 2006, pág. 605)

3.01.02.01 Modelo de Encuesta

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION DE SALCHICHAS PICANTES A BASE DE CAMARON

Datos Generales:

Género: M.... F....

Edad:

Actividad Económica: Si..... No.....

1. ¿Consume usted mariscos?

SI..... NO.....

2. ¿Usted es alérgico(a) a los mariscos?

SI..... NO.....

3. ¿Con que frecuencia consume usted mariscos?

Semanal..... Quincenal..... Mensual..... Semestral

4. ¿Con que frecuencia compra usted embutidos?

Diario Semanal..... Quincenal..... Mensual.....

5. ¿Le gustaría comprar un embutido picante a base de camarón?

SI..... NO.....

6. ¿En qué lugar habitualmente compra usted embutidos?

Supermercados..... Tiendas..... Tercenas..... Mercados.....

7. ¿Qué características observa usted al momento de comprar embutidos?

Precio..... Calidad..... Sabor..... Empaque..... Marca.....

8. ¿Usted está satisfecho con el producto de embutidos que ofrecen actualmente otras empresas?

SI..... NO.....

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por presentaciones de 200g de embutidos picantes de camarón:

De 0,75 ctvs. A \$1.....

De \$1,00 a \$1,60.....

De \$1,60 a \$2,50.....

10. ¿Por qué medio le gustaría informarse y saber más de la producción de salchichas picantes a base de camarón?

AMIGOS..... FAMILIARES..... REDES SOCIALES..... FERIAS.....
TRIPTICOS.....

3.01.03 Análisis de la Información

Género

Tabla 25

Género

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Masculino | 239 | 63.50% |
| Femenino | 143 | 37.50% |
| Total | 382 | 100.00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

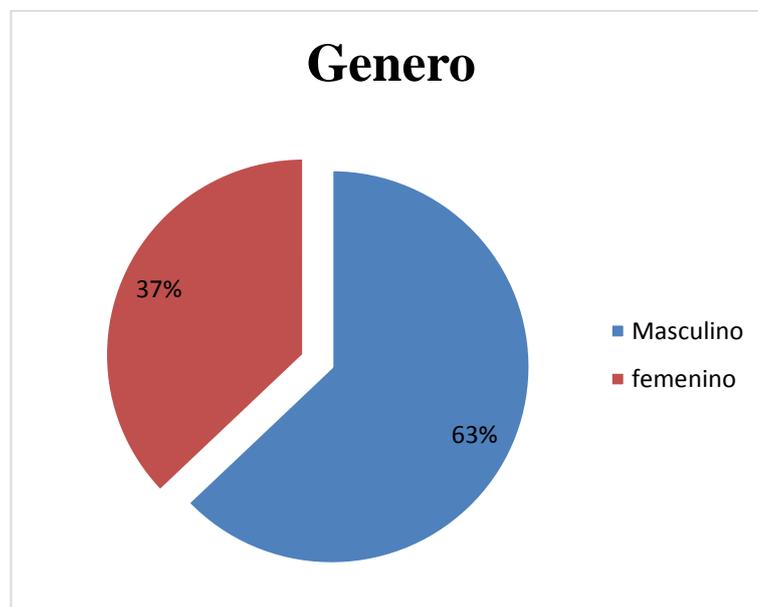


Figura 12 Género

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El 63,00% de los encuestados fueron del género masculino y el 37% restante pertenecientes al género femenino.

Actividad Económica

Tabla 26

Actividad Económica

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 287 | 75,00% |
| No | 95 | 25% |
| Total | 82 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

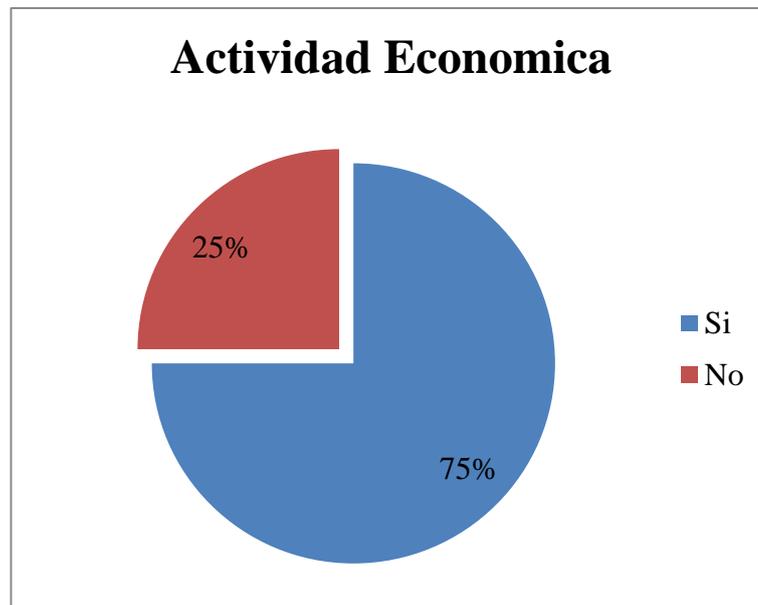


Figura 13 Actividad Económica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la tabulación de la actividad económica se estableció que el 75% de la población si presentan actividad económica, mientras que el 25% se presentan inactivos.

Pregunta 1 ¿Consume usted mariscos?

Tabla 27
Consumo

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 336 | 88,00% |
| No | 46 | 12,00% |
| Total | 382 | 100.00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

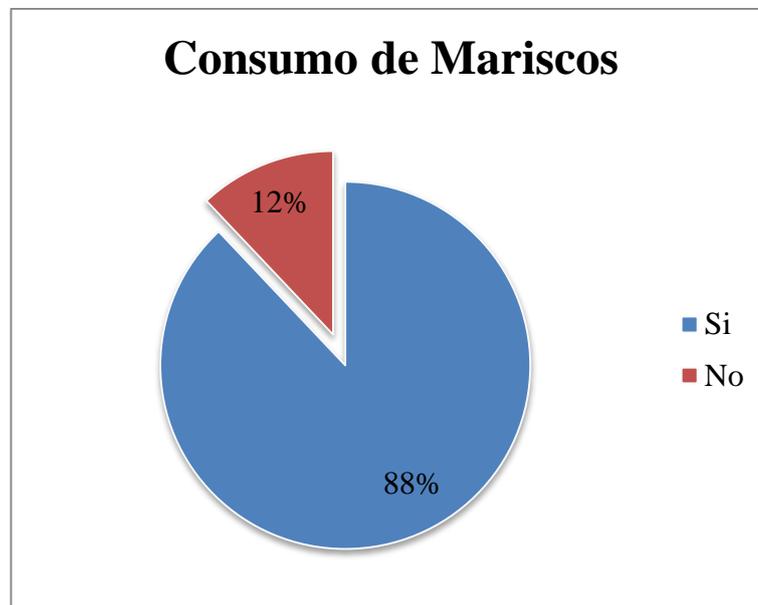


Figura 14 Consumo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta N° 1 se identificó que el 12%, de la población no consume marisco, mientras que el 88% restante dijo que si consumen mariscos regularmente, es decir el margen de consumo de marisco es alto.

Pregunta 2 ¿Usted es alérgico al camarón?

Tabla 28
Alérgicos

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 34 | 9,00% |
| No | 348 | 91,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

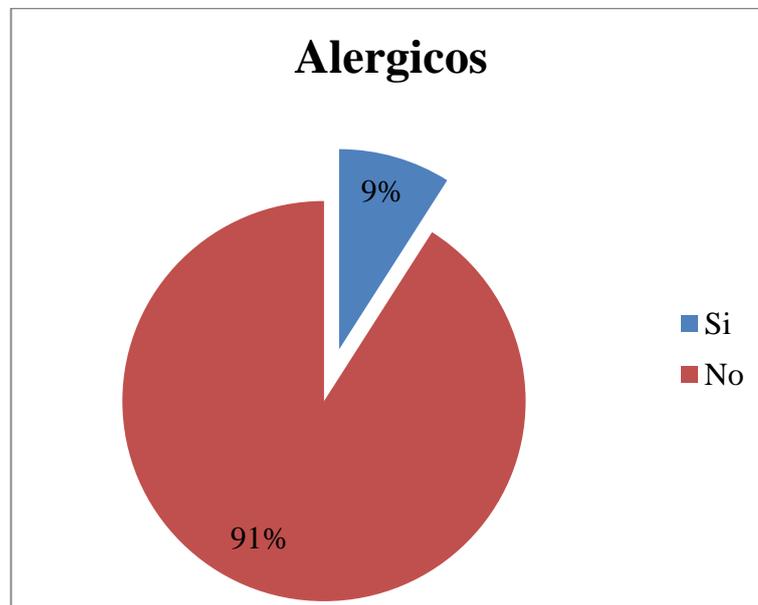


Figura 15 Alérgicos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta N. ° 2 se determinó que el 9,00% de los encuestados son alérgicos al camarón, y el 91,00% de los encuestados consume mariscos sin ninguna novedad lo cual es beneficioso para el proyecto.

Pregunta 3 ¿Con que frecuencia consume usted mariscos?

Tabla 29
Consumo de Mariscos

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Semanal | 50 | 13,00% |
| Quincenal | 260 | 68,00% |
| Mensual | 61 | 16,00% |
| Semestral | 11 | 3,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

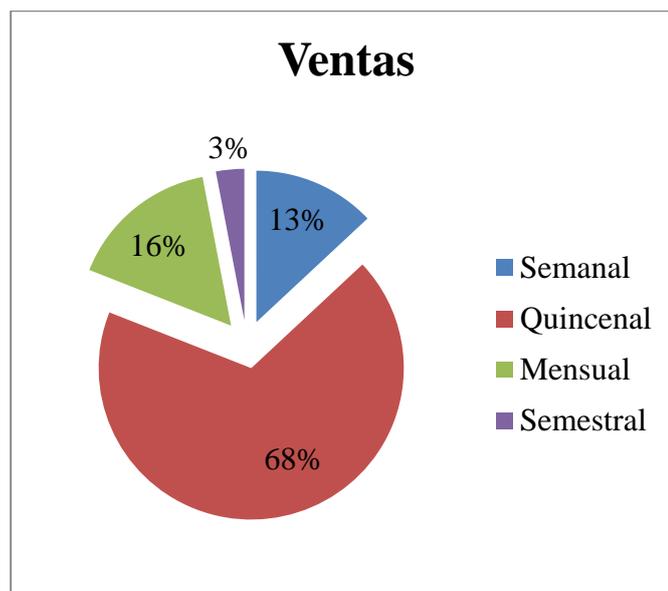


Figura 16 Consumo de Mariscos

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

La frecuencia de consumo de mariscos es de un 56,00% quincenal, 16% mensual, 13,00% semanal y un 3% semestral, lo cual es beneficioso para el producto al desarrollarse pues se identificó que existe un índice alto de consumo de mariscos.

Pregunta N°4 ¿Con que frecuencia consume usted embutidos?

Tabla 30
Consumo de Embutidos

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Diario | 30 | 8,00% |
| Semanal | 237 | 62,00% |
| Quincenal | 69 | 18,00% |
| Mensual | 46 | 12,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

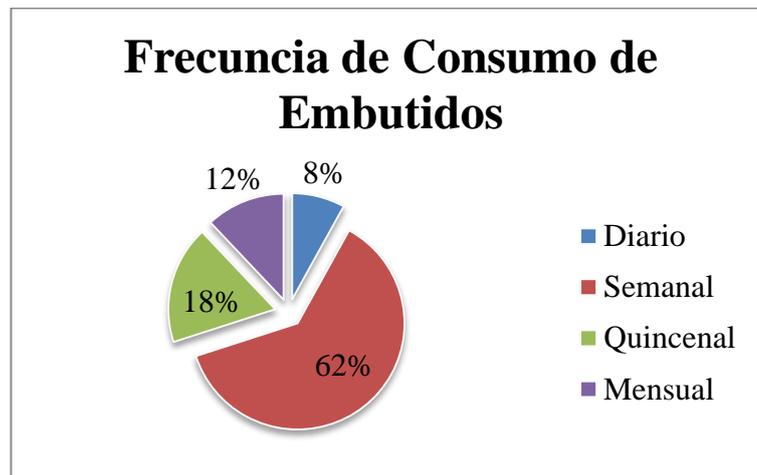


Figura 17 Consumo de Embutidos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta n4°, sobre la frecuencia del consumo de embutidos que 62,00% de los encuestados consumen embutidos semanales, el 18% quincenalmente, el 12 mensual, y el 8% consume a diario; por lo que se puede notar que existe un índice aceptable de consumo de embutidos.

Pregunta N. ° 5 ¿Le gustaría comprar un embutido picante a base de camarón?

Tabla 31

Acceptación del Producto

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 267 | 70,00% |
| No | 115 | 30,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia

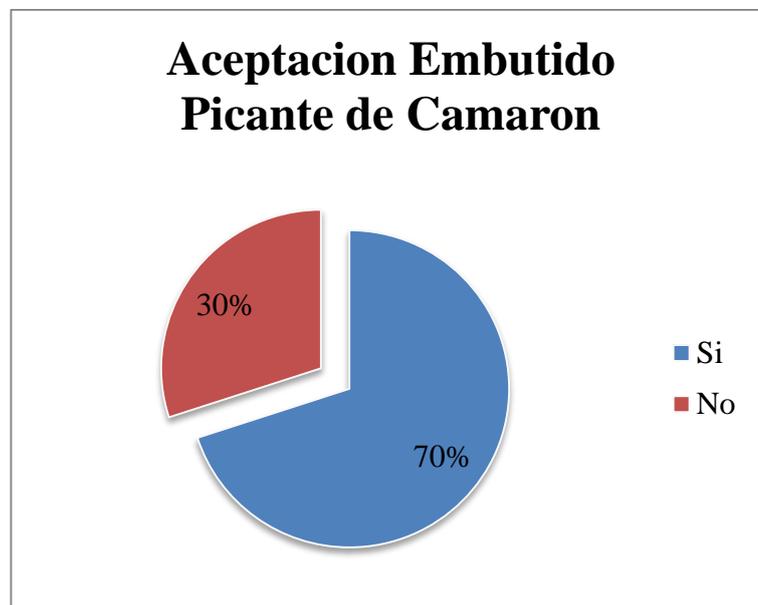
Elaborado por: Angie Castro


Figura 18 Aceptación del Producto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta número N° 5 sobre la aceptación de compra del embutido picante a base de camarón el 70,00% de la población dijo que si está dispuesta a comprar, el 30,00% dijo que no le llama la atención las comidas picantes.

Pregunta 6 ¿En qué lugar habitualmente compra usted embutidos?

Tabla 32
Lugares de Compra de Embutidos

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Supermercados | 122 | 32,00% |
| Tiendas | 183 | 48,00% |
| Tercenas | 53 | 14,00% |
| Mercados | 24 | 6,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

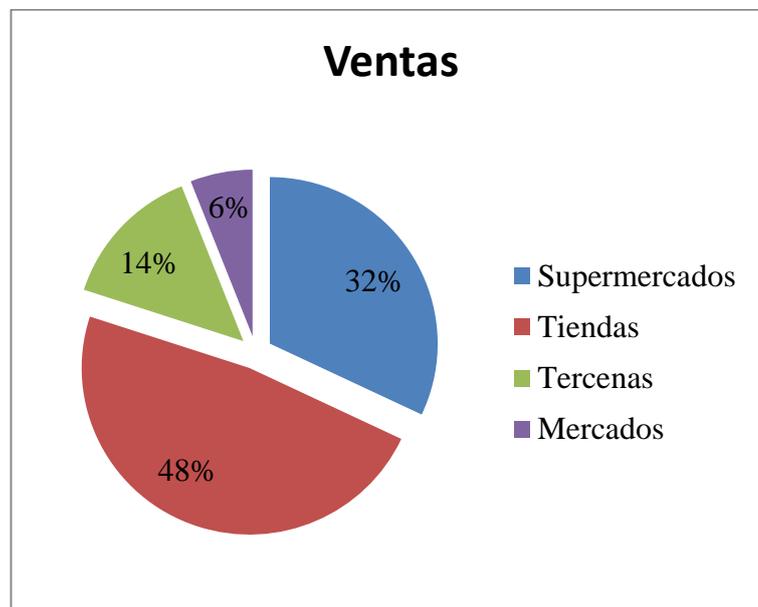


Figura 19 Lugares de Compra de Embutidos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta N.º 6 se analizaron lugares de compra de embutidos, lo cual dio como resultado que el 48% de la población compra embutidos en tiendas, el 32,00% en supermercados, el 14,00% en tercenas y un 6,00% en mercados, el lugar donde se deberá distribuir el producto sería en tiendas de barrio.

Pregunta 7 ¿Qué características observa al momento de comprar un embutido?

Tabla 33
Características Observadas al Momento de Compra

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Precio | 122 | 32,00% |
| Calidad | 107 | 28,00% |
| Sabor | 84 | 22,00% |
| Empaque | 38 | 10,00% |
| Marca | 31 | 8,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

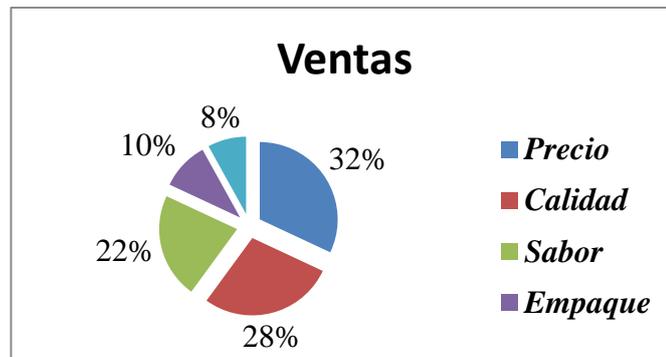


Figura 20 Características Observadas al Momento de Compra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta N°. 7 se determinó que el 32,00% de los encuestados al momento de comprar un embutidos lo primero que observan es su precio, mientras el 28,00% de los encuestados observa la calidad del producto, el 22,00% manifestó que lo observa al momento de compra es el sabor, el 10,00% observa que el empaque y un 8,00% observa la marca del producto, es decir para poder competir en el mercado se deberá fijar un precio que acople y pueda competir con el mercado y garantizar un buen sabor en el producto.

Pregunta 8 ¿Usted está satisfecho con el producto de embutidos que actualmente ofertan otras empresas?

Tabla 34
Satisfacción con la Competencia

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 294 | 77,00% |
| No | 88 | 23,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

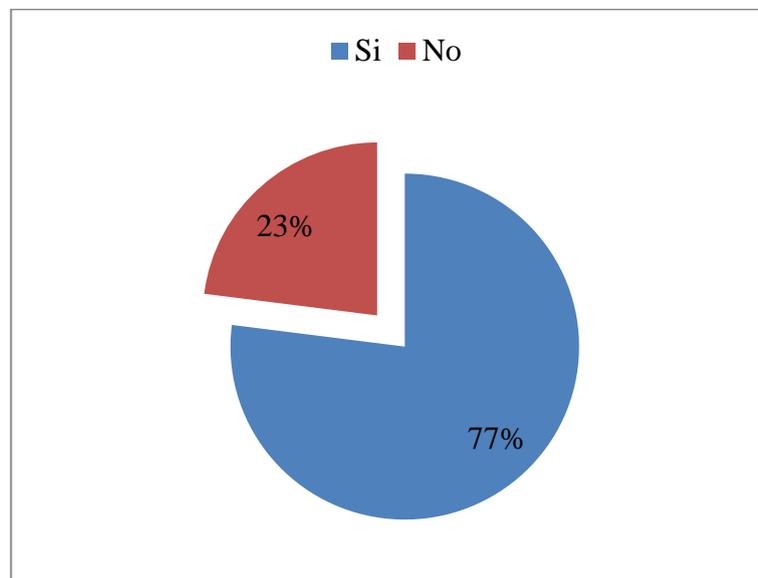


Figura 21 Satisfacción con la Competencia

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta n°. 8 sobre satisfacción con otras empresas el 77,00% de los encuestados dijo estar satisfecho con el producto que brindan otras empresa actualmente, mientras un 23,00% dijo que no se siente satisfecho por lo cual se pudo notar que una gran parte de los encuestados se encuentran satisfecho con los productos de la competencia.

Pregunta N.9 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por presentaciones de 200g de embutidos picantes de camarón?

Tabla 35
Precios

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| De 0,60 Ctvs. A \$1.00 | 53 | 14,00% |
| De \$1,00 a \$1.60 | 214 | 56,00% |
| De \$1,60 a \$2,50 | 115 | 30,00% |
| Total | 382 | 100,00% |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

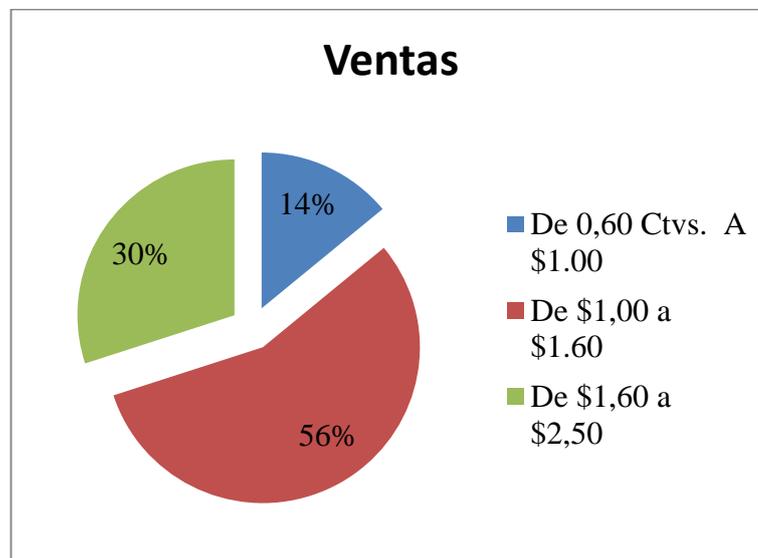


Figura 22 Precios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta N° 9 se determinó que el 56,00% de la población estaría dispuesta a pagar entre \$1,00 y \$1,60, el 30,00% estaría dispuesto a pagar entre \$1,60 y \$2,50 y por último el 14,00% de la población dijo que estaría dispuesto a pagar 0,60 Ctvs. A \$1,00.

Pregunta N.10 ¿Por qué medio le gustaría informarse y saber más de la producción de salchichas picantes a base de camarón?

Tabla 36
Medios a Enterarse del Producto

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| Amigos | 107 | 28,00% |
| Familiares | 76 | 20,00% |
| Redes sociales | 161 | 42,00% |
| Ferias | 27 | 7,00% |
| Trípticos | 11 | 3,00% |
| Total | 382 | |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

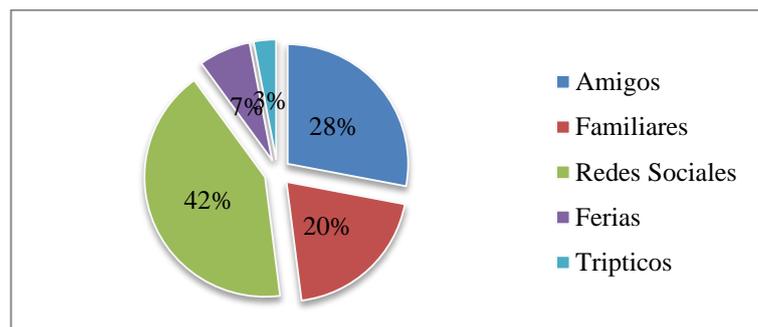


Figura 23 Medios a Enterarse del Producto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la pregunta N°. 10 Sobre los medios a enterarse del producto se identificó que el 42% de los encuestados dijo que le gustaría enterarse del producto a través de la redes sociales, el 28,00% a través de amigos, el 20,00% familiares, un 7,00% en ferias y un 3,00% por medio de trípticos, el medio al que se debe dar mayor énfasis para hacer conocer el producto serían las redes sociales.

3.02 Oferta

“Las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto periodo al mantenerse constantes otros factores distintos al precio.” (Young & Keat , 2004, pág. 84)

3.02.01 Oferta Histórica

Tabla 37
Oferta Histórica

| Año | Nº de unidades producidas |
|------|---------------------------|
| 2014 | 56.064.000 |
| 2015 | 57.745.920 |
| 2016 | 59.478.298 |
| 2017 | 61.262.647 |
| 2018 | 63.100.526 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El cuadro de la oferta histórica se realizó en base a la producción diaria de la empresa Integración Avícola Oro Cía. Ltda. En su planta de procesamiento de embutidos ubicada en Carcelén Industrial en las calles José Andrade y Juan de Celis.

3.02.02 Oferta Actual

“Se entenderá como oferta actual a la capacidad de entregar servicios que serán distintos para cada proyecto, de acuerdo a las normas y estándares determinados por la autoridad que corresponda.” (Ortegon , Pacheco , & Roura , 2005, pág. 46)

Tabla 38
Oferta Actual

| Año | Demanda proyectada | Aceptación de la competencia (%) | Oferta proyectada |
|------|--------------------|----------------------------------|-------------------|
| 2019 | 2.850.060 | 0,7700 | 2.194.546 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para el año 2019 se determinó que el número de veces de ventas del producto es de 2.194.546, dichas ventas serán realizadas por la población analizada.

3.02.03 Oferta Proyectada

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la identificación y selección de fuente secundarias y primarias adecuadas que le den confiabilidad al estudio. (Miranda Miranda , 2011, pág. 102)

Tabla 39
Oferta Proyectada

| Año | Demanda Proyectada | Aceptación de la Competencia (%) | Oferta Proyectada |
|------|--------------------|----------------------------------|-------------------|
| 2020 | 3.049.564 | 0,7700 | 2.348.164 |
| 2021 | 3.263.033 | 0,7700 | 2.512.536 |
| 2022 | 3.491.445 | 0,7700 | 2.688.413 |
| 2023 | 3.735.847 | 0,7700 | 2.876.602 |
| 2024 | 3.997.356 | 0,7700 | 3.077.964 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El cálculo de la oferta proyectada se realizó a través al cálculo se la oferta del año 2019, en base a este dato se realizaron las proyecciones de la oferta basándonos en el porcentaje de aceptación de la competencia el cual es del 77,00%.

3.03 Productos Sustitutos

Son aquellos bienes que satisfacen un tipo de necesidad parecido y por lo tanto, pueden ser sustituidos por el individuo en su consumo en función de su nivel de precio, por ejemplo el café y el té. En estos bienes un aumento en el precio de uno de los bienes disminuye su consumo y aumenta el consumo del otro bien. (Almoguera, 2016)

Análisis:

El producto sustituto al embutido al cual se analizara su oferta histórica, actual y proyectada será la carne de res.

3.03.01 Oferta Histórica del Producto Sustitutos

Tabla 40

Oferta Histórica del Producto Sustituto

| Año | Cantidad | % PIB |
|------|--------------|-------|
| 2014 | 211.640 Ton. | 3,8% |
| 2015 | 220.000 Ton. | 0,1% |
| 2016 | 220.220 Ton. | -1,2% |
| 2017 | 214.935 Ton. | 2,4% |
| 2018 | 220.093 Ton. | 1,8% |

Fuente: Revista Líderes y Datos Macro

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para el año 2014 se tuvo un total de 211.640 toneladas de res, en base a este dato se realizaron las proyecciones hasta el año 2018 a través del Pib de producción nacional de ganado vacuno.

3.03.02 Oferta Actual del Producto Sustituto

Tabla 41

Oferta Actual del Producto Sustituto

| Año | Cantidad |
|------|--------------|
| 2019 | 224.055 Ton. |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

3.03.03 Oferta Projectada del Producto Sustituto

Tabla 42
Oferta Projectada del Producto Sustituto

| Año | Cantidad | % PIB |
|------|--------------|-------|
| 2020 | 224.055 Ton. | 1,9% |
| 2021 | 228.312 Ton. | 1,9% |
| 2022 | 232.650 Ton. | 1,9% |
| 2023 | 237.070 Ton | 1,9% |
| 2024 | 241.575 Ton. | 1,9% |

Fuente: Revista *Líderes y Datos Macro*
Elaborado por: Angie Castro

3.04 Demanda

“Se entiende por demanda (D) la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir en una unidad de tiempo.” (Hoyo Aparicio , 2012, pág. 16)

3.04.01 Demanda Histórica

Tabla 43
Demanda Histórica

| Año | Demanda Histórica |
|------|-------------------|
| 2014 | \$ 140.160.000 |
| 2015 | \$ 144.364.800 |
| 2016 | \$ 148.695.744 |
| 2017 | \$ 153.156.616 |
| 2018 | \$ 157.751.314 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

La demanda histórica se realizó en base a datos de ventas de los últimos 5 años de la empresa Grupo Oro Cía. Ltda. Se puede evidenciar que los resultados de ventas de esta empresa son favorables.

3.04.02 Demanda Actual

Tabla 44

Demanda Actual

| Año | Demanda | Tasa de Crecimiento Poblacional | Demanda Proyectada |
|------|-----------|---------------------------------|--------------------|
| 2019 | 2.850.060 | 1 | 2.850.060 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

La demanda actual al año 2019 es de 2.850,060 veces de compra, las mismas serán realizadas por el 7% de la población analizada.

3.04.03 Demanda Proyectada

“Pronósticos de crecimiento futuro, esto lo puede obtener utilizando técnicas de regresión, realice proyecciones a 3 años.” (Reyes Ramos , 2013)

Tabla 45

Demanda Proyectada

| Año | Demanda | Tasa de Crecimiento Poblacional | Demanda Proyectada |
|------|-----------|---------------------------------|--------------------|
| 2020 | 2.850.060 | 1,070 | 3.049.564 |
| 2021 | 3.049.564 | 1,070 | 3.263.033 |
| 2022 | 3.263.033 | 1,070 | 3.491.445 |
| 2023 | 3.491.445 | 1,070 | 3.735.847 |
| 2024 | 3.735.847 | 1,070 | 3.997.356 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para proyectar la demandan actual se lo hizo en base a la tasa de crecimiento población de la parroquia donde estará ubicada la empresa.

3.05 Balance Oferta-Demanda

El balance oferta y demanda, no es otra cosa que determinar la demanda histórica y la oferta histórica, hacer la gráfica y determinar cuál es la diferencia que existe, si la demanda supera a la oferta, su producto tiene grandes oportunidades para cubrir dicha demanda no satisfecha, en caso contrario deberá generar estrategias para la penetración de su producto en el mercado. (Reyes Ramos , 2013)

3.05.01 Balance Actual

Tabla 46

Balance Actual

| Año | Demanda proyectada | Oferta proyectada | Demanda insatisfecha (DP-OP) |
|------|--------------------|-------------------|------------------------------|
| 2019 | 2.850.060 | 2.194.546 | 655.514 |

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: Angie Castro

Análisis:

La demanda insatisfecha para el año 2019 es de 655.514 la cual se determina a través de la resta de la demanda y oferta del primer año.

3.05.02 Balance Proyectado

“Proyectar la histórica a por lo menos 3 años es preferible a 5 (si tuviera los datos suficientes para dicha proyección.” (Reyes Ramos , 2013)

Tabla 47

Balance Proyectado

| Año | Demanda proyectada | Oferta Proyectada | Demanda Insatisfecha (DP-OP) |
|------|--------------------|-------------------|------------------------------|
| 2020 | 3.049.564 | 2.348.164 | 701.400 |
| 2021 | 3.263.033 | 2.512.536 | 750.498 |
| 2022 | 3.491.445 | 2.688.413 | 803.032 |
| 2023 | 3.735.847 | 2.876.602 | 859.245 |
| 2024 | 3.997.356 | 3.077.964 | 919.392 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para el análisis del balance proyectado se realizó proyecciones de oferta y demanda y luego se procedió a hacer una resta entre la demanda proyectada y la oferta proyectada para los próximos 5 años

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. (Miranda Miranda , 2011, pág. 118)

4.01 Tamaño del Proyecto

“Es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año.”

(Rodriguez Aranday, 2018)

4.01.01 Capacidad Instalada

Consideramos la capacidad como la decisión a medio o largo plazo es decir, al menos no se modificara en los próximos 2 años. La decisión de capacidad instalada está relacionada con la localización y la distribución de planta. No hay que olvidar que la capacidad depende de la demanda y que esta puede verse fuertemente influido por la localización. (Dominguez Galceran & Huertas Garcia , 2015, pág. 146)

Tabla 48

Capacidad Instalada

| | |
|---------------------------------|---------|
| Trabajadores | 2 |
| Capacidad de producción diaria | 700 |
| Capacidad de producción mensual | 14.000 |
| Capacidad de producción anual | 168.000 |
| Precio | 1,30 |
| Total | 218.400 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para determinar la capacidad instalada se realizó un análisis de cuantas salchichas se producirán diarias lo cual pudimos observar que se realizaran un total de 700 paquetes en la producción diaria, en la producción mensual se dará un total de 14.000 paquetes y por último en la producción anual un total de 168.000 unidades.

4.01.02 Capacidad Óptima

Para definir el tamaño óptimo del negocio, es básico realizar estudios para obtener información de muchas fuentes para poder ubicar lugares factibles, ponderando particularmente la capacidad del plan, sus factores condicionantes, la justificación del tamaño con respecto a su proceso, el mercado, disponibilidad de recursos y programación de producción. (Luna Gonzalez , 2016, pág. 155)

Tabla 49

Capacidad Óptima

| | |
|---------------------------------|------------|
| Trabajadores | 2 |
| Capacidad de producción diaria | 700 |
| Capacidad de producción mensual | 14000 |
| Capacidad de producción anual | 168000 |
| % de aceptación | 0,70 |
| Total | 117.600,00 |
| % de frecuencia | 0,62 |
| Total | 72.912 |
| Precio | 1,3 |
| Total | 94.785,60 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para el análisis de la capacidad optima se tomó como dato la capacidad de producción anual la cual es de 168.000 paquetes y por medio de esta se determinó que la capacidad optima de producción será 72.912 paquetes anuales este dato se saca en base al 0,62% del porcentaje de compra del producto.

4.02 Localización

“El objeto del estudio de localización es identificar el lugar en el que los beneficios netos generados por el proyecto serán mayores que en cualquier sitio alternativo. Se trata de una elección entre alternativas mutuamente excluyentes”.

(Wilson & Pezo Paredes , 2005, pág. 83)

4.02.01 Macro Localización

“Es la selección preliminar de la región o zona más adecuada, evaluando la presencia de los atractivos necesarios para la instalación del proyecto”. (Wilson & Pezo Paredes , 2005, pág. 83)

Tabla 50
Macro Localización

| | |
|-----------|---------------------|
| País | Ecuador |
| Provincia | Pichincha |
| Cantón | Quito |
| Parroquia | San Isidro del Inca |
| Sector | Norte |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro



Figura 24 Mapa de Quito

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Angie Castro

4.02.02 Micro Localización

“Es la selección específica del punto o terreno dentro de la región que presenta las mejores ventajas.” (Wilson & Pezo Paredes , 2005, pág. 83)



Figura 25 Sector El Inca

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Angie Castro

4.02.03 Localización Óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre: la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) y obtener un costo mínimo (criterio social).” (Rodríguez Aranday, 2018)

Tabla 51
Localización Óptima

| Factores | Pond. | Av. 6 de diciembre y Av. El inca | | Av. El Inca y De las Toronjas | | Av. Eloy Alfaro y De las Toronjas | |
|---------------------------|-------------|----------------------------------|-------------|-------------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|
| | | Calif. | Total | Calif. | Total | Calif. | Total |
| Alquiler | 0,15 | 8 | 1,2 | 9 | 1,35 | 10 | 1,5 |
| Materia Prima | 0,25 | 9 | 2,25 | 7 | 1,75 | 10 | 2,5 |
| Factores ambientales | 0,10 | 9 | 0,90 | 10 | 1 | 8 | 0,80 |
| Competencia | 0,05 | 4 | 0,20 | 3 | 0,15 | 3 | 0,15 |
| Transporte y Comunicación | 0,10 | 10 | 1 | 9 | 0,90 | 10 | 1 |
| Vías de Acceso | 0,15 | 9 | 1,35 | 10 | 1,5 | 10 | 1,50 |
| Infraestructura | 0,15 | 9 | 1,35 | 9 | 1,35 | 9 | 1,35 |
| Servicios básicos | 0,05 | 10 | 0,5 | 10 | 0,5 | 10 | 0,50 |
| TOTAL | 1,00 | | 8,75 | | 8,50 | | 9,30 |

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Al realizar el análisis de la localización óptima del proyecto se determinó que la dirección Calle de las Toronjas y Av. Eloy Alfaro dio un porcentaje del 9,30.

4.03 Ingeniería del Producto

“La ingeniería de producto concentra su atención en el diseño del producto, que debe ser tal que cubra ante todo una función que le sea encomendada, y ello dará lugar, como veremos seguidamente, a lo que llamaremos valor del producto.”

(Cuatrecasas Arbós, 2012, pág. 31)

4.03.01 Definición del Bien

“Un bien es el resultado tangible de una actividad transformadora en distinto grado.” (Ildefonso Grande, 2005, pág. 10)

4.03.02 Distribución de Planta

Tabla 52
Distribución de Planta

| Área | M2 | Total |
|---------------------|-----------------------|----------------------|
| Área Administrativa | 3m*3m | 9m ² |
| Recepción | 4m*2m | 8m ² |
| Baño Administrativo | 1,44m*1,44m | 2,08m ² |
| Área de Producción | 7m*5m | 35m ² |
| Bodega | 4m*3m | 12m ² |
| Baño de Producción | 1,44m*1,44m | 2,08m ² |
| Área de Ventas | 5m*5m | 25m ² |
| Parqueaderos | 12,5m ² *2 | 25m ² |
| Total | | 118,16m ² |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

La distribución de planta será de la siguiente manera: área administrativa 9m², área de recepción de 6m², baño administrativo de 2,08m², producción de 35m², la bodega de 12m², baño de 2,08m², departamento 25m² y los parqueaderos tendrán 12,5m cada uno.

4.03.02.01 Código de Cercanía

Tabla 53

Códigos de Cercanía

| Código de cercanía | |
|--------------------|----------------------------|
| 1 | Por procesos |
| 2 | Por Gestión Administrativa |
| 3 | Necesidad |
| 4 | Ruido |
| 5 | Higiene |
| 6 | Seguridad |

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Angie Castro**4.03.02.02 Razones de Cercanía**

Tabla 54

Razones de Cercanía

| Razones de Cercanía | |
|---------------------|----------------------------------------|
| A | Absolutamente Necesario Que Este Cerca |
| E | Especialmente Necesario Que Este Cerca |
| I | Importante Que Este Cerca |
| O | Cercanía Ordinaria |
| U | Cercanía Indiferente |
| X | Cercanía Indeseable |

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Angie Castro

4.03.02.03 Matriz Triangular

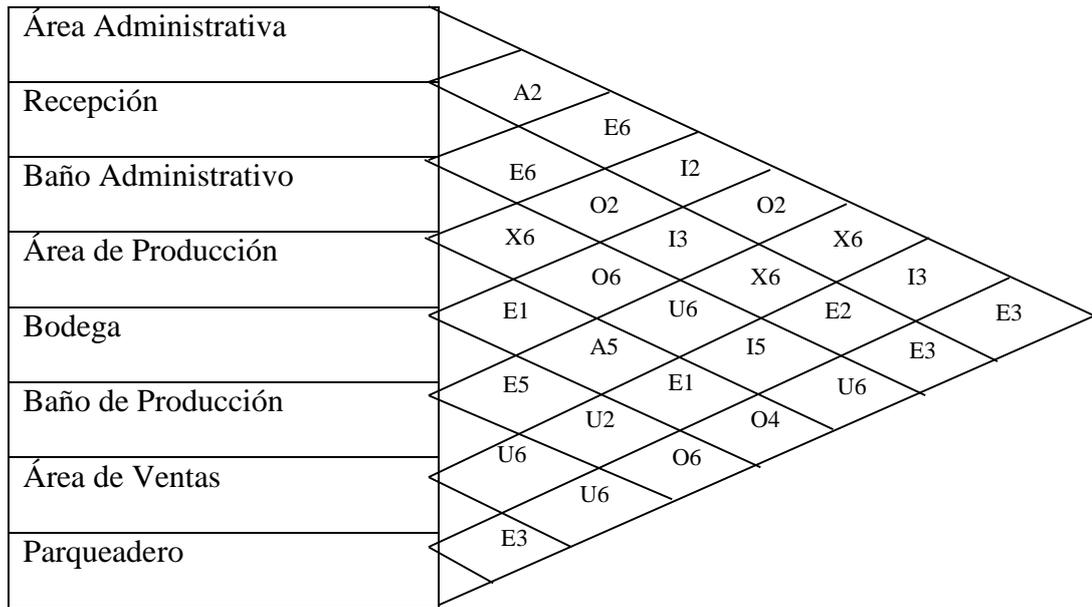


Figura 26 Matriz Triangular
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Distribución de Planta

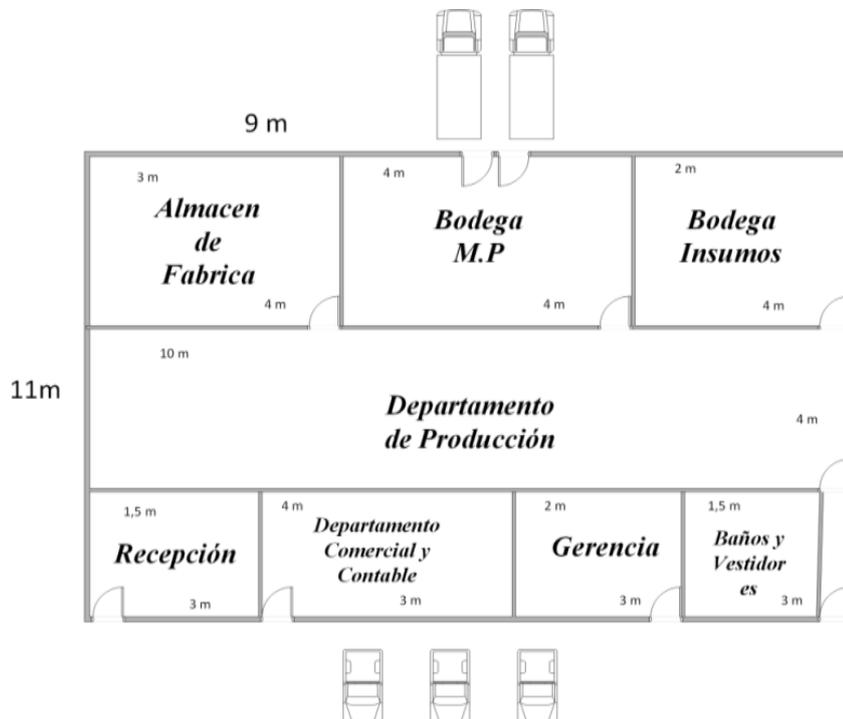
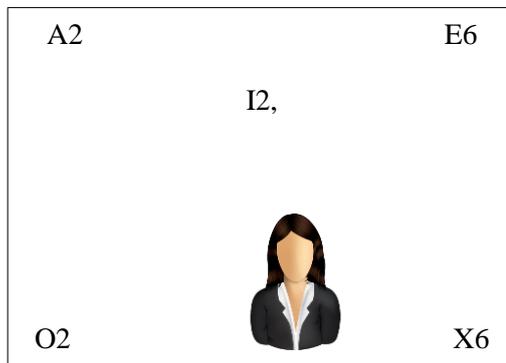


Figura 27 Distribución de Planta
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Tabulación de Matriz Triangular

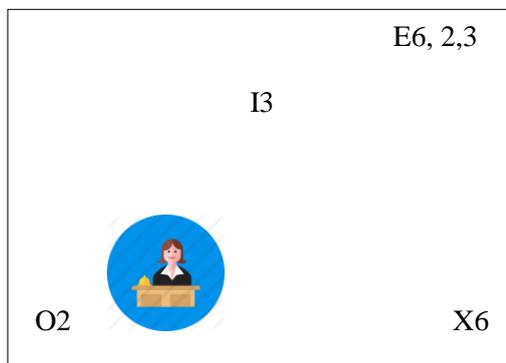
Área Administrativa



Análisis:

En el área administrativa se llevara a cabo la toma de decisiones de todas las áreas de la empresa.

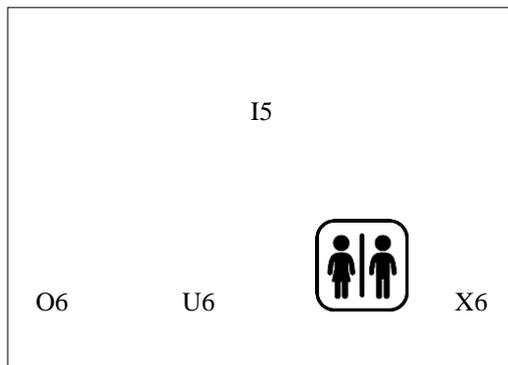
Recepción



Análisis:

En el área de recepción estará la persona encargada de realizar y recibir llamadas de las distintas personas y empresas con las que relaciona, además también se el lugar de bienvenida para la personas que visitaran la empresa.

Baño Administrativo



Análisis:

El baño administrativo será de uso exclusivo para las personas que pertenecen a esta área

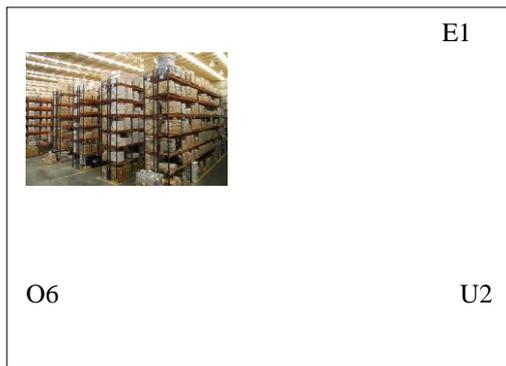
Área de Producción



Análisis:

El área de producción será el lugar donde se llevara a cabo las distintas etapas productivas tales como: pesaje de Micro ingredientes, molido de M.P, pesaje de M.P, Cutteado de M.P, embutido, cocción, enfriamiento; empaque para así llevar al producto final deseado.

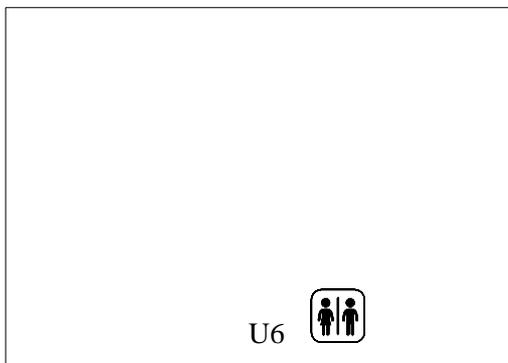
Bodega



Análisis:

La bodega tendrá 2 divisiones, bodega de Microingredientes en la cual estarán embodegados todos los aditivos condimentos y conservantes que se agregan al producto, en la bodega de materia prima estará embodegado la materia prima principal y alterna del producto final las cuales son: camarón y pulpa de pollo

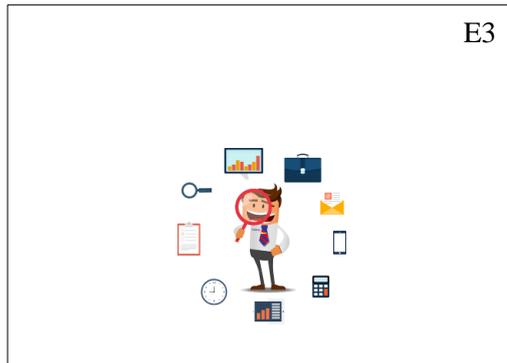
Baño Producción



Análisis:

El baño de producción será de uso exclusivo para el personal que se encuentra inmerso en el proceso productivo de la empresa.

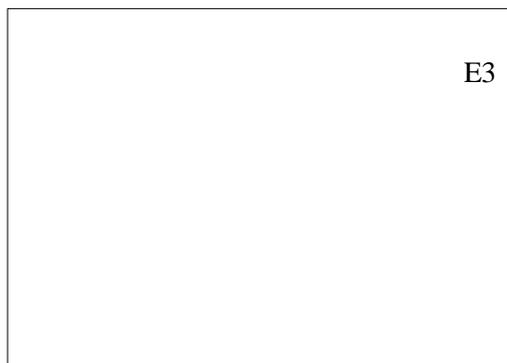
Área de Ventas



Análisis:

El área de ventas será el lugar donde se atenderá a clientes y también se llevaran a cabo reuniones relacionadas directamente con las ventas de la empresa.

Parqueadero



Análisis:

El área de parqueadero será para uso del personal de la empresa y de clientes externos y/o proveedores.

4.03.03 Proceso Productivo

“De forma particular podemos definir un proceso productivo como una secuencia definida de operaciones que transforma unas materias primas y/o productos semielaborados en un producto acabado de mayor valor.” (Suñe, Gil , & Arcusa , 2004)

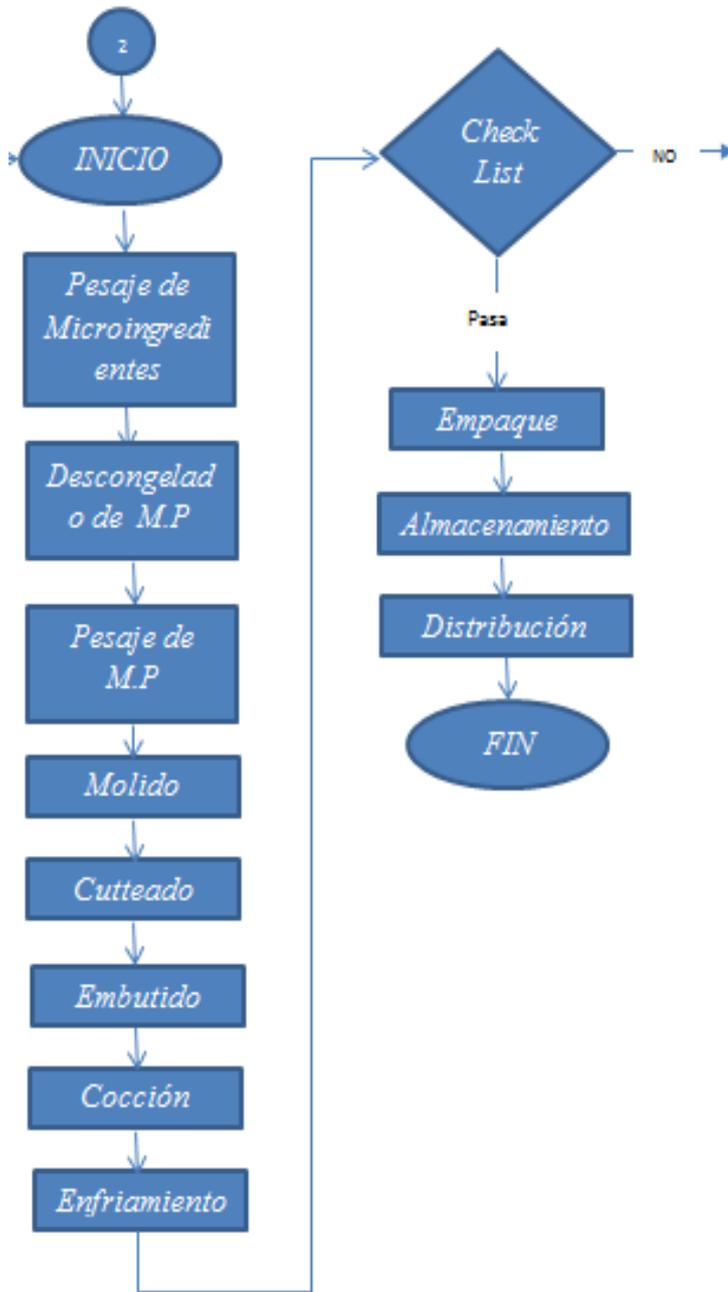


Figura 28 Proceso Productivo

Elaborado por: Angie Castro

Fuente: Investigación propia

Tabla 55

Descripción del Proceso Productivo

| Área | Descripción de las Actividades | Tiempo |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Pesaje de microing. | Se pesaran los aditivos que serán añadidos al embutidos tales como ajo en polvo, cebolla en polvo, Unit pack salchicha italiana, NPS, antioxidante, conservantes. | 2 min. |
| Descongelamiento M.P | La Materia Prima estará almacenado en bloques de 5 kg la misma que se dejara en descongelamiento desde la noche anterior | 1 min. |
| Pesaje de M.P | Se pesara la materia prima (Camarón) para la posterior mezcla con los Micro ingredientes el momento del Cutteado. | 2 min |
| Molido de M.P | Se molera el camarón | 2min |
| Cutteado | Mezcla de todos los packs de Micro ingredientes y materias primas cárnicas. | 1min. |
| Embutido | Se embutirá la mezcla de ingredientes en tripa natural colágeno clear 30 la cual tiene 15,28 metros, con un peso de 10.08 dando un total de 400 unidades de salchichas de 0.25gr | 3 min |
| Cocción | Se tendrá un tiempo de cocción de 35 a 40 min esto dependerá de la temperatura interna del producto la cual debe estar de 70°C a 74°C. | 30min. a 40 min. |
| Enfriamiento | Se pondrá las salchichas bajo duchas de enfriamiento para lograr una temperatura interna del producto de 20°C logran así realizar un choque térmico. | 5 min. |
| Check List | Se verificara propiedades organolépticas, sensoriales, peso, sabor, calibre para proceder al empaqueo del producto esta actividad será realizada por el gerente de la empresa | 10 min. |
| Empaque | Se empacara el producto en paquetes de 4 unidades, 8 unidades y 12 unidades, se empacaran al vacío | 4 min. |
| Total | 8 Actividades | 60 min |

Fuente: Investigación Propia

Elaborador por: Angie Castro

Análisis:

El tiempo de producción de salchicha picante de camarón será de 60 min por paradas de 20 kg, se trabajara en la producción 7 horas, es decir se tendrá 7 paradas diarias de producción en este número establecido de parada se tomara en cuenta que se cumplan a cabalidad cada uno de los proceso y procedimientos involucrados en la producción de la salchicha picante de camarón; la hora restante se dedicara al lavado y desinfección de maquinarias, equipos e instalaciones donde se llevara a cabo el proceso productivo esto se realizara con el fin de descartar la presencia de microorganismo así garantizar las inocuidad y calidad en el producto que será comercializado.

4.03.04 Maquinaria y Equipos

Tabla 56
Maquinarias

| Descripción | Cantidad | Valor Unit. | Total |
|-----------------------------|----------|-----------------|-----------------|
| Molino Industrial | 1 | \$1.295 | \$1.295 |
| Cutter | 1 | \$2.635 | \$2.635 |
| Embutidora de 40kg | 1 | \$2.800 | \$2.800 |
| Horno húmedo | 1 | \$3650 | \$3650 |
| Maquina empacadora al vacío | 1 | \$907 | \$907 |
| Total | 5 | \$11.287 | \$11.287 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 57
Equipos y Herramientas

| Descripción | Cantidad | Valor Unit. | Valor Total |
|----------------------|-----------|-------------------|------------------|
| Coche para salchicha | 3 | \$150 | \$450 |
| Coche Multimolde | 2 | \$150 | \$300 |
| Codificadora | 1 | \$280 | \$280 |
| Balanza 500kg | 2 | \$125 | \$250 |
| Balanza 80kg | 2 | \$60 | \$120 |
| Frigorífico | 1 | \$600 | \$600 |
| Pala 80 onzas | 2 | \$3,50 | \$7,00 |
| Total | 12 | \$1.368,50 | \$2007,00 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 58
Menaje de Planta

| Descripción | Cantidad | Valor Unit. | Total |
|-----------------|----------|----------------|----------------|
| Cuchillos | 2 | \$8 | \$16,00 |
| Tabla de cocina | 1 | \$5 | \$5 |
| Sartén | 1 | \$10 | \$10 |
| Cuchareta | 2 | \$1,50 | \$3,00 |
| Total | 6 | \$24,50 | \$34,00 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 59
Muebles y Enseres

| Descripción | Cantidad | Valor Unit. | Total |
|-----------------|-----------|--------------|-------------------|
| Escritorio | 3 | \$150 | \$450 |
| Silla giratoria | 6 | \$50 | \$300 |
| Archivadores | 2 | \$160 | \$320 |
| Estanterías | 10 | \$5 | \$50 |
| Gavetas | 50 | \$4 | \$200 |
| Gavetas base | 25 | \$2,50 | \$62,50 |
| Mesa de trabajo | 4 | \$195 | \$780 |
| Total | 25 | \$384 | \$2.062,50 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 60
Equipos de Computación

| Descripción | Cantidad | Valor Unit. | Total |
|-------------|----------|-------------|-------|
| Computadora | 2 | \$330 | \$660 |
| Impresora | 1 | \$220 | \$220 |
| Total | 3 | \$550 | \$880 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Tabla 61
Equipos de Oficina

| Descripción | Cantidad | Valor Unitario | Total |
|-------------|----------|----------------|---------|
| Grapadora | 3 | \$2,50 | \$7,50 |
| Perforadora | 3 | \$2,50 | \$7,50 |
| Calculadora | 3 | \$3,50 | \$10,50 |
| Teléfonos | 2 | \$12,00 | \$24,00 |
| Total | 11 | \$20,50 | \$49,50 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Con la adquisición de todos los equipos y maquinarias necesarios se pondrá en marcha el funcionamiento de la empresa.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

“El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.”

(Fernandez Espinoza , 2007, pág. 45)

5.01 Ingresos

“Es lo que se obtiene por la venta de productos que produce o por la prestación de los servicios que ofrece.” (Soriano Campos , 2010, pág. 233)

5.01.01 Ingresos Operacionales

Contempla los importes recibidos o causados por el resultado de las actividades ordinarias de la compañía mediante la entrega de bienes o servicios, así como participaciones, dividendos y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, mientras que sea identificado con el propósito principal de la compañía (Alfredo & Ortiz Tovar , 2016, pág. 106)

Tabla 62
Ingresos Operacionales

| | Q | Ingresos |
|-------|--------|-----------|
| Año 1 | 72.912 | 94.785,60 |
| Año 2 | 73.692 | 95.953,09 |
| Año 3 | 74.481 | 97.134,95 |
| Año 4 | 75.278 | 98.331,37 |
| Año 5 | 76.083 | 99.542,53 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los ingresos operacionales fueron tomados en base a la producción mensual del producto por el P.V.P lo cual representa un ingreso anual de \$94.785,60 en el año 1

5.01.02 Ingresos no Operacionales

Esta cuenta mayor comprende todos aquellos ingresos provenientes de transacciones diferentes a la actividad ordinaria de la compañía; también estos incluyen las cuentas relacionadas con operaciones de carácter financiero en moneda nacional o extranjera, honorarios, utilidad en venta de propiedades, planta y equipo e inversiones, arrendamientos, servicios, dividendos y participaciones, recuperaciones de deducciones, indemnizaciones e ingresos de ejercicios anteriores. (Alfredo & Ortiz Tovar , 2016, pág. 106)

5.02 Costos

Los costos se pueden clasificar de muchas maneras. Un costo puede definirse como un sacrificio o utilización de recursos para un propósito en particular. El costo se mide por la unidad monetaria (dólares, colones) que debe pagarse por bienes y servicios utilizados en la manufactura de producto. Estos costos se agrupan en diversas clasificaciones, de acuerdo con lo que se quiere medir. (Espinoza Gutierrez & Jimenez Boulanger , 2007, pág. 107)

5.02.01 Costos Directos

“Un costo directo es un costo que se puede atribuir con facilidad y en forma inequívoca a una unidad (ya sea una planta, una sección, un proceso o un producto.”

(Arata, 2009, pág. 62)

Tabla 63

Costos Directos

| Descripción | Valor Mensual | Valor Anual |
|-----------------------|---------------|---------------------|
| Materia Prima | \$ 2.248,58 | \$ 26.982,91 |
| Materiales Directos | \$ 820,26 | \$ 9.843,12 |
| Mano de obra Directa | \$ 788,00 | \$ 9.456,00 |
| Prestaciones sociales | \$ 325,55 | \$ 3.906,59 |
| Total | | \$ 50.188,62 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los costos directos son aquellos que está directamente vinculados al proceso productivo relacionados en el estudio financiero que se realizó se tuvo costo tales como: materia prima, materiales directos, mano de obra directo, prestaciones sociales lo cual representa un valor anual de \$50.188,62

5.02.02 Costos Indirectos

“Son costos indirectos aquellos en que se incurre de manera global, no divisible, para obtener varios productos.” (Arata, 2009, pág. 62)

Tabla 64
Costos Indirectos

| Detalle | Valor mensual | Valor Anual |
|----------------------------|---------------|-------------|
| Servicios Básicos | \$ 70,66 | \$ 847,92 |
| Útiles de aseo | \$ 33,35 | \$ 400,20 |
| Útiles de oficina | \$ 5,03 | \$ 60,40 |
| Depreciación de Maquinaria | | \$ 1.329,40 |
| Total | | \$ 2.637,92 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los costos indirectos son aquellos que no están directamente relacionados con el proceso productivo en el presente estudio financiero tenemos los siguiente costos: servicios básico, útiles de aseo, útiles de oficina y depreciación de maquinaria los cual da un valor total anual de \$2.637,92.

5.02.03 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos deben basarse en principios de austeridad que conjuguen bien con la suficiencia y la necesidad de los mismos ya que aunque no afecten el proceso productivo directamente, los empresarios tienden a menospreciar su importancia y caen en sobrecostos difíciles de controlar. (Mejia Gutierrez , 2005, pág. 54)

Tabla 65
Gastos Administrativos

| Descripción | Valor mensual | Valor anual |
|-----------------------------------|---------------|---------------------|
| Sueldos | \$1.049,00 | \$ 12.588,00 |
| Prestaciones Sociales | \$ 361,38 | \$ 4.336,50 |
| Servicios básicos | \$ 57,24 | \$ 686,88 |
| Útiles de Aseo | \$ 108,10 | \$ 1.297,20 |
| Útiles de Oficina | \$ 10,93 | \$ 131,10 |
| Arriendo | \$ 400,00 | \$ 4.800,00 |
| Depreciación equipo de computo | - | \$ 293,33 |
| Depreciación de Equipo de Oficina | | \$ 4,95 |
| Depreciación muebles y enseres | - | \$ 256,25 |
| TOTAL | | \$ 24.394,22 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para el cálculo de los gastos administrativos de la empresa se tomó en cuenta los sueldo del gerente general de la secretaria y del contador, servicios básicos, útiles de aseo, útiles de oficinas, arriendo, depreciación de equipo de cómputo, depreciación de equipos de oficina, depreciación de muebles y enseres lo cual da un valor total anual de 24.394,22.

5.02.04 Gastos de Ventas

“Los gastos de ventas son relacionados con la comercialización de los productos de la compañía, sueldos de ventas; publicidad; depreciaciones, renta y servicios públicos de edificios de tiendas y gastos de envío.” (Smith Bamber Linda , Harrison , & Horngren , 2003, pág. 183)

Tabla 66
Gastos de Ventas

| Descripción | Valor mensual | Valor anual |
|-----------------------|---------------|-----------------|
| Sueldo | \$ 394,00 | \$ 4.728,00 |
| Prestaciones sociales | \$ 162,77 | \$ 1.953,29 |
| Servicios básicos | \$ 14,10 | \$ 169,20 |
| Publicidad | \$ 117,50 | \$ 1.410,00 |
| TOTAL | | 8.260,49 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para los gastos de ventas de la empresa se tomó en cuenta el sueldo del vendedor, servicios básicos, prestaciones sociales y publicidad de la empresa lo cual da un valor total de 8.2620, 49.

5.02.05 Gastos Financieros

Son aquellos que se derivan de la utilización de recursos financieros ajenas a la empresa para el desarrollo de su actividad. Entre estos se consideran gastos financieros, los intereses y comisiones devengados como consecuencia de la utilización de fuentes apenas de financiación (Buireu Guarro , 2007, pág. 242).

Tabla 67
Gastos Financieros

| Descripción | Valor |
|-------------------------|--------------------|
| Intereses a corto plazo | \$ 1.758,75 |
| Intereses a largo plazo | \$ 1.911,94 |
| TOTAL | \$ 3.670,69 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los gastos financieros de la empresa están asociados a él o los préstamos que se realizaran en ciertas entidades bancarias.

5.02.06 Costos Fijos

“Son los que permanecen constantes a cualquier nivel de producción o venta.”

(Magallon Vasquez , 2015, pág. 27)

Tabla 68
Costos Fijos

| Costo Fijos | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Arriendo | 400 | 464 | 538,24 | 624,36 | 724,26 | 840,14 |
| Sueldos | 10196 | 11827,81 | 13720,26 | 15915,50 | 18461,98 | 21415,90 |
| Costos Indirectos | 2637,92 | 3059,99 | 3549,59 | 4117,52 | 4776,32 | 5540,53 |
| Total | 13234,31 | 15351,80 | 17808,08 | 20657,38 | 23962,56 | 27796,57 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los costos fijos relacionadas a la empresa son: arriendo, sueldos, servicios básicos y costos indirectos los cuales en el año 0 son de \$ 14.938,31 el mismo que fue proyectado a 3 años por medio de la inflación anual

5.02.06 Costos Variables

“Son aquellos costos donde el total varía en proporción directa con los cambios en el volumen; es decir, que partiendo de los costos fijos (capacidad instalada) por incremento en cualquier nivel de producción, se consideran costos variables” (Baena Toro , 2014, pág. 313)

Tabla 69
Costos Variables

| Costos Variables | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Materia Prima | 27159,72 | 31505,28 | 36546,12 | 42393,50 | 49176,46 | 57044,69 |
| Mano de Obra | 9456 | 10969 | 12723,99 | 14759,83 | 17121,4 | 19860,83 |
| Servicios básicos | 1704 | 1976,64 | 2292,902 | 2659,767 | 3085,33 | 3578,982 |
| Total | 38319,72 | 44450,90 | 51563,02 | 59813,10 | 69383,20 | 80484,50 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los costos indirectos de la empresa son: materia prima, mano de obra, comisiones por ventas, fundas para empacar al vacío los cuales para el año 0 representa un valor de 41.897,12 los cuales fueron proyectados a 3 años por medio de la inflación anual.

5.03 Inversiones

Se deben describir y especificar en detalle las construcciones o remodelaciones necesarias para la puesta en marcha del proceso de producción. Se deben incluir las obras de infraestructura, que sean necesarias para la operación del proyecto, como por ejemplo accesos, plantas de tratamiento, parqueos, etc. Además se deben describir y especificar las cantidades y tipos de maquinaria, equipo y mobiliario, así como la vida útil y tablas de depreciaciones. (Fernandez Espinoza , 2007, pág. 44)

5.03.01 Inversión Fija

La inversión fija también se conoce como formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usaran para producir nuevos bienes. En consecuencia, la inversión es la adición de bienes de capital al stock existente. (De Gregorio Rebeco , 2007, pág. 18)

Tabla 70
Inversión Fija

| Descripción | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------|-------------------|-------|-------|----------------|-------|-----------------|
| Equipo y Maquinaria | -13.294,00 | | | | | 6.647,00 |
| Muebles y Enseres | -2.562,50 | | | | | 1.281,25 |
| Equipos de Oficina | -49,50 | | | | | 24,75 |
| Equipos de Computación | -880,00 | | | -880,00 | | 293,33 |
| TOTAL | -16.786,00 | | | -880,00 | | 8.246,33 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

La inversión fija de la empresa es: equipo y maquinaria, muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación; los cuales para el año 0 son representados por valores negativos y de acuerdo al tiempo de depreciación se representan los valores de acuerdo al año.

5.03.02 Activos Fijos

“Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio; es decir, es decir con la razón de ser del ente económico.” (Guzman Vasquez , Guzman Vasquez , & Romero Cifuentes Tatiana , 2005, pág. 68)

Tabla 71
Activos Fijos

| Activos Fijos | Valor |
|---------------------|---------------------|
| Maquinaria y Equipo | \$ 13.294,00 |
| Muebles y Enseres | \$ 2.562,50 |
| Equipo de Computo | \$ 880,00 |
| Equipo de oficina | \$ 49,50 |
| TOTAL | \$ 16.786,00 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los activos fijos de la empresa son: maquinaria y equipo que serán utilizados en el proceso productivo, muebles y enseres con fuente de apoyo al proceso productivo, equipos de cómputo y equipos de oficina para llevar acabo funciones administrativas; los cuales tienen un total de \$16.786,00 en activos fijos.

5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aun no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado estos gastos. (Mendoza Roca & Ortiz Tovar , 2016, pág. 338)

Tabla 72
Activos Nominales

| Activos Nominales | Valor |
|------------------------|------------------|
| Gastos de Organización | \$ 547,00 |
| Gastos de Instalación | \$ 120,00 |
| TOTAL | \$ 667,00 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Los activos nominales están representados por: gastos de organización en estos se encuentran los tramites de legalización de la empresa, gastos de instalación del horno para cocción de las, gastos de publicidad tales como tarjetas de presentación, volantes y una Gigantografias los cuales representan un total de \$667,00

5.03.04 Capital de trabajo

“Se refiere a la cantidad de efectivo necesaria para la operación del proyecto. Normalmente este capital de trabajo va relacionado con el nivel de actividad del proyecto y se recupera una vez que el proyecto finalice su vida útil.” (Fernandez Espinoza , 2007, pág. 45)

Tabla 73
Capital de Trabajo

| Capital de Trabajo | Mes 1 |
|----------------------------|--------------------|
| Materia Prima Existente | \$ 2.263,31 |
| Servicios Básicos | \$ 70,66 |
| Mano de obra directa | \$ 788,00 |
| Arriendo | \$ 400,00 |
| TOTAL | \$ 3.521,97 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En el capital de trabajo de la empresa se encuentra relacionados con los costos de la materia prima existente, servicios básicos, mano de obra directo y el arriendo lo cuales representan un valor de \$3.521,97 para los primeros 3 meses de funcionamiento de la empresa.

5.03.05 Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos

El conjunto de personas o entidades que hacen acopio y resguardo de recursos monetarios, los cuales ponen a su disposición de todos aquellos que los requieren, condicionando el pago de la deuda a una tasa de interés y un plazo definidos. (Alvarado Verdin , 2016, pág. 222)

Tabla 74
Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

| Conceptos | USO DE FONDOS | RECURSOS PROPIOS | Recursos financieros | Proveedores |
|---------------------------|---------------|------------------|----------------------|-------------|
| INVERSIONES FIJAS | \$ 16.786,00 | \$ 4.223,50 | \$ 12.562,50 | \$ 0,00 |
| Maquinaria y Equipo | \$ 13.294,00 | \$ 3.294,00 | \$ 10.000,00 | |
| Muebles y Enseres | \$ 2.562,50 | | \$ 2.562,50 | |
| Equipo de Computo | \$ 880,00 | \$ 880,00 | | |
| Equipo de oficina | \$ 49,50 | \$ 49,50 | | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | \$ 667,00 | \$ 667,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Gastos de Organización | \$ 547,00 | \$ 380,00 | | |
| Gastos de Instalación | \$ 120,00 | \$ 120,00 | | |
| Capacitación de Personal | \$ 0,00 | \$ 0,00 | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ 3.521,97 | \$ 3.521,97 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Materia Prima Existente | \$ 2.263,31 | \$ 2.263,31 | | |
| Servicios Básicos | \$ 70,66 | \$ 70,66 | | |
| Mano de obra directa | \$ 788,00 | \$ 788,00 | | |
| Arriendo | \$ 400,00 | \$ 400,00 | | |
| TOTAL | \$ 20.974,97 | \$ 8.412,47 | \$ 12.562,50 | \$ 0,00 |
| | 100% | 40% | 60% | |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para la puesta en marcha de la empresa se necesita un total de \$20.974,97; de los cuales 8.412,47 que representan el 40% serán de recursos propios para el 60% que son \$12.562,50 se realizara un préstamo en un entidad bancaria.

5.03.06 Amortización de Financiamiento

Tabla 75

Amortización Francesa

| | |
|--------------------|--------------|
| Inversión 100% | \$ 21.017,65 |
| Financiamiento 60% | \$ 12.562,50 |
| Plazo | 3 años |
| Interés | 14,00% anual |

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Angie Castro

Tabla 76

Tabla de Amortización Francesa

| Años | Amortización | Interés | Valor Anual | Saldo Insoluto |
|------|--------------|-------------|-------------|----------------|
| 0 | | | | \$ 12.562,50 |
| 1 | \$ 3.652,31 | \$ 1.758,75 | \$ 5.411,06 | \$ 8.910,19 |
| 2 | \$ 4.163,64 | \$ 1.247,43 | \$ 5.411,06 | \$ 4.746,55 |
| 3 | \$ 4.746,55 | \$ 664,52 | \$ 5.411,06 | \$ 0,00 |

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Angie Castro

5.03.07 Depreciaciones

Las depreciaciones generan un fondo que no tiene destinación específica, por esta razón se afirma que la depreciación constituye una fuente de financiamiento interna de la empresa. Tal como lo hemos venido, anotando, la depreciación es un fondo desinado a la reinversión. (Miranda Miranda , 2011, pág. 188)

Tabla 77

Depreciaciones

| Descripción | Valor | Vida Útil | Año1 | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
|-----------------------|---------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Maquinaria | 13.294 | 10 | 1.329,40 | 1.329,40 | 1.329,40 | 1.329,40 | 1.329,40 |
| Mueb y En | 2.562,5 | 10 | 256,25 | 256,25 | 256,25 | 256,25 | 256,25 |
| Equipo de oficina | 49,50 | 10 | 4,95 | 4,95 | 4,95 | 4,95 | 4,95 |
| Equipo de Computación | 880,00 | 3 | 293,33 | 293,33 | 293,33 | 293,33 | 293,33 |
| TOTAL | | | 1.883,93 | 1.883,93 | 1.883,93 | 1.590,60 | 1.590,60 |

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Angie Castro

5.03.08 Estado de Situación Inicial

Tabla 78
Estado de Situación Inicial

| MICROEMPRESA “NUTRICAMARON” | | | |
|----------------------------------|------------------|--|------------------------|
| Estado de Situación Inicial | | | |
| Al 01 de abril del 2019 | | | |
| ACTIVO | | | PASIVO |
| ACTIVO CORRIENTE | 3.521,97 | | PASIVO CORRIENTE |
| Bancos \$ 3.521,97 | | | Cuentas por pagar - |
| | | | Total Pasivo Corriente |
| ACTIVOS NO CORRIENTE | 16.786,00 | | |
| Propiedad planta y equipo | | | PASIVO LARGO / PLAZO |
| Equipo de Oficina 49,50 | | | Préstamo L/P 12.562,50 |
| Maquinaria o Equipos 13.294,00 | | | TOTAL DE PASIVO 12.563 |
| Equipo de Computo 880,00 | | | |
| Muebles y Enseres 2.562,50 | | | PATRIMONIO 8.412,47 |
| | | | Capital |
| OTROS ACTIVOS \$ 667,00 | | | |
| Gastos de Organización \$ 547,00 | | | |
| Gastos de Instalación \$ 120,00 | | | |
| Gastos de Personal \$ 0,00 | | | |
| TOTAL DE ACTIVOS | 20.974,97 | | 20.974,97 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para el presente proyecto las suma de activos, pasivos y patrimonio dando como resultado un estado de situación inicial de \$20.974,97 el mismo que será parte del funcionamiento de la empresa.

5.03.09 Estado de Resultados

“En este informe se presentas los gastos operativos, es decir, los gastos que incurren la entidad como parte de sus actividades de negocios principales, sin incluir el costo de mercancías de las mercancías vendidas.” (Smith Bamber Linda , Harrison , & Horngren , 2003, pág. 183)

Tabla 79
Estado de Resultados

| MICROEMPRESA "Nutricamaron" | | | | | |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|-----------|----------|
| Estado de resultados | | | | | |
| Al 31 de abril del 2019 | | | | | |
| DETALLE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESOS | 94785,60 | 95953,09 | 97134,95 | 98331,374 | 99542,53 |
| SERVICIOS TOTALES | 94785,60 | 95953,08 | 97134,95 | 98331,374 | 99542,53 |
| INFLACIÓN: 0,16 | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| COSTOS | | | | | |
| COSTO DE PROD. | 52826,53 | 52911,06 | 52995,72 | 53080,51 | 53165,44 |
| COSTO DIRECTO | 50188,61 | 50268,92 | 50349,35 | 50429,91 | 50510,60 |
| COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FAB.) | 2637,92 | 2642,14 | 2646,368 | 2650,60 | 2654,84 |
| GASTOS DE VENTAS | 8260,49 | 8273,71 | 8286,95 | 8300,21 | 8313,49 |
| GASTOS DE ADMINISTR. | 24394,22 | 24433,25 | 24472,34 | 24511,50 | 24550,72 |
| GASTOS FINANCIEROS | 1758,75 | 1247,43 | 664,52 | | |
| DEPRECIACIÓN | 1883,93 | 1883,93 | 1883,93 | 1590,60 | 1590,60 |
| UTILIDAD BRUTA | 5661,67 | 7203,71 | 8831,49 | 10848,56 | 11922,29 |
| PARTICIPACION EMPLEADOS (15%) | 849,25 | 1080,56 | 1324,72 | 1627,28 | 1788,34 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 4812,41 | 6123,15 | 7506,77 | 9221,27 | 10133,95 |
| IMPUESTO A LA RENTA | - | - | - | - | - |
| UTILIDAD NETA | 4812,42 | 6123,15 | 7506,77 | 9221,27 | 10133,95 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

En la realización del estado de resultados proyectados se registraron cuentas tales como costos de producción, gastos de ventas, gastos administrativos gastos financieros, depreciaciones; a través de estas cuentas contables se determinó la utilidad bruta del proyecto a realizarse la cual muestra valores rentables para los 5 años de funcionamiento del emprendimiento.

5.03.10 Flujo de Caja

Para la construcción del Flujo de Caja (FC), se tienen diferentes enfoques de acuerdo al uso que pretende darse a este, teniendo en cuenta que en principio el FC Tiene como propósito medir la disponibilidad de efectivo para cancelar las deudas contraídas con terceros y remunerar la inversión de los accionistas de la compañía. (Barajas Novoa , 2008, pág. 155)

Tabla 80
Flujo de Caja

| Flujo de caja | | | | | |
|---------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| -20.974,97 | | | -880,00 | | |
| | 6.829,75 | 8.140,48 | 9.524,10 | 10.945,27 | 11.857,95 |
| -20.974,97 | 6.829,75 | 8.140,48 | 8.644,10 | 10.945,27 | 11.857,95 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Mediante la realización del flujo de caja se determina la capacidad de la empresa para el pago de sus deudas.

5.04 Evaluación Financiera

“La evaluación financiera de proyectos constituye un área de especialización en el campo de las finanzas y requiere de una base de conocimientos de matemáticas financieras.” (Meza Orozco , 2013, pág. 54)

5.04.01 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es la tasa anualizada de rentabilidad exigida por un inversor para el nivel de riesgo asociado con cualquier inversión. El nivel mínimo de la tasa de descuento debería reflejar el coste de oportunidad de una inversión con el mismo riesgo. Dicha tasa se basa generalmente en el coste de capital medio ponderado de compañías en negocios similares para reflejar el nivel de riesgo relativo (la viabilidad) de los flujos de caja del proyecto. (ACCID, 2009, pág. 34)

 Tabla 81
Tasa de Descuento

| TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA | |
|----------------------------------|---------------|
| Concepto | Porcentaje |
| Tasa Activa | 11,83% |
| (+)Tasa Pasiva | 4,10% |
| TMAR | 15,93% |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

La tasa de descuento es la suma entre la tasa activa y pasiva.

5.04.02 VAN

EL VAN puede definirse como la suma de todos los flujos de caja asociados a un proyecto de inversión (desembolso por la inversión inicial y posteriores y flujos de caja asociados al mismo), actualizados a una tasa de descuento i . (Brotons , 2017, pág. 13)

Tabla 82
VAN (Valor Actual Neto)

| - P | + | $\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$ | + | $\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$ | + | $\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$ | + | $\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$ | + | $\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$ |
|-----------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|
| -20.974,97 | + | 6.829,75 | + | 8.140,48 | + | 8.644,10 | + | 10.945,27 | + | 11.857,95 |
| | | 1,16 | | 1,34 | | 1,56 | | 1,81 | | 2,09 |
| -20.974,97 | + | 5.891,27 | + | 6.057,01 | + | 5.547,95 | + | 6.059,59 | + | 5.662,79 |
| -20.974,97 | + | 29.218,61 | | | | | | | | |
| 8.243,64 | | VAN | | | | | | | | |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Al realizar el cálculo del VAN se midió los flujo futuros de ingresos y egresos y a descontar la inversión inicial se reflejó una ganancia de \$8.243,64 lo cual es un valor mayor a 0, lo cual muestra que es proyecto es viable

5.04.03 TIR

“Es la rentabilidad que. Aplicada de forma constante a lo largo del tiempo, convierte el valor inicial de una serie en su valor final.” (Serrano Garcia , 2013, pág. 13)

Tabla 83
TIR (Tasa Interna de Retorno)

| VAN = | - P | + | $\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$ | + | $\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$ | + | $\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$ | + | $\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$ | + | $\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$ |
|-------|-------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|---|--------------------------------|
| VAN = | -20.974,97 | + | 6.829,75 | + | 8.140,48 | + | 8.644,10 | + | 10.945,27 | + | 11.857,95 |
| | | | 1,30 | | 1,69 | | 2,20 | | 2,87 | | 3,73 |
| VAN = | -20.974,97 | + | 5.248,58 | + | 4.807,55 | + | \$ 3.923,11 | + | 3.817,45 | + | 3.178,29 |
| VAN = | - 20.974,97 | + | 20.974,97 | | | | | | | | |
| TIR = | 30,13% | | | | | | | | | | |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Una vez realizado el cálculo de la TIR se toma el proyecto como rentable pues la tasa interna de retorno se muestra mayor que la tasa de descuento.

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Es el periodo para recuperar la inversión inicial considerado los flujo de efectivo nominales, no considera el valor del dinero en el tiempo y por ende los costos financieros. Es una forma muy común de que las personas evalúen un proyecto, ya que es una manera sencilla aunque poco precisa desde el punto de vista financiero. (García Padilla , 2015, pág. 358)

Tabla 84

Periodo de Recuperación

| Periodo | FNE | Acumulado | Factor | FNE Actualizado | Acumulado |
|---------|---------------|---------------|--------|-----------------|---------------|
| 0 | -\$ 20.974,97 | -\$ 20.974,97 | 1,00 | -\$ 20.974,97 | -\$ 20.974,97 |
| 1 | \$ 6.829,75 | -\$ 14.145,22 | 0,86 | \$ 5.891,27 | -\$ 15.083,70 |
| 2 | \$ 8.140,48 | -\$ 6.004,74 | 0,74 | \$ 6.057,01 | -\$ 9.026,69 |
| 3 | \$ 8.644,10 | \$ 2.639,37 | 0,64 | \$ 5.547,95 | -\$ 3.478,74 |
| 4 | \$ 10.945,27 | \$ 13.584,64 | 0,55 | \$ 6.059,59 | \$ 2.580,85 |
| 5 | \$ 11.857,95 | \$ 25.442,59 | 0,48 | \$ 5.662,79 | \$ 8.243,64 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Tabla 85

Periodo de Recuperación a Valores Corrientes y Actualizados

| VALORES CORRIENTES | | | VALORES ACTUALIZADOS | | |
|--------------------|-------------|-----------------------|----------------------|-------------|-----------------------|
| | Ingresos | Inversión a Recuperar | | Ingresos | Inversión a Recuperar |
| AÑO 2 | \$ 8.644,10 | -\$ 6.004,74 | AÑO 4 | \$ 6.059,59 | -\$ 3.478,74 |
| 1 mes | \$ 720,34 | -\$ 5.284,39 | 1 mes | \$ 504,97 | -\$ 2.973,77 |
| 2 mes | \$ 720,34 | -\$ 4.564,05 | 2 mes | \$ 504,97 | -\$ 2.468,81 |
| 3 mes | \$ 720,34 | -\$ 3.843,71 | 3 mes | \$ 504,97 | -\$ 1.963,84 |
| 4 mes | \$ 720,34 | -\$ 3.123,37 | 4 mes | \$ 504,97 | -\$ 1.458,87 |
| 5 mes | \$ 720,34 | -\$ 2.403,03 | 5 mes | \$ 504,97 | -\$ 953,91 |
| 6 mes | \$ 720,34 | -\$ 1.682,68 | 6 mes | \$ 504,97 | -\$ 448,94 |
| 7 mes | \$ 720,34 | -\$ 962,34 | 7 mes | \$ 504,97 | \$ 56,02 |
| 8 mes | \$ 720,34 | -\$ 242,00 | 8 mes | \$ 504,97 | \$ 560,99 |
| 9 mes | \$ 720,34 | \$ 478,34 | 9 mes | \$ 504,97 | \$ 1.065,96 |
| 10 mes | \$ 720,34 | \$ 1.198,68 | 10 mes | \$ 504,97 | \$ 1.570,92 |
| 11 mes | \$ 720,34 | \$ 1.919,03 | 11 mes | \$ 504,97 | \$ 2.075,89 |
| 12 mes | \$ 720,34 | \$ 2.639,37 | 12 mes | \$ 504,97 | \$ 2.580,85 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El periodo de recuperación de valores actualizados es de 4 años 8 meses.

El periodo de recuperación de valores corrientes es de 2 años y 9 meses.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

El análisis costo/beneficio consiste en asignar un valor monetario a todos costos y beneficios que reporta una opción estratégica tanto para los patrocinadores de la misma como para los que reciben el impacto de ella. Esto no siempre es fácil, pero se reconoce que este tipo de análisis tiene como beneficio fundamental que obliga a las personas a explicar los diferentes factores que pueden influir en una opción estratégica. (Carvajal Rivadeneira , Macias Loor , Parraga Solorzano , & Carvajal Rivadeniera , 2018, pág. 62)

Tabla 86
RBC (Relación Costo Beneficio)

| RBC = $\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$ | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|---------------|--------------|
| PERIODO | INGRESOS | INGRESOS ACTUALIZADOS | COSTOS | C | ACTUALIZ |
| 1 | \$ 94.785,60 | \$ 94.785,60 | \$ 52.826,54 | \$ 52.826,54 | \$ 52.826,54 |
| 2 | \$ 95.953,09 | \$ 95.953,09 | \$ 52.911,06 | \$ 52.911,06 | \$ 52.911,06 |
| 3 | \$ 97.134,95 | \$ 97.134,95 | \$ 50.349,35 | \$ 50.349,35 | \$ 50.349,35 |
| 4 | \$ 98.331,37 | \$ 98.331,37 | \$ 53.080,51 | \$ 53.080,51 | \$ 53.080,51 |
| 5 | \$ 99.542,53 | \$ 99.542,53 | \$ 53.165,44 | \$ 53.165,44 | \$ 53.165,44 |
| | | \$ 485.747,54 | | \$ 262.332,90 | |
| RBC = | | 1,85 | | | |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Al realizar el cálculo de la relación costo beneficio se determinó que por cada \$1,00 se obtendrá una utilidad de 0,85 ctvs.

5.04.06 Punto de Equilibrio

“La cantidad de unidades a producir y vender, de manera que los ingresos obtenidos cubran en su totalidad los costos incurridos, teniendo, en consecuencia, una utilidad igual a cero.” (Alvarado Verdin , 2016, pág. 110)

Tabla 87
Punto de Equilibrio

| P.E. = | CF |
|---------------------------|---------------------|
| | $p - C_{vu}$ |
| Costos Fijos: | Valor |
| Gastos Administrativos | \$ 24.394,22 |
| Gastos de Ventas | \$ 8.260,49 |
| Gastos Financieros | \$ 3.670,69 |
| TOTAL COSTOS FIJOS | \$ 36.325,40 |
| Costo Variable unitario | \$ 0,30 |
| Precio | \$ 1,30 |

$$PE = \frac{CF}{p - C_{vu}}$$

$$PE = \frac{\$ 36.325,40}{\$ 1,30 - \$ 0,30}$$

$$PE = \frac{\$ 36.325,40}{\$ 1,00} = 36.283 \text{ u}$$

DEMOSTRACION

| | |
|----------------------------|--------------|
| VENTAS | \$ 47.167,97 |
| (-) Costo Variable | \$ 10.842,57 |
| (=) Margen Contribución | \$ 36.325,40 |
| (-) Costo Fijos | \$ 36.325,40 |
| (=) Utilidad Operacional | \$ 0,00 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

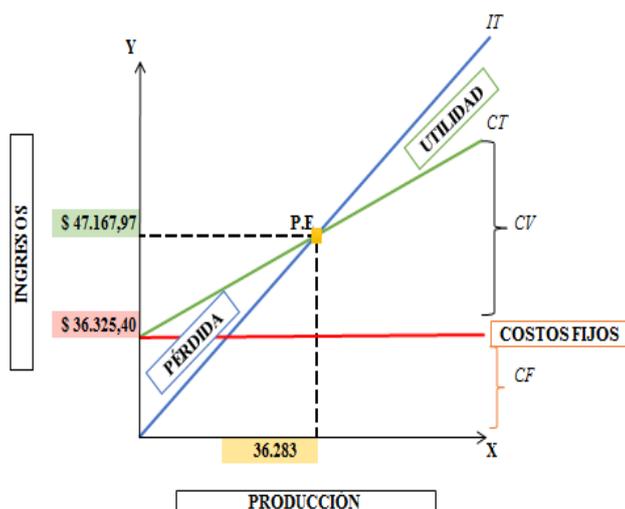


Figura 29 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

Para la determinación de punto de equilibrio del presente proyecto se determinó se deben producir 36.283 unidades, donde la utilidad de la empresa será de \$0,00 punto en el cual no se tendrán ni pérdidas ni ganancias para la empresa.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

“El análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cuantitativos y cualitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa.” (Cordova Padilla , 2012, pág. 94)

5.04.07.01 Rentabilidad Sobre el Patrimonio (R.O.E)

“La rentabilidad sobre patrimonio mide el desempeño de la empresa desde el punto de vista de los dueños, quienes se interesan por ver cuánto genera el capital que han invertido en la firma.” (Mendoza Guerra , 2011, pág. 98)

Tabla 88

| R.O.E | |
|---------|-----------------------------|
| R.O.E = | Utilidad Neta Patrimonio |
| R.O.E = | 4.812,42 8.412,47 |
| R.O.E = | 0,57 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El R.O.E o también conocida como rentabilidad sobre el patrimonio representa un porcentaje del 0,57%.

5.04.07.02 Rentabilidad Sobre Activos (R.O.A)

“La rentabilidad sobre activos es una medida de desempeño gerencial; en efecto, al gerente de la empresa se le entregan unos activos en administración para que los haga rendir.” (Mendoza Guerra , 2011, pág. 98)

Tabla 89

| R.O.A | |
|---------|----------------------------------------------------|
| R.O.A = | $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$ |
| R.O.A = | $\frac{4.812,42}{20.974,97}$ |
| R.O.A = | 0,23 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El R.O.A o rentabilidad sobre activa muestra un porcentaje del 0,23%.

5.04.07.03 Rentabilidad Sobre la Inversión R.O.I

La rentabilidad sobre la inversión interpreta la eficiencia en el uso de los recursos de la empresa y corresponde al cociente entre la utilidad operativa y la inversión atada a la empresa. Como ya se mencionó, la rentabilidad sobre la inversión debe superar el costo de la estructura financiera para así agregar valor. (Navarro Castaño , 2003, pág. 93)

Tabla 90

| R.O.I | |
|-------|-------------------------------------------------|
| ROI= | $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSIÓN}}$ |
| ROI= | $\frac{4.812,42}{20.974,97}$ |
| ROI= | 0,23 |

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

Análisis:

El R.O.I o también conocida como rentabilidad sobre la inversión representa un 0,23%.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) se ha convertido en uno de los principales instrumentos preventivos para la gestión del medio ambiente, y por tanto para que la sociedad disponga de una elevada calidad ambiental o, si quiere, de una calidad ambiental acorde con su grado de desarrollo y con las circunstancias económicas y sociales con que cuenta. Consiste en un procedimiento administrativo para el control ambiental de los proyectos que se apoya en la formulación de estudios técnicos (Estudios de Impacto Ambiental) y en un proceso de participación pública y de los agentes socioeconómicos, que conduce a un pronunciamiento o decisión de administración ambiental (Declaración de Impacto Ambiental) sobre el proyecto. (Gomez Orea & Gomez Villarino, 2013, pág. 23)

Análisis:

El impacto ambiental que tendrá el presente proyecto no será de niveles muy altos pues al hablar que la materia principal en el proceso productivo será el camarón el mismo que tiene que ser pelado y desvenado para su posterior transformación, los desechos que saldrán de este proceso serán almacenados estratégicamente por separado es decir se pondrán en una funda las cascaras del camarón y en otra las tripas del camarón, para las cascaras de chamaron se busca alianzas con empresas que utilizan este producto para un reproceso. Otro impacto ambiental que estará relacionado directamente a la empresa es el ruido el mismo que será generado por las maquinas involucradas en el proceso productivo para evitar que este ruido afecte a la sociedad se realizó un estudio de suelo posteriormente para así ubicar la empresa en un lugar estratégico y donde no afecte ni contamine con el ruido que se generara,

otro de los factores que será utilizado será el agua la misma que se utilizara desde

que ingresa la materia prima principal que es el camarón pues este tiene involucrado en su proceso lavado y desvenado del mismo pues al ser un producto del mar no genera mayor contaminación en la misma. Se clasificaran recursos orgánicos, inorgánicos y renovables.

La implementación de esta empresa no tendrá contaminación por gases pues las máquinas que utilizaremos serán eléctricas y no se afectara a la vegetación en esta implementación.

6.02 Impacto Económico

La idea de impacto económico, en este marco, alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene un impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, el país y el mundo. (Perez Porto , 2018)

Análisis:

El desarrollo de la empresa dedicada a la producción de una salchicha picante a base de camarón estará ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, en el sector de San Isidro del Inca una parroquia que muestra un índice de crecimiento poblacional tolerable lo cual generar beneficios para el proyecto pues al generarse un incremento poblacional se puede dar a conocer el producto en mayor masa.

El impacto económico que desarrollara el producto beneficiara directamente al sector de procesamiento de alimentos, en cuanto al posicionamiento de la empresa se pretende explotar tanto el mercado local y nacional, se pretende explotar el mercado con productos nuevos e innovadores para así generar rentabilidad.

6.03 Impacto Productivo

La productividad se realiza por medio de la gente, de sus conocimientos, y de recursos de todo tipo, para producir o crear de forma masiva los satisfactores a las necesidades y deseos humanos. La productividad tiene un costo y una rentabilidad dependiendo de cómo se administre. (Lopez Herrera , 2013, pág. 11)

Análisis:

El impacto productivo del proyecto está enfocado a aportar a producción de nuevos e innovadores productos que exploten el mercado nacional, evitando así el ingreso de productos exportados; con la implementación de una microempresa dedicada a la producción de salchichas picantes a base de camarón se pretende aportar al PIB nacional y sectorial.

6.04 Impacto Social

“El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones.” (Lizcano Galindo , 2018)

Análisis:

El principal impacto social que creara la implementación del proyecto será la generación de empleo tanto para el sector y también para sectores aledaños a la empresa. Se cumplirá con todas las prestaciones sociales de ley para todos los trabajadores que se involucran a la empresa, también no se pueden dejar de un lado las obligaciones con el gobierno tales como el pago de impuestos entre otros.

Con la innovación de una salchicha hecha a base de camarón se pretende sustituir las salchichas que tradicionalmente se conocen como lo son de carnes rojas y blancas, cabe recalcar que el camarón es bajo en grasa y en calorías y alto en proteínas, cuenta con vitaminas D y B12, también es alto es ácidos grasos tales como el omega 3 es cual ayuda a prevenir enfermedades del corazón.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Se estudiaron los factores internos y externos de la empresa para poder determinar una correcta recopilación de datos, crear nuevas estrategias de marketing y posicionamiento en el mercado.
- Se realizó una encuesta para determinar la oferta y la demanda que tendrá el producto y conocer la aceptación en el mercado al producto nuevo e innovador que se lanzara.
- La localización de la empresa tendrá muchas que ver con el éxito de la misma pues al ser una empresa que se dedicara a la producción y comercialización directa con el cliente, debe estar ubicada en lugares que tengan fácil acceso y así dar a conocer el producto
- Se debe tener una correcta distribución de planta para así garantizar la calidad e inocuidad del producto.
- La inversión total del proyecto será de \$20.974,97 de la cual \$8.412,47 que representan el 40% de la inversión serán recursos propias y el 60% que son \$12.562,50 serán financiados a través de un préstamo bancario.
- El presente proyecto al ser una idea nueva e innovadora carece de competencia directa, pues este se tomara con un punto a favor para explotar el mercado con la salchicha picante de camarón

7.02 Recomendaciones

- Para la implementación de una microempresa se nueva se recomienda contar con todas los permiso para la puesta en marcha del mismo para así evitar futuros inconvenientes con el funcionamiento y las autoridades.
- Se recomienda realizar un cálculo correcto de la producción que tendrá la empresa pues de esta penderá los ingresos y estabilidad de la misma.
- Se deberá tener en cuenta el extracto social al que será dirigido el producto, el mismo que debe contar con posibilidades de compra y así se podrá obtener rentabilidad en la empresa.
- Se recomienda utilizar maquinaria de punta para así evitar tiempos muertos, en caso de una avería en las maquinarias involucradas directamente al proceso productivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Ildelfonso Grande, E. (2005). Marketing de los Servicios. Madrid: ESIC. Abascal , E., & Idelfonfonso Grande, E. (2005). Analisis de Encuesta . Madrid : ESIC .
- ACCID. (2009). Valoracion de Empresas: Bases Conceptuales y Apliaciones Practicas . Barcelona : Profit.
- Adsuara, J. (13 de Agsoto de 2014). In Slideshare. Recuperado el 09 de Febrero de 2019, de In Slideshare: <https://es.slideshare.net/Juanadsuara/entorno-legal-37949423>
- Alfredo, B. P., & Ortiz Tovar , O. (2016). PYMES Implementacion de Normas de Informacion Financiera Internacional. Barranquilla : Universidad del Norte .
- Almoguera, J. (03 de Octubre de 2016). Economiadehoy.es. Recuperado el 23 de Febrero de 2019, de Economiadehoy.es:
<https://www.economiadehoy.es/noticia/9350/economia-practica/bienes-sustitutivos-y-bienes-complementarios.html>
- Alvarez, A. (11 de Septiembre de 2017). Belle Vue Restaurant. Recuperado el 08 de Febrero de 2019, de Belle Vue Restaurant:
<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=embutidos+en+la+edad+media+>
- Alvira Martin , F. (2011). La encuesta: Una prespectiva metologica. Madrid: CIS.
- Arata, A. (2009). Ingeniería y gestión de la confiabilidad operacional en plantas industriales. Aplicación de la Plataforma R-MES. RIL Editores .
- Astudillo Moya , M. (2012). Fundamentos de Economia. Mexico: Probooks. Recuperado el 08 de febrero de 2019.
- Barajas Novoa , A. (2008). Finanzas para no Financistas . Bogota : Pontifica Universidad Javeriana .
- Bonta , P., & Farber , P. (1994). 199 Preguntas de Marketing. Colombia: Norma.
- Brotons , J. M. (2017). Supuestos de valor de inversion. España: Universidad Miguel Hernandez de Elche.
- Buireu Guarro , J. (2007). Prontuario contable. CISS.

Cabeza de Vergara , L., & Castrillon Cifuentes , J. (2014). Matematica Financiera 5^a edicion. Barranquilla (Colombia): Universidad del Norte.

Caldas Blanco , M., Carrion Herraez, R., & Heras Fernandez , A. (2017). Empresa e iniciativa emprendedora . Madrid : Editex .

Carvajal Rivadeneira , D. D., Macias Loor , A. O., Parraga Solorzano , I. P., & Carvajal Rivadeniera , A. J. (2018). Relación costos-clientes y competencias desde la Administración. Alicante,España: Area de Innovacio y Desarrollo,S.L.

Cordova Padilla , M. (2012). Gestion Financiera . Bogota : Ecoe.

Cuatrecasas Arbós, L. (2012). Organizacion de la Produccion y direccion de operaciones. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

De Gregorio Rebeco , J. F. (2007). Macroeconomia Teoria y Politicas. Mexico : Pearson Education .

Dominguez Galceran , R., & Huertas Garcia , R. (2015). Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.

Dvoskin, R. (2004). Fundamentos de marketing Teoria y . Buenos Aires : Granica .

Elma. (21 de Octubre de 2011). El blog de Elma. Recuperado el 08 de febrero de 2019, de El blog de Elma: <http://www.elblogdeelma.es/historia-de-los-embutidos/>

Espinoza Gutierrez , C. L., & Jimenez Boulanger , F. (2007). Costos Industriales. Costa Rica : Editorial Tecnologica de Costa Rica .

Fernandez Espinoza , S. (2007). Los proyectos de inversion . Costa Rica : Tecnologica de Costa Rica .

Fernandez, E. (2010). Adiministracion de empresa un enfoque interdisciplinar. Madrid,España: Paraninfo. Recuperado el 08 de febrero de 2019

Fuentelsaz Gallego , C., Icart Isem , M., & Pulpon Segura , A. (2006). Elaboracion y presentacion de un proyecto de investigacion y una tesina . Barcelona : Universidad de Barcelona .

- Garcia Padilla , V. M. (2015). Analisis Financiero un Enfoque Integral. Mexico : Grupo Editorial Patria .
- Gomez Orea , D., & Gomez Villarino, M. T. (2013). Evaluacion de Impacto Ambiental . Madrid-España: Mundi-Prensa.
- Grande Esteban , I. (2005). Marketing de los Servicios . Madrid : ESIC .
- German Vasquez , A., Guzman Vasquez , D., & Romero Cifuentes Tatiana . (2005). Contabilidad Financiera. Bogota : Centro Editorial Universidad del Rosario .
- Hoyo Aparicio , A. (2012). El precio del mercado ejemplos de aplicacion en el analisis historico . Santander : EUC Ediciones de la Universidad de Cantabrias .
- Lacalle , G., Caldas , M., & Carrion , R. (2012). Recursos humanos y responsabilidad social corporativa. Madrid: Editex. Recuperado el 08 de Febrero de 2019
- Lacalle Garcia , G. (2014). Seleccion de Proveedores (Operaciones Administrativas en compraventa). Editex.
- Lizcano Galindo , J. F. (24 de Marzo de 2018). SCRIBD. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/7440549/Impacto-Social>
- Lopez Belbeze, M. (2008). Direccion comercial (guia de estudio) . Barcelona : Universidad Autonoma de Barcelona . Recuperado el 15 de febrero de 2019
- Lopez Herrera , J. (2013). + Productividad . Estados Unidos : Palibrio .
- Luna Gonzalez , A. (2016). Plan Estrategico de negocios . Mexico : Grupo Editorial Patria .
- Magallon Vasquez , R. (2015). Costos de Comercializacion . Mexico : Instituto Mexicano de Contadores Publicos .
- Martin Gomez , S., Dopacio , I., & Masa Lorenzo, C. (2014). Practicas de gestion operativa en la empresa. España : Paraninfo.
- Martinez Pedros , D., & Milla Gutierrez, A. (2012). Metas Estrategicas. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

- Martinez Sanchez , J. (2017). Embutidos saludables punto. Obtenido de Embutidos saludables punto: <https://embutidossaludables.com/la-historia-de-los-embutidos/>
- Mejia Gutierrez , T. A. (2005). Estructura Presupuestal de un Proyecto Economico. Bogota: Universidad Santo Tomas .
- Mendoza Guerra , J. M. (2011). Decisiones estratégicas: macroadministración. Barranquilla, Colombia : Universidad del Norte .
- Mendoza Roca , C., & Ortiz Tovar , O. (2016). Contabilidad financiera para Contaduría y Administración. Barranquilla : Universidad del Norte .
- Meza Orozco , J. d. (2013). Evaluacion Financiera de Proyectos. Bogota : ECOE.
- Miranda Miranda , J. (2011). Gestion de Proyectos. Bogota : MMeditores.
- Molins Pera , M. (1998). Teoria de la planificacion. Venezuela.
- Naghi Namakforoosh, M. (2005). Metodologia de la Investigacion. Mexico DF: Limusa SA.
- Navarro Castaño , D. (2003). Temas De: Administracion Financiera. Manizales, Colombia : Universidad Nacional de Colombia .
- Navas Ara, M. J. (2016). Metodos, diseños y tecnicas de investigacion psicologicas . Madrid : Uned.
- Ortegon , E., Pacheco , J., & Roura , H. (2005). Metodologia general de identificacion, prearacion y evaluacion de proyecto de inversion publica . Santiago de Chile : United Nations Publications .
- Ortiz Gonzalez , J. (07 de Noviembre de 2014). Finanzas Proyectos. Recuperado el 08 de febrero de 2019, de Finanzas Proyectos: https://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/#tasa_de_interes_activa
- Perez Porto , J. (2018). Definicion.De. Recuperado el 04 de Abril de 2019, de Definicion.De: <https://definicion.de/impacto-economico/>
- Perez Porto , J., & Merino, M. (2013). Definicion.de. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>

- Ramon Escolano , N. (2016). Demografia. Elche: Universidad Miguel Hernandez de Elche.
- Reyes Ramos , O. (2013). Nuevas tendencias en el negocio electronico. EE.UU: Palibrio.
- Rivas , J., & Grande Esteban , I. (2013). Comportamiento del Consumidor: decisiones y estrategias de marketing. Madrid : ESIC .
- Robbins , S., & Coulter , M. (2005). Administracion 8va Edicion. Nacualcapan de Juarez: Marisa de Anta. Recuperado el 08 de febrero de 2019
- Rodriguez Aranday, F. (2018). Formulacion y Evaluacion de proyectos de inversion. Mexico: IMCP.
- Rodriguez Ardura, I. (2011). Principios y estrategias de marketing. Barcelona : UOC.
- Sampieri Fernandez , J. (2006). Metodologia de la investigacion . Mexico : McGrawn-Hill.
- Sanchez , P. (2012). El Cliente: un activo empresarial (Comunicacion y atencion al cliente). Editex.
- Sangri Coral , A. (2014). Introduccion a la Mercadotecnia . Mexico : Grupo Editorial Patria .
- Serrano Garcia , J. B. (2013). El Inversor Tranquilo . Madrid, España : Diaz de Santos .
- Soriano Campos , M. J. (2010). Introduccion a la contabilidad y las finanzas. Barcelona : Profit .
- Suñe, A., Gil , F., & Arcusa , I. (2004). Manual Practico de Diseños de Sistemas Productivos . Madrid : Diaz de Santos .
- Valdez , H. (2017). Diseño de la Estructura Organica del Sistema Organizacional. Lima,Peru: Saxo.com.

Vazquez Burguillo , R. (16 de Octubre de 2016). Economipedia. Recuperado el 14 de febrero de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-de-desempleo-paro.html>

Velasquez Vargas , G. (19 de Septiembre de 2015). Marketing Puro. Recuperado el 08 de marzo de 2019, de Marketing Puro: <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>

Vertice, E. (2008). Analisis de Mercado. España : Vertice. Recuperado el 15 de febrero de 2019

Villacorta Tilve , M. (2010). Introduccion al marketing estrategico . Oviedo : Creative Commons .

Wilson, M., & Pezo Paredes , A. (2005). Formulacion y evaluacion de proyectos tecnologicos empresariales aplicados. Colombia: Convenio Andres Bello.

Young , P., & Keat , P. (2004). Economia de empresa. Mexico : Pearson Educacion.

Zambrano Barrios , A. (2007). Planificacion estrategica, presupuesto y control de la gestion publica. Caracas: Editorial Texto C.A.

Anexos**Anexo 1. Encuesta****Encuesta****ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS****MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION DE SALCHICHAS
PICANTES A BASE DE CAMARON****Datos Generales:****Género:** M.... F....**Edad:****Actividad Económica:** Si..... No.....

1. ¿Consume usted mariscos?

SI..... NO.....

2. ¿Usted es alérgico(a) a los mariscos?

SI..... NO.....

3. ¿Con que frecuencia consume usted mariscos?

Semanal..... Quincenal..... Mensual..... Semestral

4. ¿Con que frecuencia compra usted embutidos?

Diario Semanal..... Quincenal..... Mensual.....

5. ¿Le gustaría comprar un embutido picante a base de camarón?

SI..... NO.....

6. ¿En qué lugar habitualmente compra usted embutidos?

Supermercados..... Tiendas..... Tercenas..... Mercados.....

7. ¿Qué características observa usted al momento de comprar embutidos?

Precio..... Calidad..... Sabor..... Empaque..... Marca.....

8. ¿Usted está satisfecho con el producto de embutidos que ofrecen actualmente otras empresas?

SI..... NO.....

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por presentaciones de 200g de embutidos picantes de camarón:

De 0,75 ctvs. A \$1.....

De \$1,00 a \$1,60.....

De \$1,60 a \$2,50.....

10. ¿Por qué medio le gustaría informarse y saber más de la producción de salchichas picantes a base de camarón?

AMIGOS..... FAMILIARES..... REDES SOCIALES..... FERIAS.....
TRIPTICOS.....



Anexo 2 EPP 8(Equipo de Protección Personal)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Angie Castro

LUAE

FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.



| INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------|----------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| RUC / RISE: | | Nombre Comercial: | | | |
| Establecimiento No.: | | Principal: | Sucursal: | Patente / RAET: | Prodo No.: |
| Actividad Económica: | | Área Útil del establecimiento (m ²): | | | |
| ¿Cuenta en su establecimiento con máquinas de juegos electrónicos y/o mecánicos? Si: <input type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/> | | | | | |
| PERSONA NATURAL | | | | | |
| C.C./Pasaporte: | | Nombre y Apellidos: | | | |
| PERSONA JURÍDICA | | | | | |
| C.C. / Pasaporte Ropr. Legal: | | Nombres y Apellidos Ropr. Legal: | | | |
| Fecha Nombramiento Ropr. Legal: | | Razón Social: | | | |
| IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN) | | | | | |
| (Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación del establecimiento) | | | | | |
| Tamaño del rótulo | | | | Ubicación del rótulo | |
| Largo | Ancho | Altura sobre el nivel de la acera | Tipo de mensaj | Tamaño de la fachada | Local <input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Arrendado <input type="checkbox"/> |
| | | | | Adosado a la fachada frontal | m ² |
| | | | | Adosado a la pared lateral | m ² |
| | | | | Adosado a la pared lateral | m ² |
| DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO | | | | | |
| Parroquia | | Calle principal | | Número | |
| Sector o Referencia para ubicación | | Piso | | Oficina / Departamento | |
| Edificio | | Edificio | | Edificio | |
| Teléfono 1 | | Teléfono 2 | | e-mail | |
| Horario de atención | | Horario de atención | | Horario de atención | |

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.

| INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del Municipio involucradas en el proceso de emisión de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Bomberos, Turismo, y Rotulación. | |
| RUC / RISE No: | Corresponde al número de Registro Único de Contribuyentes del SRL. |
| Nombre Establecimiento: | Corresponde al nombre con el que los clientes utilizan al establecimiento, que puede ser el mismo razón social u otro. |
| Establecimiento No.: | Para el caso de varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el número de establecimiento descrito en el RUC / RISE e identificar con una X el establecimiento correspondiente. |
| Patente / RAET | Corresponde al número de registro de la Patente o RAET |
| Prodo No.: | Corresponde al número de grado en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado. |
| Área Útil del establecimiento: | Registre en metros cuadrados el área del establecimiento donde se realice la actividad económica. |
| Actividad Económica: | Registre la descripción de cada una de las actividades económicas que se realice en el mismo establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes. |
| TIPO DE CONTRIBUYENTE | |
| PERSONA NATURAL: | |
| Cédula de ciudadanía o Pasaporte: | Anotar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del pasaporte. |
| Nombres y Apellidos: | Escribir nombres y apellidos completos del propietario del negocio. |
| PERSONA JURÍDICA: | |
| C.C. / Pasaporte Ropr. Legal: | Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal. |
| Nombres y Apellidos Ropr. Legal: | Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal. |
| Fecha Nombramiento Ropr. Legal: | Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado al representante legal. / Vigencia: fecha en la que caduca el nombramiento del representante legal. |
| Razón Social: | Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía. |
| INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA | |
| TURISMO: | |
| En esta sección de ser el caso, deberá registrarse claramente la información solicitada. En concordancia con el Decreto Presidencial Nro. 873 será prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juegos. Toda actividad económica relacionada con el sector del Turismo debe constar con Registro Turístico. | |
| IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN): | |
| En esta sección deberá registrarse claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rótulo que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento. | |
| DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO: | |
| En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, se importante que registre al menos un número telefónico y correo electrónico. | |

Anexo 3 LUAE

Fuente: DMQ

Elaborado por: Angie Castro

Urkund Analysis Result

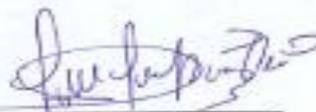
Analysed Document: castro_angie_incubadora.docx (D51042350)
Submitted: 4/25/2019 8:24:00 AM
Submitted By: anlicm24@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

ANDREA AUCAN-CELA TESIS TERMINADA.pdf (D30336935)
proyecto Sol Green unificado.pdf (D30291452)
TESIS FINAL URKUND.pdf (D37102336)
elizabeth gualavisi tubilo.pdf (D37047201)
TRABAJO DE TITULACIÓN ARTESANÍAS DE YERBA MATE.docx (D38729075)
JOHANNA ALEXANDRA TAPIA TOSCANO.pdf (D30287079)
PEREZ ROQUE EDIN FABIAN.pdf (D30286260)

Instances where selected sources appear:

18



Ing. Ángela María Pimbo Bastidas

Directora de tesis

| INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------------|---------------------|---------------------|----------------------------------------------|----------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------|--|
| <p>NOMBRE TUTOR: PINBO BASTIDAS ANGELA MARIA CASTROVALENTIN ANGIE LILIBETH CARRERA: ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN TEMA DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE SALCHICHAS PICANTES A BASE DE CAMARÓN UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018 Código: 23.66 marzo del 2019 19:16:30</p> | | | | | | | | | | | |
| TIPO REPORTE: ACUMULATIVO | | | | | | | | | | | |
| MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL | | | | | | | | | | | |
| NO. CODIG | FECHA | TIPO ASESORIA | HORA INICIO | HORA FIN | TEMA TRATADO | PERIODO: | HORAS | OBSERVACION | ESTADO SC | OCT 2018_MAR 2019 | |
| | | | | | | | | REVISIÓN DE JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES SE ENVÍA MODIFICACIONES | PROCESADO | | |
| 1 | 154298 | INSITU | 2019-01-15 14:30:00 | 2019-01-15 15:30:00 | INTRODUCCION / JUSTIFICACION | | 1.00 | NO ASISTIO A TUTORIAS | PROCESADO | | |
| 2 | 154299 | INSITU | 2019-01-22 14:30:00 | 2019-01-22 15:30:00 | INTRODUCCION / ANTECEDENTES | | 1.00 | SE REVISARON LOS CAMBIOS EN JUSTIFICACION Y SE APRUEBA SE ENVIA NUEVAS MODIFICACIONES EN ANTECEDENTES SE REVISARON FACTOR ECONOMICO LEGAL SOCIAL SE ENVIA A REALIZAR BIEN LA INFORMACION DE LOS DATOS ESTADISTICO DEL FACTOR ECONOMICO. A MODIFICAR LOS REQUISITOS Y LA PEA | PROCESADO | | |
| 3 | 154300 | INSITU | 2019-01-29 14:30:00 | 2019-01-29 15:30:00 | ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO | | 1.00 | SE REALIZA LAS MODIFICACIONES DE JUSTIFICACION ANTECEDENTES FACTOR ECONOMICO HASTA (TASA DE DESEMPLEO.) | PROCESADO | | |
| 4 | 155691 | AUTONOMA | 2019-01-26 08:47:00 | 2019-01-26 19:47:00 | ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO | | 11.00 | CONTINUA CON MODIFICACIONES EN LA PEB SECTORIAL TASA DE INTERES Y SE REVISARON PROVEEDORES CLIENTES Y COMPETIDORES SE ENVIA MODIFICACIONES EN COMPETIDORES Y PROVEEDORES | PROCESADO | | |
| 5 | 154301 | INSITU | 2019-02-08 14:30:00 | 2019-02-08 15:30:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL | | 1.00 | HICE LAS CORRECCIONES DE LAS NORMAS APA. REALICE ANALISIS. CAMBIE LA INFORMACION DE LAS TABLAS Y FIGURAS. DESDE INFLACION HASTA ENTORNO LOCAL REALICE LOS DIAS 30 HASTA EL 5 DE FEBRERO | PROCESADO | | |
| 6 | 155692 | AUTONOMA | 2019-02-03 07:30:00 | 2019-02-03 18:00:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL | | 11.00 | SE APRUEBA AMBIENTE EXTERNO FACTOR SOCIAL Y LEGAL Y LOCAL SE REVISARON MISION VISION GESTION ADMINISTRATIVA SE ENVIA MODIFICACIONES EN EL ORGANIGRAMA EN DIRECCION CONTROL GESTION OPERATIVA SE ENVIA HACER NUEVAMENTE EL FLUJO GRAMA Y EN GESTION COMERCIAL A A MODIFICAR PLAZA PUBLICIDAD LOGO SLOGAN Y PAPELERIA CORPORATIVA | PROCESADO | | |
| 7 | 154302 | INSITU | 2019-02-15 14:30:00 | 2019-02-15 15:30:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO | | 1.00 | REALICE CORRECCIONES ENVIADAS EN LA ANTERIOR TUTORIA TODO LO QUE FUE EL ANALISIS EXTERNO CONTINUE CON EL ANALISIS INTERNO PROPUESTA ESTRATEGICA. GESTION | PROCESADO | | |
| 8 | 155693 | AUTONOMA | 2019-02-10 08:10:00 | 2019-02-10 19:10:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO | | 11.00 | ADMINISTRATIVA CORPORATIVA COMERCIAL. LOGOTIPO. MATERIAL POP. SE HIZO LOS DIAS 9 HASTA EL 14 DE FEBRERO | PROCESADO | | |
| 9 | 154303 | INSITU | 2019-02-22 14:30:00 | 2019-02-22 15:30:00 | ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS ROTA | | 1.00 | NO ASISTIO A TUTORIAS | PROCESADO | | |
| 10 | 155136 | INSITU | 2019-03-01 14:30:00 | 2019-03-01 15:30:00 | ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR | | 1.00 | SE APROBADO CAPITULOS DOS Y SE REVISARON ESTUDIO DE MERCADO Y ENCUESTA SE ENVIA A REALIZAR LA ENCUESTA Y TABULAR | PROCESADO | | |
| 11 | 155694 | AUTONOMA | 2019-02-24 11:40:00 | 2019-02-24 22:00:00 | ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR | | 11.00 | ULTIMAS MODIFICACIONES ENVIADAS EN LA TUTORIA ANTERIOR DE TODO EL CAPITULO DOS BUSQUEDA DE DEFINICIONES DEL CAPITULO III (OFERTA. HISTORICA ACTUAL. PROYECTADA DEMANDA. HISTORICA ACTUAL. PROYECTADA) PRODUCTO SUSTITUTO. BALANCE OFERTA DEMANDA. CORRECCION ENCUESTA. | PROCESADO | | |
| 12 | 156297 | INSITU | 2019-03-08 14:30:00 | 2019-03-08 16:30:00 | ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA | | 2.00 | SE REVISARON LAS MODIFICACIONES ENVIADAS EN EL ANTERIOR TUTORIA SE REVISARON TERCER CAPITULO LAS TABULACIONES OFERTA DEMANDA Y DEMANDA INSATISFECHA | PROCESADO | | |

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE SALCHICHAS PICANTES A BASE DE CAMARÓN UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018

| | | | | | | | | | |
|----|--------|------------|----------|---------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 13 | 156312 | 2019-03-03 | AUTONOMA | 2019-03-03 08:17:00 | ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA | 2019-03-03 09:17:00 | 11,00 | CORRECCIONES DE FLUJO GRAMA, TABLA DE CRECIMIENTO, PEA, PRODUCTO FIGURAS PLANIFICACION FODA PLAZA PROMOCION PUBLICIDAD, ESTUDIO DE MERCADO CITAS TODO LOS ITEMS, MODIFICAR HASTA ENCUESTA SE AVANZO CON LAS TABULACIONES, DEMANDA, OFERTA Y DEMANDA | PROCESADO |
| 14 | 166518 | 2019-03-01 | AUTONOMA | 2019-03-01 15:00:00 | ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA | 2019-03-01 23:00:00 | 8,00 | REALIZO LOS CAMBIOS ENVIAROS Y REALIZO LAS CITAS BIBLIOGRAFICAS ARREGLAR TABLAS Y FIGURAS DEL ESTUDIO DE MERCADO | PROCESADO |
| 15 | 157886 | 2019-03-15 | INSITU | 2019-03-15 14:30:00 | ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS | 2019-03-15 16:30:00 | 2,00 | REALIZO LAS MODIFICACIONES DE LAS TABULACIONES Y GENERE DEMANDA BALANCE SIGUIE EN MINIMAS CORRECCIONES SE REVISA TODO EL ESTUDIO TECNICO SE ENVA MODIFICACIONES | PROCESADO |
| 16 | 157871 | 2019-03-10 | AUTONOMA | 2019-03-10 07:50:00 | ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS | 2019-03-10 18:50:00 | 11,00 | REALICE LAS CORRECCIONES DE TABULACIONES Y ANALISIS TABLAS DE OFERTA DEMANDA, BALANCE CITAS DE ESTUDIO TECNICO, Y LA INFORMACION DEL ESTUDIO TECNICO, HASTA LOCALIZACION ESTO TRABAJO LOS DIAS 9 Y 10 DE MARZO | PROCESADO |
| 17 | 157874 | 2019-03-13 | AUTONOMA | 2019-03-13 15:15:00 | ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS | 2019-03-13 23:15:00 | 8,00 | REALIZO EL ESTUDIO TECNICO DESDE MICRO LOCALIZACION HASTA MAQUINARIA Y EQUIPO | PROCESADO |
| 18 | 159191 | 2019-03-22 | INSITU | 2019-03-22 15:30:00 | ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA | 2019-03-22 16:30:00 | 1,00 | REVISION DE LOS ANALISIS DE LA TABULACION OFERTA DEMANDA BALANCE SIGUIE EN MODIFICACIONES, REALIZO TODO EL ESTUDIO TECNICO SE ENVA | PROCESADO |
| 19 | 159192 | 2019-03-16 | AUTONOMA | 2019-03-16 10:33:00 | ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA | 2019-03-16 21:33:00 | 11,00 | REALIZO LAS MODIFICACIONES DE LA REVISION DE LA TUTORIA ANTERIOR, CITAS BIBLIOGRAFICAS DEL ESTUDIO TECNICO Y TODA LA INFORMACION MISMO ELABORACION DE TABLA DE MUEBLES Y ENSERES, | PROCESADO |
| 20 | 166521 | 2019-03-17 | AUTONOMA | 2019-03-17 15:06:00 | ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA | 2019-03-17 23:06:00 | 8,00 | TABLA EQUIPOS DE OFICINA TABLA EQUIPOS DE COMPUTACION E INVESTIGUE CADA UNO DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS CITADOS EN LAS TABLAS | PROCESADO |
| 21 | 160333 | 2019-03-29 | INSITU | 2019-03-29 15:30:00 | ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA | 2019-03-29 16:30:00 | 1,00 | APROBADO, CAPITULO TRES Y MININAS CORRECCIONES CUARTO CAPITULO Y PLANTILLA DEL FINANCIERO | PROCESADO |
| 22 | 160354 | 2019-03-23 | AUTONOMA | 2019-03-23 16:14:00 | ESTUDIO TECNICO / TAMANTO DEL PROYECTO | 2019-03-23 21:14:00 | 11,00 | REALIZO MODIFICACIONES DE OFERTA DEMANDA Y BALANCE, ESTUDIO TECNICO CITAS DEL MISMO CAPITULO | PROCESADO |
| 23 | 166526 | 2019-03-24 | AUTONOMA | 2019-03-24 15:09:00 | ESTUDIO TECNICO / TAMANTO DEL PROYECTO | 2019-03-24 23:09:00 | 8,00 | REALIZO LAS MATRICES DE CAPACIDAD LA MATRIZ DE LOCALIZACION OPTIMA MATRIZ DE DISTRIBUCION DE LA PLANTA | PROCESADO |
| 24 | 160355 | 2019-03-26 | AUTONOMA | 2019-03-26 11:15:00 | ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION DEL PRODUCTO | 2019-03-26 21:15:00 | 10,00 | ESTUDIO FINANCIERO PLANTILLA Y LA RESPECTIVA INFORMACION | PROCESADO |
| 25 | 161895 | 2019-04-03 | AUTONOMA | 2019-04-03 08:17:00 | ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO | 2019-04-03 09:17:00 | 11,00 | REALIZO EL CAPITULO V Y VI Y SE ELABORAN INDICES Y BIOGRAFIA | PROCESADO |
| 26 | 161896 | 2019-04-04 | AUTONOMA | 2019-04-04 11:19:00 | ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES | 2019-04-04 21:19:00 | 10,00 | REALIZO CITAS DEL FINANCIERO CORREGIR COSTO FINANCIERO, | PROCESADO |
| 27 | 161897 | 2019-04-05 | INSITU | 2019-04-05 15:40:00 | ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES | 2019-04-05 17:40:00 | 2,00 | REVISION DE TODAS LA MODIFICACIONES ENVIADAS Y AVANCE DEL ANALISIS DE IMPACTOS Y CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | PROCESADO |
| 28 | 166499 | 2019-04-04 | INSITU | 2019-04-04 15:00:00 | ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES | 2019-04-04 23:00:00 | 8,00 | SE REALIZO EL CAPITULO V Y VI Y SE ELABORAN INDICES Y BIOGRAFIA | PROCESADO |
| 29 | 162033 | 2019-04-06 | AUTONOMA | 2019-04-06 13:11:00 | ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION | 2019-04-06 23:11:00 | 10,00 | REALIZO CITAS DEL FINANCIERO CORREGIR COSTO FINANCIERO, | PROCESADO |
| 30 | 162034 | 2019-04-08 | INSITU | 2019-04-08 10:40:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL | 2019-04-08 11:40:00 | 1,00 | REVISION DE LOS CAMBIOS ENVIADOS EN LA TUTORIA ANTERIOR | PROCESADO |
| 31 | 162367 | 2019-04-10 | AUTONOMA | 2019-04-10 12:38:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO | 2019-04-10 23:38:00 | 11,00 | REALIZO LAS TABLAS DEL FINANCIERO Y SUS ANALISIS | PROCESADO |
| 32 | 162368 | 2019-04-12 | INSITU | 2019-04-12 15:55:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO | 2019-04-12 17:55:00 | 2,00 | REVISION DEL FINANCIERO SE ENVA MODIFICACIONES SE REVISA TODA LA TESIS | PROCESADO |
| 33 | 166507 | 2019-04-13 | AUTONOMA | 2019-04-13 11:30:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL | 2019-04-13 22:30:00 | 11,00 | REALIZO EN EL WORD TODA LA PLANTILLA DEL FINANCIERO Y REALIZO LOS CAMBIO DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, Y ANALISIS | PROCESADO |
| 34 | 166508 | 2019-04-19 | INSITU | 2019-04-19 14:30:00 | ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL | 2019-04-19 16:30:00 | 2,00 | REVISION DE LOS CAMBIOS ENVIADOS | PROCESADO |

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE SALCHICHAS PICANTES A BASE DE CAMARÓN UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018

| | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------|--------|------------|----------|---------------------|--------------------------------------------------|---------------------|-------|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 35 | 166510 | 2019-04-26 | INSITU | 2019-04-26 14:30:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES | 2019-04-26 16:30:00 | 2.00 | REVISIÓN DE TODA LA TESIS PARA MANDAR A URKUND | PROCESADO |
| 36 | 166515 | 2019-04-23 | AUTONOMA | 2019-04-23 16:00:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES | 2019-04-23 23:00:00 | 7.00 | REALIZO LAS CORRECCIONES DEL PLAGIO | PROCESADO |
| 37 | 166512 | 2019-04-25 | AUTONOMA | 2019-04-25 13:40:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES | 2019-04-25 23:40:00 | 10.00 | REALIZO TODAS LAS CORRECCIONES PARA ENVIAR AL LECTOR | PROCESADO |
| 38 | 166516 | 2019-04-24 | AUTONOMA | 2019-04-24 13:00:00 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES | 2019-04-24 23:00:00 | 10.00 | REALIZO TODOS LOS CAMBIOS DEL PLAGIO Y ARREGLO PRELIMINARES | PROCESADO |
| TOTAL HORAS: | | | | | | | | 240 | |
| | | | | | | | | | |
| RECIBIDO | | | | | | | | | |
| GUERRA LLINER CARLA ELIZABETH DELEGADO CI: 1719712927 | | | | | | | | | |
| FECHA: | | | | | | | | | |
| Administración Industrial y de la Producción | | | | | | | | | |



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **Angie Lilibeth Castro Macías**, portador de la cédula de identidad N° 131471955-8, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 23 de mayo del 2019

Sra. Mariela Balseca
CADA INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
RECIBIDO

Ing. Carla Guerra
Administración Industrial y de la Producción
DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



28 MAY 2019

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Adm. Ing. Christian Guerrero
DIRECTOR DE CARRERA



Srta. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales
derechos, deberes y obligaciones*