

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

SEDE QUITO

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CONTADORA PÚBLICA
AUTORIZADA**

TÍTULO:

**Título: Análisis de rentabilidad de una nueva línea de embutidos en la empresa
Comisariato de Carnes S.A., en la ciudad de Quito año 2019.**

AUTORA:

Autora: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

TUTOR:

Tutor: Ing Julio Cesar Niama Jativa Msc

Quito - 2020

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

ING. **Julio Cesar Niama Jativa Msc** en calidad de Asesoría del Trabajo de Investigación designado por disposición de Cancillería de la UMET, certifico que la señorita, **Gabriela Estefania Galindo Almeida** ha culminado el trabajo de investigación, con el tema: **Análisis de rentabilidad de una nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., en la ciudad de Quito año 2019**. Quien ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos por lo que se aprueba de la misma.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente,

ING. **Julio Cesar Niama Jativa Msc**

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Gabriela Estefania Galindo Almeida**, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, de la carrera Contabilidad y Auditoría, declaro en forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación Análisis de rentabilidad para la nueva línea de embutidos Estudio de Caso de Sistematización de Experiencias sobre Análisis de rentabilidad para la nueva línea de embutidos en la empresa Comisarito de Carnes S.A y las expresiones vertidas en la misma, son autoría la compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



GABRIELA ESTEFANIA GALINDO ALMEIDA

CI: 1726700865

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Gabriela Estefanía Galindo Almeida, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, Análisis de rentabilidad para la nueva línea de embutidos en la empresa Comisarito de Carnes S.A, modalidad (Proyecto de Investigación, Estudio de Caso, Sistematización de experiencias, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



Firmado electrónicamente por:
GABRIELA
ESTEFANIA
GALINDO ALMEIDA

Gabriela Estefanía Galindo Almeida

CI: 1726700865

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios por ser mi mayor guía me dio la fuerza para no rendirme en el proceso de obtener uno de los más grandes anhelos.

Quiero agradecer a mis padres, por el amor constante el sacrificio que fue mutuo de todos estos años gracias a ustedes he llegado a formarme la mujer que soy ha sido un orgullo y privilegio enorme el ser su hija son los mejores padres.

No puedo dejar en alto a mi hermano por estar siempre presente acompañándome y apoyándome al igual que el resto de mi familia, también el reconocer a cada persona que me abrió las puertas y me supieron compartir sus experiencias y conocimientos sin untes nada de esto habría sido posible.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo no hubiera sido posible sin el ayuda y enseñanza de muchas personas, a las cuales doy mi infinito agradecimiento, en especial a cada ingeniero que formo parte de mi educación y de desarrolló como profesional que fueron de gran ayuda al guiarme en varios aspectos para el desarrollo de mi trabajo.

Tal cual sin pasar de alto el apoyo emocional que recibí de mis familiares que persistieron sin algún alto apoyándome durante este largo proceso que estuvieron alentándome constantemente el proseguir con mis trabajos, regalándome un poco de su tiempo e inspirándome para poder lograr este objetivo y agradecerles infinitamente lo que hicieron por mí.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	ii
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	1
Situación problemática.....	1
Formulación del problema	1
Sistematización del problema	3
Delimitación	3
Justificación	4
Objetivos.....	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos.....	4
Enfoque de la investigación	5
Tipo de investigación	6
Métodos de investigación	6
Población y muestra	7
Técnicas e instrumentos para la recopilación de la información	9
Tratamiento de la información.....	9

	viii
Metodología para el estudio de factibilidad.....	9
Aporte práctico.....	10
Significación de la investigación	10
Descripción capitular.....	10
CAPÍTULO I	12
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	12
1.1. Antecedentes Investigativos	12
1.2. Estudio de Factibilidad.....	15
1.2.1. Estudio de Factibilidad de Mercado	16
1.2.2. Estudio de Factibilidad Técnica.....	17
1.2.3. Estudio de Factibilidad Económica-Financiera.....	19
1.3. Base legal	27
1.4. Marco Conceptual.....	28
CAPÍTULO II	30
2. MARCO METODOLÓGICO	30
2.1. Descripción general	30
Objetivo general.....	31
2.2. Diagnóstico situacional	32
2.2.1. Análisis del Macroentorno.....	32
2.2.1.1. Entorno Político.....	32
2.2.1.2. Entorno Económico.....	32
2.2.1.3. Entorno Social	33
2.2.1.4. Entorno Tecnológico.....	34
2.2.2. Análisis del Microentorno	34
2.2.3. Matriz FODA	37

	ix
2.3. Estudio de mercado	39
2.3.1. Segmentación	39
2.4. Resultados de la Encuesta	39
2.4.1. Resumen de resultados	50
2.4.2. Demanda	53
2.4.3. Oferta	53
CAPÍTULO III	54
PROPUESTA DE SOLUCIÓN	54
3.1. Objetivos de la propuesta	54
3.2. Alcance	54
3.3. Plan operativo	54
3.4. Estudio técnico y administrativo	55
3.4.1. Localización	55
3.4.2. Ingeniería del Proyecto	55
3.4.2.1. Proceso productivo	55
3.4.2.2. Capacidad instalada	56
3.4.2.3. Distribución espacial	57
3.4.3. Requerimiento de equipamiento	59
3.4.4. Requerimiento de RRHH	62
3.5. Estudio económico financiero	62
3.5.1. Evaluación Económica	62
3.5.1.1 Inversión en Activos	62
3.5.1.1. Capital de Trabajo	63
3.5.1.2. Inversión Inicial	64
3.5.1.3. Financiamiento	65

	x
3.5.1.4. Presupuesto de Ingresos	67
3.5.1.5. Presupuesto de Gastos	68
3.5.2 Evaluación Financiera	77
3.5.2.1 Flujo de caja	77
3.5.2.2 Indicadores de rentabilidad	78
3.5.2.3 Análisis de Sensibilidad	81
3.5.1.7. Punto de Equilibrio	86
3.5.3 Análisis Financiero	88
3.5.3.1 Análisis del Estado de Resultados	88
3.5.4 Índices de rentabilidad	90
CONCLUSIÓN	93
RECOMENDACIÓN	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Delimitación.....	3
Tabla 2. Población del canton Quitooblación del canton Quito	8
Tabla 3. FODA	38
Tabla 4. Género de los encuestados.....	39
Tabla 5. Edad de los encuestados	40
Tabla 6. Consumo de Chorizo.....	41
Tabla 7. Tipos de embutidos preferidos	42
Tabla 8. Aspectos que se tienen en cuenta en la compra de embutidos.....	43
Tabla 9. Frecuencia con la que se compran embutidos	44
Tabla 10. Resultados sensoriales del "Chorizo Gallego".....	45
Tabla 11. Disposición a consumir "Chorizo Gallego".....	46
Tabla 12. Cantidad de fundas dispuestas a comprar	46
Tabla 13. Lugares donde gustaría adquirirlo	47
Tabla 14. Monto dispuesto a pagar por el "Chorizo Gallego"	48
Tabla 15. Medios por los cuales prefieren recibir información.....	49
Tabla 16. Resumen de la encuesta.....	50
Tabla 17. Plan operativo	54
Tabla 18. Espacios del área de producción.....	57
Tabla 19. Distribución de m ² por área	58
Tabla 20. Equipamiento para la línea de "Chorizo Gallego"	59
Tabla 21. Equipos de computo y muebles del proceso administrativo	62
Tabla 22. Inversión en Activos	63
Tabla 23. Capital de Trabajo	64
Tabla 24. Inversión Inicial.....	64
Tabla 25. Tabla de Amortización del préstamo	66
Tabla 26. Presupuesto de Venta.....	67
Tabla 27. Gastos de Mano de Obra Directa	69
Tabla 28. Costo unitario	70

Tabla 29. Costo de Materiales	71
Tabla 30. Gastos de Mano de Obra Indirecta.....	72
Tabla 31. Gastos Generales	73
Tabla 32. Gastos de publicidad.....	74
Tabla 33. Gastos de depreciación.....	75
Tabla 34. Resumen de la proyección de los costos y gastos	76
Tabla 35. Flujo de Caja	77
Tabla 36. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	78
Tabla 37. Cálculo del VAN, TIR y PR.....	79
Tabla 38. Saldos acumulados del flujo de caja	80
Tabla 39. Relación Costo – Beneficio	80
Tabla 40. Flujo de Caja del Escenario Opimista.....	82
Tabla 41. Flujo de Caja del Escenario Pesimista	84
Tabla 42. Costos fijos.....	86
Tabla 43. Costos Variables	86
Tabla 44. Punto de Equilibrio	87
Tabla 45. Análisis del Estado de Resultados Proforma.....	88
Tabla 46. Análisis del Estado de Situación Financiera Proforma	89
Tabla 47. Rentabilidad sobre Inversión (ROI) = Utilidad Neta/Total de Activo	90
Tabla 48. Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE) = Utilidad Neta/Patrimonio	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de problemas	2
Figura 2: Evolución mensual	12
Figura 3: Evolución de la variación mensual de la sección 2	13
Figura 4: Método grafico del punto de equilibrio.....	26
Figura 5: Obtención de permisos	27
Figura 6: Organigrama estructural de la empresa	31
Figura 7: Las 5 fuerzas de Porter	35
Figura 8: Género de los encuestados	40
Figura 9: Edad de los encuestados	40
Figura 10: Consumo de Chorizo.....	41
Figura 11: Tipos de embutidos preferidos	42
Figura 12: Aspectos que se tienen en cuenta en la compra de embutidos.....	43
Figura 13: Frecuencia con la que se compran embutidos	44
Figura 14: Resultados sensoriales del "Chorizo Gallego"	45
Figura 15: Disposición a consumir "Chorizo Gallego"	46
Figura 16: Cantidad de fundas dispuestos a comprar	47
Figura 17: Lugares donde gustaría adquirirlo.....	48
Figura 18: Monto dispuesto a pagar por el "Chorizo Gallego"	49
Figura 18: Medios por los cuales prefieren recibir información.....	50
Figura 20: Flujograma de Proceso de Elaboración del Chorizo.....	56
Figura 21: Distribución en planta.....	58
Figura 22: Punto de Equilibrio, Año 1	87
Figura 23: ROI.....	91
Figura 24: ROE	91

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo general analizar la rentabilidad de una nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A. Para el cumplimiento del mismo la investigación fue desglosada en 3 capítulos. Comenzando con los referentes teóricos en los cuales se sustentó la investigación. Posteriormente en el capítulo II se establecieron los elementos metodológicos del estudio, el cual se caracteriza por ser de tipo no experimental, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, cuya población objeto de estudio la conformaron 1.097.521 personas de la Población Económicamente Activa (PEA) de Quito, a cuya muestra de 384 se le aplicó una encuesta para el estudio de mercado.

Finalmente la investigación culmina con los resultados y propuesta de solución, en el que se diagnostica la situación actual de la empresa, se realiza el estudio de mercado, el estudio técnico y administrativo, culminando con el estudio financiero en el que se evidencia que la nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., es factible, donde el VAN es positivo con un valor de 33.805,17 USD, con una TIR de 21,78% superior al 10,86% exigido para cubrir el costo del capital, además de recuperar la inversión en 4 años, 11 meses y 4 días aproximadamente y obtenido 1,25 USD de beneficios por cada dólar gastado en la empresa.

Palabras Claves: Rentabilidad, Línea de embutidos, Comisariato de Carnes S.A.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the profitability of a new line of sausages at the company Comisariato de Carnes S.A. To comply with them, the research was broken down into 3 chapters. Starting with the theoretical references on which the research was based. Later, in Chapter II, the methodological elements of the study were established, which is characterized by being non-experimental, with a qualitative and quantitative approach, whose population under study was made up of 1,097,521 people from the Economically Active Population (PEA) from Quito, to whose sample of 384 a market study survey was applied.

Finally, the investigation culminates with the results and proposed solution, in which the current situation of the company is diagnosed, the market study, the technical and administrative study are carried out, culminating with the financial study which shows that the new line of sausages in the company Comisariato de Carnes S.A., is feasible, where the NPV is positive with a value of 33.805,17 USD, with an IRR of 21,78% higher than the 10,86% required to cover the cost of capital, in addition to recovering the investment in Approximately 4 years, 11 months and 4 days and obtained 1,25 USD of benefits for every dollar spent in the company.

Key Words: Profitability, Line of sausages, Comisariato de Carnes S.A.

INTRODUCCIÓN

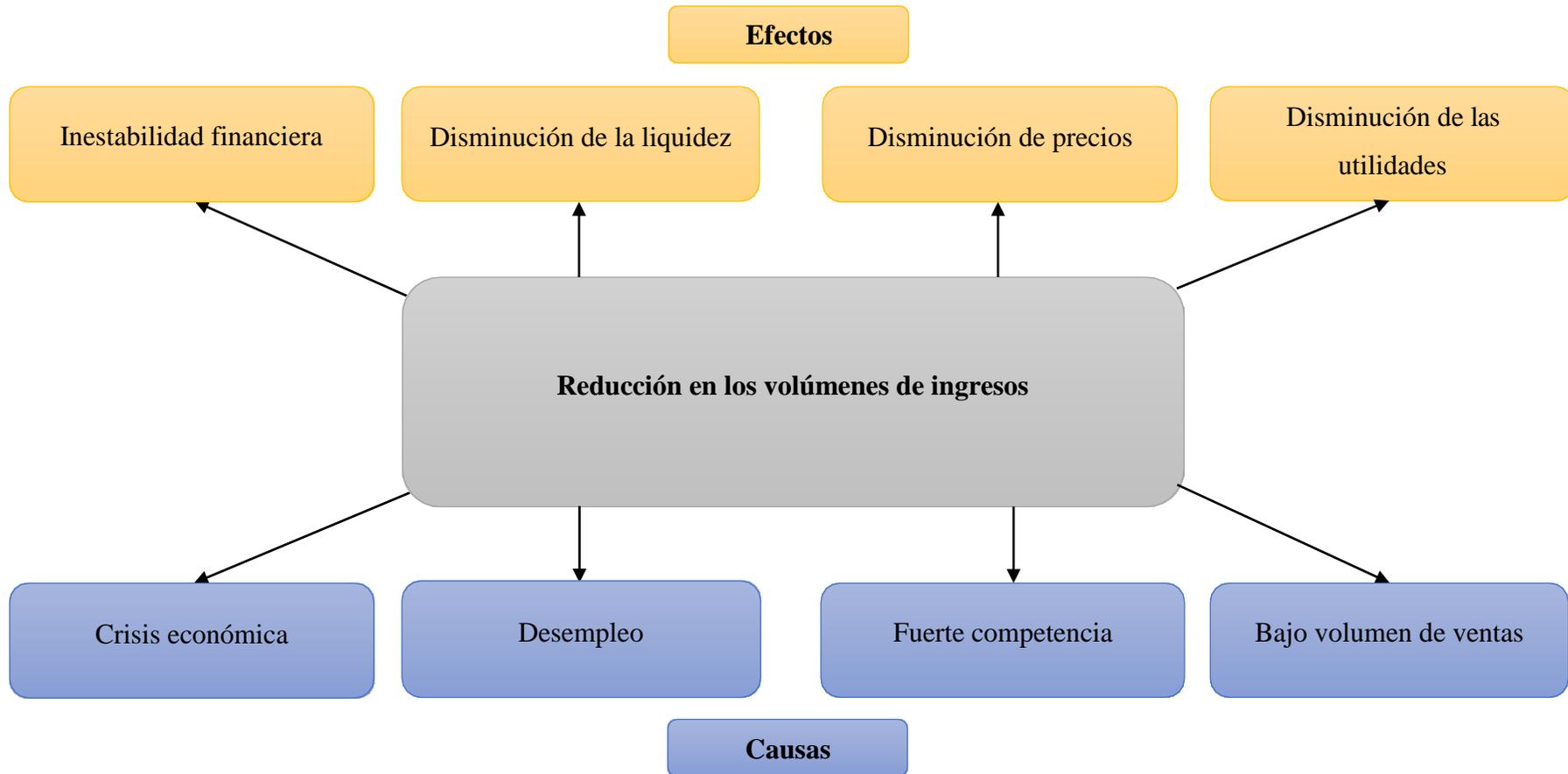
Situación problemática

La situación económica que atraviesa el país ha obligado a las empresas y nuevos emprendimientos a reinventarse como organización y buscar la máxima eficiencia para sobrevivir en medio de la crisis. Asimismo, es necesario mantener los volúmenes de venta, pues los ingresos obtenidos deben ser la fuente primaria de financiamiento para cumplir con las obligaciones del negocio y cubrir sus gastos operacionales. No obstante, se hace necesario la búsqueda de financiamiento para poder incorporar un producto al mercado, pues no siempre se cuenta con todo el capital necesario para este fin.

Formulación del problema

¿Han disminuido los volúmenes de ingresos en la empresa Comisariato de Carnes S.A.?

Figura 1: Árbol de problemas



Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

El problema principal de investigación es la reducción en los volúmenes de ingresos de la empresa objeto de estudio. Se aprecia que las causas pueden estar dadas por la situación económica que atraviesa el país, la cual a su vez ha provocado altos índices de desempleo. Por otro lado, la competencia es fuerte entre las empresas que ofrecen este tipo de productos en el mercado, lo que en combinación con los otros factores provoca que los volúmenes de venta en la empresa Comisariato de Carnes S.A. sean bajos. Además, estas causas provocan que la empresa sea inestable económicamente, exista disminución en su liquidez, asimismo, bajar los precios por la alta competencia y, por último, no hay un crecimiento en las utilidades. Cada una tiene influencia sobre la situación actual de la empresa, pues en su mayoría no son generadas dentro de la organización, sino que forman parte del entorno de la entidad, complicando la forma en que se pueden combatir para evitar una baja en los ingresos. Esta situación puede provocar que en el corto plazo la empresa se vea imposibilitada de poder afrontar sus obligaciones con sus proveedores y no contar con dinero suficiente para continuar con sus operaciones.

Sistematización del problema

- ¿Cuál es la oferta y la demanda de este tipo de producto en la ciudad de Quito?
- ¿Cuáles son las posibilidades de financiamiento?
- ¿Cuáles son los posibles ingresos a futuro?
- ¿Será factible introducir una nueva línea de productos?

Delimitación

Tabla 1. Delimitación

Campo: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
Área: Ciencias Administrativas
Tema: Análisis de rentabilidad de una nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., en la ciudad de Quito año 2019.
Objeto de estudio: Factibilidad del plan de negocio
Problema: Reducción en los volúmenes de ingresos
Delimitación Espacial: Comisariato de Carnes S.A.
Tiempo: 2020

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Justificación

Por la situación actual de la empresa, la dirección de esta se ha visto en la necesidad de buscar una alternativa para generar ingresos que puedan ayudar a la sostenibilidad y desarrollo del negocio. En este sentido, se decide incorporar una nueva línea de producto que eleve las ventas y la captación de nuevos clientes. Para ello es necesario elaborar un plan de negocio en el que se tiene presente la situación del entorno, las necesidades de inversión y la viabilidad de introducir un nuevo producto al mercado, entre otros factores.

Dicho plan de negocio enfocado a la empresa Comisariato de Carnes S.A., tiene como ventaja que está ya establecida y cuenta con 18 años de experiencia en el mercado. Lo que disminuye las posibilidades de cierre o quiebra, pues cuenta con sucursales alrededor de la ciudad de Quito. Además, se tendrá en cuenta:

- Aplicar la innovación sin incorporando la tecnología imprescindible.
- Buscar una fuente de financiamiento lo más asequible posible.
- Involucrar al recurso humano en los objetivos de la empresa, buscando la eficiencia en las tareas que le corresponde.
- Realizar estrategias de marketing para el lanzamiento del nuevo producto.

Objetivos

Objetivo general

- Diseñar un plan para la empresa Comisariato de Carnes S.A., con la finalidad de introducir un nuevo producto a su línea de producción.

Objetivos específicos

- Determinar la oferta y la demanda de este tipo de producto en la ciudad de Quito.
- Definir la posibilidad de financiamiento
- Determinar el plan de inversiones
- Comprobar la factibilidad de la inversión

La empresa Comisariato de Carnes S.A. fue creada en el año 2002, se incorporó en el mercado con el objeto de entregar productos cárnicos de calidad, la empresa posee una planta, que es la encargada de distribuir los productos a las diferentes sucursales, ubicadas en diversos puntos de la ciudad de Quito, para su

comercialización. Sin embargo, la empresa en los últimos años ha visto una reducción en sus volúmenes de ingresos por lo que se ha interesado en la creación de una línea de embutido a base de tomates deshidratados que le permita aumentar sus tasas de crecimiento en ventas.

En un entorno extremadamente competitivo, como en el que se vive en la actualidad, es preciso que las empresas cuenten con estrategias de posicionamiento de mercado, así como un persistente control de sus operaciones. La empresa Comisariato de Carnes S.A., tiene planificado inaugurar una nueva línea de embutidos; con el fin de añadir valor agregado a sus clientes. Sin embargo, es imprescindible determinar la incidencia que puedan originar los costos en el lanzamiento de esta nueva línea a la rentabilidad de la entidad.

Es por ello que el principal objetivo del actual estudio es analizar la rentabilidad de una nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., para ello se establecieron como objetivos específicos: establecer los referentes teóricos que sustentaran la investigación, diagnosticar la situación actual de la empresa Comisariato de Carnes, S.A., determinar las preferencias de consumo de los clientes potenciales y finalmente determinar la factibilidad financiera de la nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A.

La investigación se caracteriza por ser de tipo no experimental, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, cuya población objeto de estudio la conformaron la Población Económicamente Activa (PEA) de Quito cuya edad es superior a los 10 años y asciende a un total de 1.097.521 personas, cuya muestra se reduce a un total de 384.

Enfoque de la investigación

La investigación presentó un enfoque mixto, en la que se emplean análisis cuantitativo con el empleo de la encuesta que se aplica en el estudio de mercado y cualitativo mediante el análisis documental utilizado en el diagnóstico situacional de la empresa.

El Análisis Mixto es un método instituido para el análisis de manera científica de una muestra reducida de objetos de investigación. A través de la investigación cualitativa se logra la comprensión de la relación entre el problema y el método y con la cuantitativa se apela a una serie de pasos en los que se organiza la información.

Cuando se utilizan estos dos métodos es válido aclarar que la principal característica de la investigación es el pluralismo metodológico o eclecticismo, está claro que estos enfoques de la investigación científica pueden ser usados en una investigación, interaccionando sus metodologías (Galarza, 2015).

Tipo de investigación

En esta indagación se hizo un estudio de tipo no experimental, pues durante la investigación no se manipulan las variables económicas relacionadas con la empresa.

En una investigación no experimental no se crea ninguna situación, lo que suele hacerse es observar situaciones que ya existen, el investigador no provocada ningún hecho. En el estudio no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no serán manipuladas, el investigador no influirá sobre las variables, porque ya sucedieron, igual que sus efectos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) describen diferentes tipos de investigaciones no experimentales, pero la presente investigación se identifica con el tipo transaccional descriptiva porque se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo único y se describen los entornos de la empresa, así como el funcionamiento de esta (pág. 199).

Métodos de investigación

Método Analítico Sintético:

El Método analítico-sintético “estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral” (Bernal, 2006, pág. 57).

En base al estudio analítico es que se descompone el estudio de factibilidad, analizando cada uno de sus componentes, como es el estudio de mercado, el estudio administrativo y el estudio técnico. Finalmente se culmina con el estudio sintético evidenciándose en el estudio financiero del proyecto, pues en dicha etapa se tienen en cuenta en su conjunto todos los resultados de los componentes del estudio de factibilidad.

Método Inductivo:

El método de investigación inductivo, también conocido como el razonamiento inductivo, se basa en aprender de la experiencia. Se observan patrones, semejanzas y regularidades en la experiencia (premisas) para llegar a conclusiones (Baena, 2017).

Dicho método se evidencia en el estudio diagnóstico de la empresa, pues mediante el análisis de su entorno se pudo establecer conclusiones sobre sus debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas. Igualmente, dicho método se emplea en la determinación de las conclusiones del estudio.

Método Estadístico-Matemático:

Este método concierne en la recopilación, organización, análisis, interpretación y presentación de datos. Al aplicar estadísticas a un problema científico, industrial o social (Baena, 2017). Específicamente el método estadístico-matemático se empleó para cuantificar y presentar los resultados de la encuesta y analizar los resultados que esta arroje, así como de los estados financieros de la empresa.

Población y muestra

Población

La población objeto de estudio en la actual investigación la conforma la población económicamente activa de Quito cuya edad es superior a los 10 años. Dicha población de acuerdo con el INEC asciende a un total de 1.097.521 personas como se muestra a continuación.

Tabla 2. Población del canton Quito


POBLACIÓN DE 10 Y MÁS AÑOS POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, SEGÚN PROVINCIA, CANTÓN Y PARROQUIA DE EMPADRONAMIENTO Y SEXO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Condición de Actividad (10 y más años)		
			PEA	PEI	Total
		ALANGASI	11,707	8,361	20,068
		AMAGUANA	14,158	10,598	24,756
		ATAHUALPA (HABASPAMBA)	840	744	1,584
		CALACALI	1,808	1,292	3,100
		CALDERON (CARAPUNGO)	73,351	48,929	122,280
		CHAVEZPAMBA	347	308	655
		CHECA (CHILPA)	4,224	2,867	7,091
		CONOCOTO	39,957	27,899	67,856
		CUMBAYA	16,492	9,756	26,248
		EL QUINCHE	7,595	5,083	12,678
		GALEA	899	712	1,611
		GUANGOPOLO	1,347	1,105	2,452
		GUAYLLABAMBA	7,705	5,191	12,896
		LA MERCED	3,888	2,778	6,666
		LLANO CHICO	5,025	3,448	8,473
		LLOA	846	355	1,201
PICHINCHA	QUITO	NANEGAL	1,165	921	2,086
		NANEGALITO	1,273	1,112	2,385
		NAYON	8,121	4,703	12,824
		NONO	804	616	1,420
		PACTO	2,213	1,617	3,830
		PERUCHO	362	290	652
		PIFO	7,697	5,294	12,991
		PINTAG	7,711	6,448	14,159
		POMASQUI	14,134	9,556	23,690
		PUELLARO	2,363	2,189	4,552
		PUEMBO	6,385	4,253	10,638
		QUITO	800,630	528,355	1,328,985
		SAN ANTONIO	15,555	10,246	25,801
		SAN JOSE DE MINAS	2,979	2,837	5,816
		TABABELA	1,310	923	2,233
		TUMBACO	24,245	15,908	40,153
		YARUQUI	8,471	5,679	14,150
		ZAMBIZA	1,914	1,333	3,247
		TOTAL	1,097,521	731,706	1,829,227

Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011)

Muestra

El muestreo aplicado en la investigación será de tipo probabilístico y aleatorio simple, dado que todos los integrantes de la población poseen la misma probabilidad de ser escogidos. Adicional a ello se ha de tener en cuenta que dicha población es finita y conocida, por lo que la fórmula para calcular el tamaño de muestra es la siguiente:

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

Dónde:

n: el tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

σ : Desviación estándar de la población = 0,5.

Z: niveles de confianza = 1.96

e: Límite aceptable de error de la muestra = 0.05

$$n = \frac{1.097.521 * (0,5)^2 * 1,96^2}{(1.097.521 - 1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,95^2}$$

$$n = 384.03$$

Los resultados arrojan que para que la muestra sea estadísticamente representativa se han de encuestar aproximadamente a un total de 384 personas del cantón Quito con edad superior a los 10 años.

Técnicas e instrumentos para la recopilación de la información

Para la recopilación de la información se emplearán técnicas como la encuesta basada en el cuestionario como instrumento, así como la revisión documental cuyo instrumento aplicado es la ficha bibliográfica.

Tratamiento de la información

La información recopilada fue procesada mediante sistemas informáticos como el Microsoft Office Excel.

Metodología para el estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad ha de transitar por cuatro análisis básicos:

1. Estudio de Factibilidad de Mercado
2. Estudio de Factibilidad Técnica
3. Estudio de Factibilidad Administrativa
4. Estudio de Factibilidad Económica-Financiera

En el caso del estudio de posibilidad este ayuda a precisar la demanda, la oferta, los precios y los medios de divulgación, sino también es la base primera para los exámenes técnicos, económicos y mercantiles de un plan. Para la compilación de dicha información fue aplicada una encuesta a la muestra de 384 personas del cantón Quito con edad superior a los 10 años.

Una vez identificada la demanda y las preferencias del consumo de los clientes, se desarrolla el estudio técnico y administrativo, exponiendo la localización óptima del

proyecto, la descripción de su proceso productivo, la capacidad instalada asociada al mismo y la distribución en planta del proyecto.

En el estudio técnico se ha de establecer además las necesidades del equipamiento y los activos materiales y humanos que de forma general se necesitan para la puesta en marcha del proyecto.

Al final la factibilidad económica financiera muestra un resumen en valores del recorrido del resto de los análisis anteriormente realizando, concluyendo en una decisión. Con ella se logra evitar pérdidas y analizar impactos en las diferentes ramas. Su consecuencia se basa en juicios cuantitativos y cualitativos entre los que se hallan: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de Recuperación, la Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Aporte práctico

La implementación de la investigación pretende contribuir en el incremento de ingresos en el Comisariato de Carnes S.A. Logrando lo anterior a través del desarrollo de un plan de negocio para la introducción de una nueva línea de productos. Permitiendo reducir los riesgos que hoy se presentan en la organización. Es importante resaltar que este trabajo trata un tema asociado con la realidad actual de la entidad y cuyo resultado puede servir como guía para otros que desean tener una participación más activa sobre el tema.

Significación de la investigación

Esta investigación es de gran significancia pues aporta, principalmente a la dirección de la organización, elementos para decidir si es o no factible la introducción de una nueva línea de productos, según los resultados obtenidos. Por otro lado, permitió conocer cuál es la situación real de la empresa en cuanto a condiciones del entorno, las fuentes de financiamiento posibles y la inversión a realizar.

Descripción capitular

En el capítulo I, se fundamenta la investigación, considerando los aspectos teóricos más relevantes que contribuyan al estudio, sustentándose en antecedentes que sirven como base fundamental en este proyecto investigativo.

En capítulo II, donde se realiza un análisis del entorno de la empresa, las oportunidades y amenazas de esta, se determina el segmento de mercado objetivo y se establecen la oferta y la demanda existentes.

El capítulo III hace referencia a la propuesta partiendo con un diagnóstico económico financiero de la situación actual de la empresa. Lo cual conformará el punto de partida para determinar la proyección futura de la empresa en función de la nueva línea de producto.

Como punto de partida para determinar la rentabilidad del nuevo producto se realiza primeramente un estudio de mercado en el que se identifican las preferencias de consumo de los clientes, así como los posibles clientes potenciales y la demanda estimada del producto. En base a dichos resultados se establecen los presupuestos de gastos e ingresos basados en el nuevo producto, el monto de inversión necesario para la puesta en marcha de la nueva línea de embutidos y con ello se desarrolla el flujo de caja de proyecto. Finalmente se determinan los indicadores de factibilidad como Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rentabilidad (TIR), Periodo de Recuperación y Relación Costo-Beneficio, los cuales permiten establecer si la nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., en la ciudad de Quito es rentable o no.

Finalmente se concluye el trabajo con las conclusiones y recomendaciones respectivas, dirigidas a la gerencia de la empresa objeto de estudio.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes Investigativos

Según el Boletín Técnico N° 01 del (Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020) donde se recoge el Índice de Producción de la Industria Manufacturera:

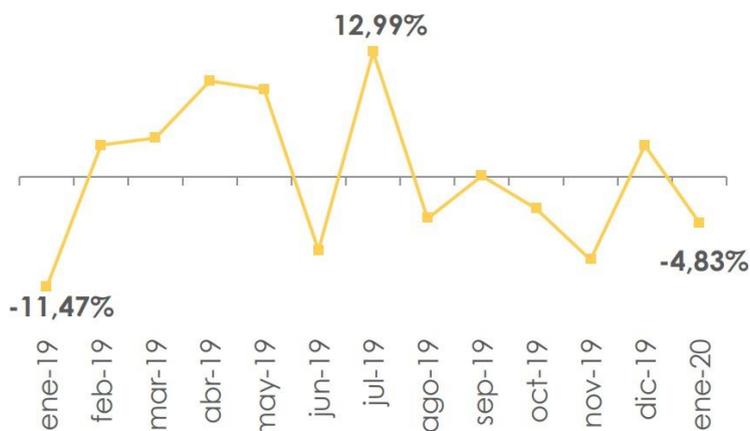
En enero 2020, el Índice de Producción de la Industria Manufacturera se ubicó en 96,91. Con esto, la variación mensual fue de -4,41%, comparado con el mes anterior que fue de 1,21%, mientras que en enero 2019 se ubicó en -4,39%. (pág. 6)

Figura 2: Evolución mensual



Fuente: (Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020)

En particular, la sección 2 donde se ubican los productos alimenticios y otros, se tiene: “una variación mensual de -4,83%. En el último año, la variación mensual positiva más relevante se presentó en julio 2019 con 12,99%; mientras que la variación mensual negativa más relevante se presentó en enero 2019 con -11,47%” (Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020, pág. 7).

Figura 3: Evolución de la variación mensual de la sección 2

Fuente: (Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020)

Como punto de partida de la actual investigación fueron analizados un conjunto de investigaciones relacionados al estudio de factibilidad. Entre los que se encuentran la realizada por (Calle, 2014) referente al “Plan de negocios para la producción, venta y comercialización de cárnicos de alta calidad (cárnicos la fe) en el municipio de la ceja del tambo (Antioquia)”. En dicha investigación el autor identificó como potenciales clientes a establecimientos comerciales como restaurantes, hoteles, hosterías y asaderos, así mismo, con capacidad de atención mínima de 50 personas simultáneamente y un mínimo de empleados de 15 personas. Con dichas características se abarcan aproximadamente 346 establecimientos comerciales, de los cuales se pretenden abastecer como segmento de mercado para cárnicos a un 3% de la demanda total del mercado mencionado. Finalmente, el autor concluye que es recomendable invertir en el proyecto, puesto que la Tasa Interna de Retorno TIR generada por el proyecto, es del 53% efectiva anual, y el VAN de los flujos de caja proyectados da como resultado un valor positivo en pesos de: \$ 603.304.620, lo que indica que este proyecto es rentable y supera las expectativas de generación de ganancias, representadas por la Tasa de Rendimiento esperada de la Inversión del 10% efectiva anual.

Otra de las investigaciones analizadas fue la realizada por (Altafuya, 2015) titulada “Sucursal del comisariato de cárnicos “El potrero” en la ciudad de Esmeraldas”. En su investigación la autora realizó estudios técnicos, administrativos los mismos que le permitieron conocer no solo los procesos operativos y administrativos que la

empresa tendrá que realizar, si no también conocer una serie de factores que nos permitirán, determinar los recursos e insumos necesarios para la ejecución del proyecto, así como también de un estudio económico financiero que estableció la inversión inicial, apalancamiento, e indicadores financieros, los mismos que determinaron la viabilidad del proyecto. Finalmente, la autora determino indicadores de rentabilidad cuyos resultados fueron: VAN \$ 154.275,63 - PRC 4 años, 4 meses y 2 días – TIR 18,27% y un RCB de \$ 2,30 ctvs., resultados que indicaron que el proyecto es factible.

En cuanto al “Estudio de factibilidad de una nueva línea de negocio para una empresa Despostadora de Carne de Cerdo” investigación realizada por Camacho (2017). El autor elaboró un estudio de mercado, un estudio organizacional, un estudio técnico y un estudio financiero con el que se analizó los valores de la TIR (Tasa Interna de Rendimiento) y el VPN (Valor Presente Neto) y poder concluir la factibilidad de establecer la nueva línea de productos cárnicos en la empresa. Al concluir el autor pudo afirmar que el desarrollo de la nueva línea de negocio para la producción de cárnicos en la empresa CerCamacho es factible, dado que la tasa interna de retorno que se obtiene de los flujos de caja netos para un periodo de 5 años es del 80%, lo que quiere decir que la empresa recuperará su inversión inicial y obtendrá una ganancia adicional, siendo este sumamente rentable. Así mismo, de acuerdo con el valor obtenido del cálculo del VPN se tiene que el retorno que obtendrá CerCamacho será mucho mayor al ofrecido por las empresas actuales de inversión de capital.

Finalmente fue analizado el “Estudio de factibilidad para la producción de embutidos de la empresa El Placer en Ambato, Ecuador” en dicha investigación el autor (Ruiz, Sandoval, & Rendón, 2017) realizó un estudio de mercado para identificar las preferencias de la población en la ciudad de Ambato e identificar la demanda insatisfecha que presenta. Se establecieron las exigencias de mano de obra, materiales y maquinaria para producir 1,126 lb de embutidos diarios que se hallan comerciados en 257 lb de chorizo de res, 301 lb de chorizo de pollo, 253 lb de salchicha de res y 314 lb de salchicha de pollo. El estudio económico decretó las inversiones, ingresos, costos estratégicos, fuentes de financiamiento, consumos de gestión, estados de resultados y la transformación del flujo de caja cuyas variables a

considerar fueron el precio y la cantidad de producción. El costo cercano de las inversiones del proyecto es USD 175,460. El examen financiero estableció los siguientes resultados: TIR global del proyecto resultó en 60% comparada con una tasa de descuento del 10% y un VAN de USD 383,111. El término para la recuperación fue de 3 años con una correspondencia beneficio/costo de 2.00.

1.2. Estudio de Factibilidad

Definición

Según (Pincay & Méndez, 2010) “se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto” (pág. 2). El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El estudio de factibilidad de cierto modo es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran (Santos, 2008).

De forma general un estudio de factibilidad es un análisis que toma en cuenta todos los factores relevantes de un proyecto, incluidas las consideraciones económicas, técnicas, legales y de programación, para determinar la probabilidad de completar el proyecto con éxito. Los gerentes de proyecto utilizan estudios de factibilidad para discernir los pros y los contras de emprender un proyecto antes de invertir mucho tiempo y dinero en él.

Objetivos del Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad se elabora en función de dos objetivos habituales que con alguna periodicidad pueden de forma general tener orientaciones diferentes.

El primer y más importante objetivo de un estudio debe ser proporcionar información adecuada y suficiente para que los inversionistas potenciales tengan elementos de juicio suficientes para tomar la decisión de adelantar o descartar el proyecto propuesto. Los proyectos preparados para este fin deben incluir dentro de lo posible el análisis detallado de las varias opciones técnicas o del tamaño que el proyecto

pueda tener y la evaluación financiera de las mismas con algún sistema de medición aceptable como son la Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN) o Periodo de recuperación (Castillo, 2015).

El segundo objetivo de un Estudio de Factibilidad es servir de soporte ante las entidades financieras para las solicitudes de crédito que se presenten y debe incluir básicamente los resultados de la alternativa seleccionada (Castillo, 2015).

Componentes del Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad ha de transitar por cuatro análisis básicos:

1. Estudio de Factibilidad de Mercado
2. Estudio de Factibilidad Técnica
3. Estudio de Factibilidad Administrativa
4. Estudio de Factibilidad Económica-Financiera

A continuación, se analiza las particularidades de cada uno de ellos.

1.2.1. Estudio de Factibilidad de Mercado

Se refiere básicamente a la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, estudio de precios y el estudio de comercialización. Para estos casos siempre es conveniente la obtención de datos de fuentes primarias. El objetivo del estudio del mercado en un proyecto reside, en apreciar la suma de los bienes o servicios derivados de una nueva unidad de elaboración que la comunidad estaría deseosa de obtener a distinto valor. Este valor personifica la demanda desde el enfoque del proyecto y se detalla para una etapa convenida (un mes, un año u otro.) Dado que la dimensión de la demanda modificará de forma general los precios, concierne hacer la apreciación para diferentes costos y tener vigente la necesidad de que el administrador pueda cubrir los costos de elaboración con un margen sensato de beneficio (Kenton, 2018).

- Los Objetivos específicos son:
 - Precisar visiblemente la demanda.
 - Estar al tanto del mercado actual y viable.
 - Determinar qué se va a vender.
 - Saber a quién podemos venderlo.
 - Entender cómo venderlo.
 - Entender los gustos y predilecciones del cliente.

- Estudiar la competitividad y equilibrar sus efectos.
- Valorar efectos de tácticas de mercadeo.
- Entender los costes a los que se ofrecen las mercancías

“El estudio del mercado no sólo contribuye a definir la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base inicial para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto” (Maqueda, 2010, pág. 53).

A partir del consciente estudio que se realice del mercado objetivo se pueden definir los campos en los cuales puede ser aplicado los proyectos. Para lograr un correcto análisis comercial, luego del análisis de distintas bibliografías, se definen los siguientes pasos:

- Análisis del producto
 - Producto principal.
 - Subproductos.
 - Productos sustitutos.
 - Productos complementarios
- Clientes Potenciales
- Análisis del mercado
- Proveedores

1.2.2. Estudio de Factibilidad Técnica

La perspectiva técnica acopiará toda la indagación que consienta instituir la subestructura ineludible para cumplir con el mercado justo, así como medir la estimación de los cambios y los costos del ejercicio del ente en formación, detallando la distribución corporativa, el estacionamiento y representación, el régimen de investigación y el marco legal, expresando al final las conclusiones al respecto (Labardin & Nikitin, 2019).

Por otra parte, (Kenton, 2018) expone que el análisis que se realice debe evaluar si las empresas cuentan con el personal capacitado y con vasta experiencia para diseñar, implementar, operar y dar mantenimiento a la propuesta de sistema.

La selección de la mejor solución para una correcta macro localización de cada fábrica nueva, así como su óptimo tamaño, constituye parte de los fundamentos técnicos necesarios de cada nueva propuesta de inversión. Este estudio técnico es uno de los de más complejidad de los realizados por ingenieros y economistas. Para

esta fase se debe pensar en varios juicios financieros, gubernamentales, técnicos y sociales; de estos unos no medibles pero que son necesarios a la hora de tomar la disposición final de la situación y dimensión del plan técnico. En este sentido se debe aludir que consta una fuerte correspondencia entre aforo máximo de fabricación a lograr por cada nueva manufactura, la zona de instalación de esta, así como los métodos practicantes para la elaboración.

Con respecto a la tecnología a emplear durante la producción se requiere un estudio exhaustivo para lograr determinar y descartar las que no cumplen los requisitos necesarios y de las que si cumplen evaluar cuál es la más factible a utilizar. Se puede dar el caso de que la empresa no cuente con toda la tecnología que requiere, por ello se debe analizar si es posible adquirir los equipos restantes a partir de revisar si existe la disponibilidad de proveedores. Es una situación que la generalidad de las empresas obedece a inmensidad de provisos y proveedores que suministran una buena parte de su protocolo productivo.

La correcta elección de la técnica a utilizar en un proceso donde intervienen diversos elementos productivos, para conseguir la metamorfosis eficaz de las materias en bienes de suma calidad. Entre estos elementos, según lo que definen (Labardin & Nikitin, 2019) se encuentran:

- Relación entre la capacidad y la demanda.
- Disponibilidad de la mano de obra y sus características específicas.
- Disponibilidad de materiales y/o materias primas, así como sus características.
- Capacidad financiera para los proyectos.
- El tamaño.

El tamaño establece un componente concluyente para seleccionar una técnica, debido a que la misma debe reconocer manifiestamente a las exigencias de cabida que se emplazarán. Este aspecto establece la cantidad de productos a realizar, así como la capacidad de abastecimiento. Es también un parámetro que nos da la idea del número de personas a beneficiar. El mismo puede evaluarse de forma mensual o anual.

Además de la tecnología, existen otros aspectos que influyen en la variable del tamaño, entre ellos se encuentran: Balance demanda-capacidad.

- El balance que existe entre la demanda y la capacidad.
- La localización geográfica.
- El volumen bancario de la compañía.
- Que concurra una garantía de desembolso de provisiones de los aparatos y piezas de reposición de dichas técnicas logradas.
- Los orígenes manejados para lograr las materias primas en el país, y la reserva de estas.
- Las tecnologías a emplear.
- Aspectos legales o de la propia institución.
- Los costos de transformación, así como la elaboración de las fábricas productora.
- Además, la presencia de capitales de sucesión.

La instalación inmejorable de un plan es la que ayuda en mayor medida a lograr la mayor tasa de renta sobre el capital y conseguir el coste individual inapreciable. La particularidad del examen de la situación en un plan reside en conseguir alta idoneidad disminuyendo los costos de transporte y buscando mayor urgencia de la prestación. Aspectos fundamentales para el éxito a largo plazo de la empresa.

1.2.3. Estudio de Factibilidad Económica-Financiera

La estimación económica financiera valora en qué dimensión los beneficios que se alcanzan con la realización del plan sobrepasan los costos y los gastos para su ejecución, por lo que compone la piedra angular de la valoración de un plan (Camacho, 2017).

Se basa en juicios cuantitativos y cualitativos entre los que se hallan: el VAN, la TIR, el PR y la Razón C/B e IR. En los criterios cualitativos se puede esgrimir el que más seguridad brinde (Santos, 2008).

A modo de resumen se puede decir que la factibilidad económica financiera que el recorrido del resto de los análisis anteriormente realizando en valores, concluyendo en una decisión, con ella se logra evitar pérdidas y analizar impactos en las

diferentes ramas, para ello se emplea varios instrumentos los cuales se muestran a continuación:

- Levantamiento de la información.
- Procesamiento de la información.
- Definición de las variables de proyección.
- Creación de modulo Financiero.
- Análisis de resultado.
- Generación del informe general.

Criterios de Evaluación

Para lograr una correcta evaluación del proyecto no basta solamente con identificar, cuantificar y analizar los gastos e ingresos que en este se generen, se requiere además del empleo de indicadores que permitan seleccionar aquellas opciones más rentables y por ende convenientes para el inversionista.

Los juicios de estimación que se emplean con más periodicidad por los cronistas de planes residen en cotejar necesariamente los flujos de entradas con los flujos de coste y los mismos se catalogan en dos clases corrientes, que son los métodos para el examen de la renta de la inversión (con y sin financiamiento) y las inventivas para el análisis económico (García, 2010).

A la primera categoría pertenecen el Valor Actual Neto junto con la Tasa Interna de Retorno, y a la segunda los análisis de liquidez.

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actualizado Neto (VAN) según Iturrioz es un criterio de evaluación que se define como la diferencia de los montos actualizados de aquellos ingresos y gastos que se generan por la inversión en el proyecto. El resultado de dicho indicador proporciona una medida de la rentabilidad de este, expresando la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas (Iturrioz, 2015).

También se puede decir que es la expresión valorizada que obtendrán los inversionistas en el futuro. Muestra restablecido el valor del flujo de entradas que se lograrán durante la vida útil del plan, a partir de la valoración por año de las entradas y salidas de monedas en efectivo, desde que se incide en el primer consumo de inversión mientras el proceso financiero transcurre hasta que consuman los años de ejercicio o trabajo de la inversión (Iturrioz, 2015).

Una inversión es viable cuando el $VAN > 0$, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja apreciados en el año 0 es superior a la suma de la inversión inicial. Por otra parte, cuando se analizan varias inversiones alternativas, se selecciona aquellas cuyo VAN sea el más alto, pues será este el proyecto que mayor capital faciliten a los inversionistas, y, por ende, el que mayor utilidad aporte a la empresa. Para un mejor entendimiento se supone que un proyecto posee un VAN igual a cero, lo que significa que el proyecto alcanza los suficientes ingresos como para cubrir los intereses generados por el préstamo, los rendimientos esperados por los accionistas (Costo del capital de los accionistas) y devolver el monto de la inversión. Por tanto, un VAN positivo muestra como resultado que el proyecto de inversión promueve un beneficio superior al mínimo demandado y la diferencia irá a parar a los inversionistas de la empresa, quienes percibirán el crecimiento del capital justamente en ese valor. Es esta relación directa entre el caudal de los accionistas y la definición del VAN, la que hace que este criterio sea tan importante a la hora de valorar un proyecto de inversión.

Una inversión es ansiada si crea valor para aquellos que la realiza. El valor se crea mediante la identificación de las inversiones que valen más en el mercado de lo que cuesta adquirirlas. El Valor Actual Neto es la expresión financiera del valor que se crea hoy por la realización de una inversión, es la rentabilidad de la inversión, la variación de la riqueza o valor del proyecto respecto a otras alternativas posibles representadas por el Costo Marginal del Capital. Dicho de otro modo, puede considerarse como el ahorro sobre la inversión.

Enfatizando en el Criterio de la Rentabilidad podemos resaltar que la misma mide en la inversión su capacidad para generar un excedente o un rendimiento. En principio se puede clasificar según midan la rentabilidad en términos absolutos, es decir, en unidades monetarias, y en términos relativos, o sea un porcentaje o proporción sobre la inversión. A continuación, explicamos los criterios más empleados (Kenton, 2018).

El valor actualizado del flujo de caja esperado: equivale a la diferencia del valor actualizado de los cobros esperados y el valor actualizado de los pagos previos, o sea, la diferencia entre la inversión que usted hace hoy y el valor actual de los flujos de caja que esta pudiera generar en el futuro (Ramírez & Cajigas, 2004).

El VAN es uno de los criterios más ampliamente utilizados para la evaluación de proyectos de inversión, el mismo consiste en la comparación de la inversión inicial con el valor presente de los flujos de efectivos futuros (Iturrioz, 2015).

Si lo planteáramos en una fórmula econométrica, se expresaría como sigue:

$$VAN = \sum_{i=1}^n \frac{VF_i}{(1+k)^t} - II$$

Significado:

VF = Valor futuro (Flujos de caja).

K = Tasa de descuento o Costo de Capital.

n = Años de evaluación.

t = Período de descuento.

A pesar de que dicho indicador es de los más empleados se debe tener presente las siguientes limitaciones que manifiesta dicho indicador.

El mismo no es capaz de apreciar adecuadamente los proyectos de inversión que concentran variantes reales (de crecimiento, abandono, diferimiento, aprendizaje, etcétera) lo que conlleva a que el valor conseguido a través del simple descuento de los flujos de caja disminuya el verdadero valor del proyecto. Por tal motivo se plantea que en ese caso el VAN supone, o bien que el proyecto es totalmente reversible, o que es irreversible (o el proyecto se acomete ahora o no se podría realizar nunca más). Lo que trae consigo una indecisión de invertir rompiendo así la validez del VAN.

Otra de las limitaciones que presente dicho criterio está dado por la forma en la que se determina, pues para la determinación del mismo se supone que los flujos de caja, que se espera proporcionen a lo largo de la vida del proyecto, deberán ser reinvertidos hasta el final de la misma a una tasa idéntica a la de su costo de oportunidad del capital, pero si ello no se cumple, el VAN realmente obtenido diferirá del calculado previamente (Iturrioz, 2015).

Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

Según (Iturrioz, 2015) la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es la tasa de descuento con la cual el VAN se haría cero, lo que significa que la Tasa Interna de Rendimiento es un indicador de rentabilidad relativo. Es una herramienta que aprueba calcular el término de tiempo que se demanda para que los flujos netos de

efectivo de una inversión recobren su costo o inversión primera. Se computa a partir del flujo de caja o cash flow anual, restableciendo los flujos perjudiciales y reales futuros. A mayor TIR mayor beneficio.

Por lo que podemos decir que los beneficios de la Tasa Interna de Retorno (TIR) son los siguientes: se concentra en los flujos netos de efectivo del proyecto al considerarse la tasa interna de retorno como una tasa efectiva. Así mismo, este indicador se ajusta al valor del dinero en el tiempo y puede compararse con la tasa mínima de aceptación de rendimiento, tasa de oportunidad, tasa de descuento o costo de capital. Por lo que hay que tener en cuenta, que la Tasa Interna de Retorno no maximiza la inversión, pero sí maximiza la rentabilidad del proyecto (Iturrioz, 2015).

Se pueden utilizar diferentes técnicas de cálculo como:

1. Calculadora científica.
2. Computación.
3. Tanteo-error
4. Método gráfico

Se compara con el Costo de Capital de la empresa, si:

- Si $TIR \geq$ Costo de Capital se acepta el proyecto
- Si $TIR <$ Costo de Capital se rechaza el proyecto

Por tanto, a mayor TIR mejor proyecto.

La TIR garantiza que la empresa ganará más que el rendimiento requerido y asegura que aumentará su valor de mercado.

Su método de cálculo varía según los flujos de caja se comporten como una anualidad o un flujo mixto.

El método de la ONUDI permite conocer la TIR exacta mediante el siguiente procedimiento:

$$TIR = K_1 + \frac{VP(K_2 - K_1)}{VP + VN}$$

Dónde:

K_1 = Tasa de descuento para el cual el VAN es positivo.

K_2 = Tasa de descuento para el cual el VAN es negativo.

VP = Valor positivo del VAN.

VN = Valor negativo del VAN.

Período de Recuperación del Capital

El período de recuperación se define como el tiempo necesario para que los resultados entre las entradas de efectivo y salidas de efectivo cubran el monto de la inversión.

Este indicador calcula el número de años que acontecerán desde la puesta en marcha de la empresa, hasta el momento en que se recobrar el monto invertido mediante los beneficios netos de proyecto, teniendo presente en ello los gastos de depreciación y los gastos financieros. En otros términos, no es más que el periodo que se demora el proyecto en adquirir saldos positivos (Ríos, 2014).

Su fórmula es la siguiente:

$$PR = t_n + \frac{|SA_1|}{|SA_1| + SA_2} - m$$

Dónde:

t_n : número de años con efecto negativo en el saldo acumulado.

SA_1 : Valor absoluto del último año con efecto negativo en el saldo acumulado.

SA_2 : Valor del primer año con efecto positivo en el saldo acumulado.

m : Número de años que dura la inversión.

Razón Beneficio – Costo

Según (Herrera, Velasco, & Radulovich, 1994) menciona que

Esta razón indica el retorno en dinero obtenido por cada unidad monetaria invertida. Por definición, resulta de dividir el ingreso bruto entre el costo total. En el caso de analizar la factibilidad de tecnologías nuevas a través de un presupuesto parcial, este índice puede calcular tomando en cuenta solo los costos variables y no los costos totales (que incluyen los costos fijos) pues la mayor parte de las veces son los únicos costos que son afectados por la introducción a la tecnología. Cuando la relación es igual a 1 el productor no gana ni pierde al realizar el cambio tecnológico. Relaciones mayores a 1 indican ganancia y menores a 1 indican pérdida. (pág. 43)

$$RB / C = \frac{\sum_{t=1}^n VF_t(1+K)^{-t}}{II}$$

Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

- Si $R B/C \geq 1$ entonces se acepta el proyecto.
- Si $R B/C = 1$ no existe ni ganancias ni pérdidas.
- Si $R B/C < 1$ entonces se rechaza el proyecto.

Por lo que a mayor R B/C mejor proyecto.

Punto de Equilibrio

En economía y negocios, específicamente la contabilidad de costos, el punto de equilibrio (BEP) es el punto en el que el costo o los gastos y los ingresos son iguales: no hay pérdida o ganancia neta, y uno se ha "equilibrado". No se ha obtenido una ganancia o pérdida, aunque los costos de oportunidad se han "pagado" y el capital ha recibido el rendimiento esperado ajustado por riesgo. En otras palabras, es el punto en el que los ingresos totales de una empresa exceden sus costos totales, y la empresa comienza a crear riqueza en lugar de consumirla (Tuovila, 2019).

El punto de equilibrio recoge el nivel mínimo de actividad de producción y venta que la empresa debe tener para cubrir sus costos. Las oscilaciones que pueden realizarse del punto de equilibrio dependerán de las variaciones del total de costos fijos, de los precios de venta y del costo variable unitario (Hayes, 2019).

De acuerdo con (Hayes, 2019) este se determina a través de la aplicación de las siguientes fórmulas:

PE unidades = Costo Fijo Totales / (Precio de Venta Unitario – Costo Variable Unitario)

PE \$ = Costo Fijo Totales / (1- Costo Variable) / Ventas

En el punto de equilibrio cuando la empresa vende N productos, en el numerador va la variable ventas.

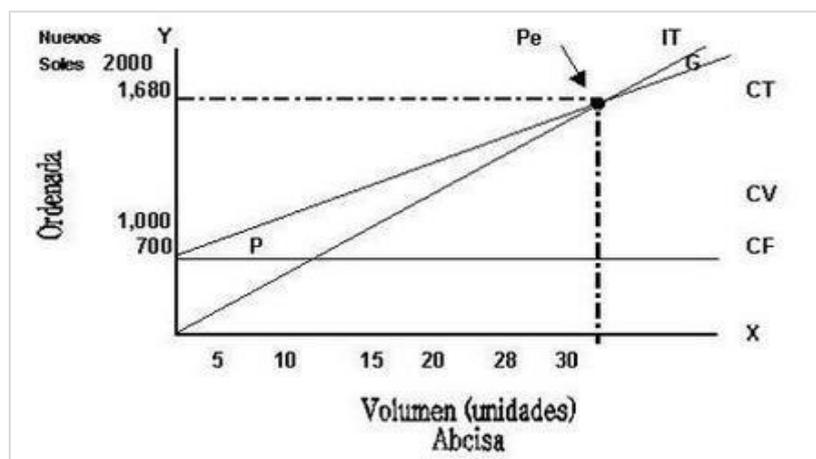
Considerando el margen de contribución, el punto de equilibrio se calcula de la siguiente manera:

PE unidades = Costos Fijos Totales / Margen de Contribución Unitario (MCU)

PE \$ = Costos Fijos Totales / Margen de Contribución Porcentual (MC%) / Ventas

Par establecer el gráfico del punto de equilibrio se ha de trazar las líneas de costos e ingresos totales para obtener su punto de intersección, que es el punto de equilibrio. Es el punto en donde los costos totales igualan a los ingresos totales (López, 2019, p. 275).

Figura 4: Método grafico del punto de equilibrio



Fuente: (López, 2019)

Análisis de Sensibilidad

Un análisis de sensibilidad determina cómo los diferentes valores de una variable independiente afectan a una variable dependiente particular bajo un conjunto dado de supuestos. En otras palabras, los análisis de sensibilidad estudian cómo diversas fuentes de incertidumbre en un modelo matemático contribuyen a la incertidumbre general del modelo. Esta técnica se utiliza dentro de límites específicos que dependen de una o más variables de entrada (Ehrhardt & Brigham, 2018).

El análisis de sensibilidad se utiliza en el mundo empresarial y en el campo de la economía. Es comúnmente utilizado por analistas financieros y economistas, y también se conoce como un análisis hipotético. Es una forma de predecir el resultado de una decisión dado un cierto rango de variables. Al crear un conjunto dado de variables, un analista puede determinar cómo los cambios en una variable afectan el resultado (Ehrhardt & Brigham, 2018).

1.3. Base legal

En este caso con una empresa ya constituida solo basta mantener actualizados los permisos para operar, concedidos por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Figura 5: Obtención de permisos



Fuente: (Ecuador, Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2020)

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Además, se debe contar con la Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados, donde consta:

- Permiso de Funcionamiento ARCSA vigente
- Registro de Representante Legal
- Registro del Representante Técnico
- Descripción e interpretación del código de lote
- Diseño de etiqueta de producto
- Detalles físicos y químicos del envase
- Descripción del proceso productivo
- RUC actualizado
- Certificado fitosanitario emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento

de la Calidad del Agro

- Comunicado de Buenas Prácticas de Manufactura actualizado

1.4. Marco Conceptual

Valor Actual Neto (VAN): El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas (Mete, 2014).

Tasa Interna de Retorno (TIR): La tasa interna de retorno o rendimiento (TIR) simboliza la renta corriente del plan y es la tasa de reajuste o de rebaja, a la cual el valor actual del flujo de entradas en efectivo es igual al valor actual del flujo de salidas en efectivo. De otro modo, se dice que la TIR incumbe a la tasa de interés que vuelve cero el VAN de un proyecto, derogando la renta de este. Así, se puede saber hasta qué nivel puede desarrollarse la tasa de depreciación y aún el plan sigue estando rentable financieramente (Kenton, 2018).

TEMAR: es la pequeña cantidad de beneficio que el inversionista recibiría por exponerse a poner en un plan dado su dinero. Esta tasa debe ser computada motivada por la tasa de inflación histórica en el país, ya que al tomarla como medida se afirma que el capital invertido no se malgastará; y además se debe pensar en una recompensa al riesgo por invertir en el proyecto. Si la TIR es menor que la TMAR, la inversión no se debe realizar, pues se apreció un beneficio menor que el mínimo pedido (Miranda, 1998).

Período de Recuperación de la Inversión (PR): Este indicador evalúa el número de años que pasarán desde la puesta en marcha de la inversión, para recobrar el capital invertido en el plan a través de los beneficios netos, teniendo en cuenta además la devaluación y los egresos financieros. Por otro lado, se dice que es la fase que interviene entre el inicio del negocio hasta que se logra el primer saldo efectivo o ciclo de recobro de una inversión (Kenton, 2018).

Relación Beneficio-Costo (B/C): La relación Beneficio-Coste (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costos. Para el cálculo de esta razón se halla

primeramente la sumatoria de los ingresos descontados, traídos al presente, y se divide sobre la sumatoria de los costos también descontados (Santos, 2008).

Mercado: se entiende por mercado

El lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no están consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro (Maqueda, 2010).

Tasa de descuento: Es la tasa de interés manejada para computar el precio actual de un flujo futuro (Santos, 2008).

Punto de Equilibrio Operativo: Se define el punto de equilibrio en el modelo como aquel en que los ingresos totales cubran los costos totales. El punto de equilibrio recoge el nivel mínimo de actividad de producción y venta que la empresa debe tener para cubrir sus costos. Las oscilaciones que pueden realizarse del punto de equilibrio dependerán de las variaciones del total de costos fijos, de los precios de venta y del costo variable unitario (Segal, 2019).

Costos: Se refiere a la medida de lo que se debe dar con la finalidad de lograr o producir algo, es decir, es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio (Laya, 2011).

Ingresos: Son los flujos de dineros que recoge un empleado financiero conveniente a las retribuciones por la venta o alquiler de los elementos provechosos que ostenta (Laya, 2011).

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Descripción general

2.1.1. Comisariato de Carnes S.A.

El Comisariato de Carnes S.A. desde su inicio, se ha ido especializando en, comercialización y distribución de productos cárnicos.

En esta primera época su ámbito de actuación se reducía casi por completo al servicio a establecimientos situados en la Ofelia, pero poco a poco dicho ámbito ha ido aumentando, sirviendo ahora sus productos por toda la Comunidad, Un hecho fundamental para este crecimiento se produjo al ser inauguradas sus nuevas instalaciones, con las que la producción se vio aumentada tanto en su volumen o posibilidad del mismo, como en su calidad final (Comisariato de Carnes S.A., 2020). En estos momentos, la empresa se encuentra en plena expansión, y su objetivo es diversificar aún más su mercado, ya sea tanto dentro del ámbito nacional como internacional, ofreciendo productos de la más alta calidad y estando siempre abierta a la innovación o mejora de estos en toda su cadena productiva. Para ello, la firma está siempre dispuesta al establecimiento de nuevos lazos comerciales que le permitan introducir sus productos en nuevos mercados, y adaptarlos a ellos, pues, en definitiva, son nuestros clientes los que deben encontrarse satisfechos con los mismos. Esta es la política de la empresa, ofrecer productos de calidad, estando siempre abierta a mejorar la misma (Comisariato de Carnes S.A., 2020).

Misión

Somos una empresa del sector de las carnes, sus derivados y subproductos que integramos activamente la cadena cárnica de nuestro país, haciéndola más equitativa y transparente para todos sus participantes. Buscamos fortalecer el consumo, la confianza y la satisfacción del consumidor de carne a través de la oferta de productos sanos, nutritivos e innovadores (Comisariato de Carnes S.A., 2020).

Visión. “Ser la empresa líder en la comercialización de productos cárnicos con los más altos estándares de calidad, que nos permitan ser reconocidos por nuestros

proveedores y clientes tanto en el mercado interno como en el de exportación” (Comisariato de Carnes S.A., 2020).

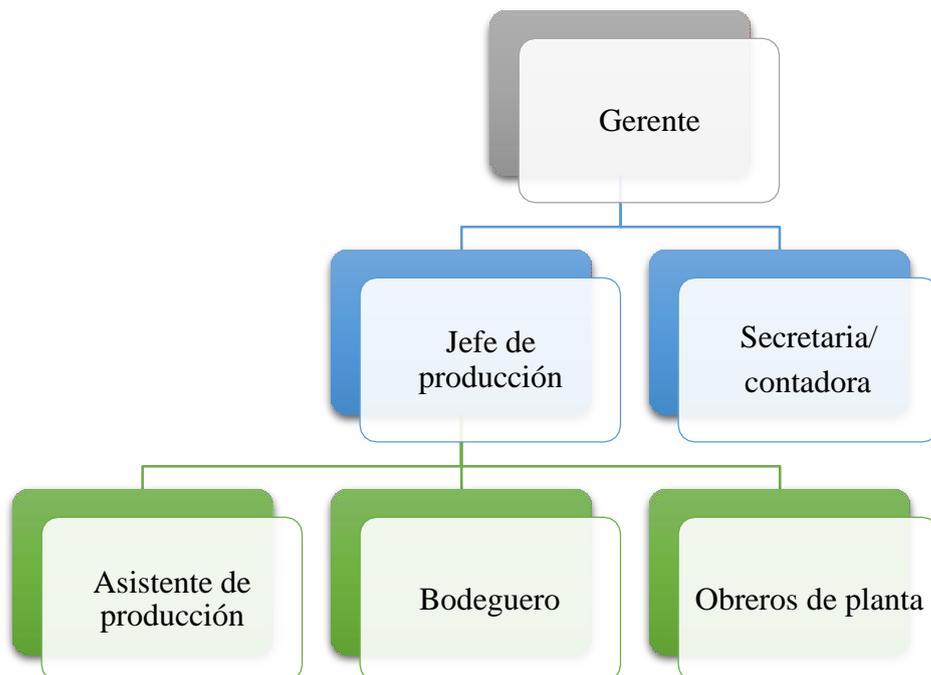
2.1.2. Objetivos de la empresa

Objetivo general

- Optimizar las actividades de la empresa, para realizar la nueva inversión, sin pasar por alto el análisis económico de su viabilidad, manteniendo la calidad y la preferencia en los consumidores.
- Objetivos específicos
 - Medir la aceptación del producto
 - Establecer la marca, precio, comercialización, publicidad
 - Estudiar el mercado y el entorno de la empresa
- **Organigrama**

La empresa presenta la siguiente estructura organizacional

Figura 6: Organigrama estructural de la empresa



Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Productos

La empresa actualmente se desempeña en las siguientes líneas de productos

- Carne de Cerdo

- Carne de Res
- Pollos
- Embutidos

2.2. Diagnóstico situacional

2.2.1. Análisis del Macroentorno

2.2.1.1. Entorno Político

El estado ecuatoriano en el transcurso de su historia ha transcurrido por un gran número de sucesos que han enriquecido la actual situación política del país. Su actual gobierno es de origen democrático. Sus políticas de forma general están encaminadas al bienestar social, que los ciudadanos tengan acceso a una casa, para las cuales ha dado la posibilidad de préstamos hipotecarios de vivienda de hasta quince años de plazo, sin embargo, se ha de señalar la necesidad de crear un sistema de ahorro que posibilite un crecimiento económico sostenible, aplicando estrategias de desarrollo que involucren las pequeñas y medianas empresas.

Según el Ranking Global de Competitividad 2017-2018, presentado por el Foro Económico Mundial la ubicación de Ecuador con respecto a la del año 2016 ha mejorado: del puesto 101 al 84, lo que representa una mejora de 16 lugares en la percepción sobre el ambiente de inversión en el país (Schwab, 2019).

Elemento que permite evidencias el apoyo del estado por mejorar los niveles de competitividad en el país y del criterio sobre inversión en el país, aspecto que constituye oportunidades de desarrollo en la economía en general y el emprendimiento en particular.

Sin embargo, se ha de señalar que dichos niveles de competitividad y de confianza en el país han disminuido en los últimos meses dado la inestabilidad que manifestó el país en el mes de octubre, así como la caída en los precios del petróleo en el primer trimestre del 2020, resultados que se evidencian en el incremento acelerado del riesgo país en más de 1000 puntos siendo el más alto en los últimos años.

2.2.1.2. Entorno Económico

A nivel de Latinoamérica, el Ecuador en 2017 tuvo una inflación de 1,59% muy por debajo a la media regional que fue 4,62% según un estudio de Pro-Ecuador. A su vez, el índice de precios al consumidor bajó al 1% (Ecuador, Banco Central, 2017).

Esta situación ha hecho que los productos sean más baratos, convirtiéndole en un factor clave para incrementar el consumo nacional y extranjero.

Tomando en cuenta a la variación interanual del Producto Interno Bruto (PIB), las actividades económicas que presenta una tasa de variación positiva fueron la refinación del petróleo con un 47,2% actividades de servicio financiero con un 13,8%, correo y comunicaciones con un 9,1%. Cabe recalcar el Valor Agregado Bruto de la industria manufacturera registro también una tasa de variación positiva de 0,3% con respecto al segundo trimestre del 2017 (Ecuador, Banco Central, 2017).

La inflación anual del índice de Precios al Consumidor (IPC) a diciembre de cada año, muestra una gran disminución con un 1.12 en el 2016 y un -0.20 en 2017; mientras que la inflación mensual decreció en un 0.03% a febrero del 2018, lo que es una fortaleza, pues con la disminución de la inflación y la estabilidad de la economía se puede mejorar así el bienestar de la población (Ecuador, Banco Central, 2017).

2.2.1.3. Entorno Social

Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (como se citó en Flores y Proaño, 2016) indica que en Ecuador se diferencia por ser uno de los países donde la generación de patrimonios es uno de los más complicados de América Latina. Existen profundas diferencias en cuanto al ingreso, donde el 20% de la población más adinerada posee el 54.3% de la riqueza y el 91% de las tierras productivas. Por otro lado, el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4,2% de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0,1% de la tierra.

Uno de los aspectos que caracterizan a la sociedad ecuatoriana es la desigualdad social, y no solo en el ámbito social si no también regional y de género. Sin embargo, en los últimos años se han comenzado un grupo de medidas paliativas orientadas a que los hombres y las mujeres tengan una participación más igualitaria, acciones que se hallan respaldadas por la Constitución del país, pero que hasta la fecha carecía de medidas reales para que su aplicación. De este modo, el Gobierno ecuatoriano se ha trazado como objetivo desterrar la desigualdad en el país, para el cual ha alcanzado importantes avances en sus niveles de desarrollo social en las

últimas décadas. El desarrollo ha sido inclusivo, con un resultado inmediato en la disminución de los niveles de escasez y diferencia, y en el desarrollo de la clase media. Entre 2006 y 2017, la miseria medida por entradas (empleando la media de pobreza nacional) disminuyó del 37,6% al 22,5%, mientras que la pobreza extrema bajó desde el 16,9% hasta el 7,7% (Banco Mundial, 2018).

Sumado a lo anterior, la disminución de la diferencia ha sido más vertiginosa que en la media de América Latina: el coeficiente de Gini disminuyó de 54 a 46,7 entre 2006 y 2017, gracias a que el incremento favoreció a los más necesitados. Entre 2000 y 2017 el crecimiento más pronunciado del ingreso se produjo en los dos quintiles más pobres: los ingresos del 40% más pobre de la población crecieron un 8,8%, comparado con el 5,8% promedio del país (Banco Mundial, 2018).

2.2.1.4. Entorno Tecnológico

Ecuador se ubicó en la posición 108 en cuanto a la capacidad de desarrollar y aprovechar las TIC's, de acuerdo con el Global Information Technology Report (GITR) 2016 - 2017 presentado por el Foro Económico Mundial, que cada año analiza y compara la capacidad tecnológica de 138 países. En esta lista, ningún país de América Latina se encuentra entre los primeros 25 del mundo, La posición de Ecuador ha mejorado en los últimos años llegando al lugar 82 en la actualidad (Flores & Proaño, 2016).

El objetivo del Gobierno ecuatoriano es seguir mejorando la posición hasta incluirse dentro de los primeros 50 países de dicho ranking. Acciones que muestran las claras intenciones del gobierno por mejorar el desarrollo tecnológico en el país.

2.2.2. Análisis del Microentorno

Las cinco fuerzas de Porter es un modelo que identifica y analiza cinco fuerzas competitivas que dan forma a cada industria y ayuda a determinar las debilidades y fortalezas de una industria. El análisis de cinco fuerzas se utiliza con frecuencia para identificar la estructura de una industria para determinar la estrategia corporativa. El modelo de Porter se puede aplicar a cualquier segmento de la economía para comprender el nivel de competencia dentro de la industria y mejorar la rentabilidad a largo plazo de una empresa (Coyne, 2016).

Figura 7: Las 5 fuerzas de Porter



Fuente: (Porter, 2009)

A continuación, se exponen los resultados del análisis de las 5 fuerzas de Porter en el entorno de la empresa.

- **Amenaza de nuevos entrantes o competidores**

Las manufacturas eficaces que provocan altos beneficios cautivarán nuevas organizaciones. Estos partícipes fortuitamente reducirán la renta para otras compañías de la industria. A menos que los titulares puedan dificultar la entrada de nuevas empresas. En el caso particular del mercado de embutido la amenaza de nuevos entrantes es alta, dado que el nivel de inversión que se requiere no es alto lo que facilita la incursión de muchos emprendedores.

- **Poder de negociación de los compradores o clientes**

El poder de convenio de los clientes siempre se refiere como el mercado de consecuencias: la cabida de los clientes de forzar a la organización, lo que además daña la compasión del cliente a los canjes de importes. Las empresas pueden tomar medidas para reducir el poder del comprador, como implementar un programa de lealtad. El poder de los compradores es alto si los compradores tienen muchas alternativas y es bajo si tienen pocas opciones. En el caso particular del sector de los embutidos el poder de negociación de los clientes es alto dado la variedad de

productores existentes en el mercado lo que facilita que los consumidores puedan cambiar fácilmente de una marca a otra.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de convenio de los vendedores siempre se representa como el mercado de materiales. Los proveedores de materias primas, aparatos, trabajadores y servicios a la organización pueden ser un principio de dominio sobre la compañía cuando hay pocos suplentes. Si está haciendo galletas y solo hay una persona que vende harina, no tiene otra alternativa que comprarla. Los distribuidores pueden rechazar el ocuparse de la organización o cobrar importes exorbitantemente elevados por recursos insustituibles. Sin embargo, en el caso particular de los embutidos, dado el número de proveedores existentes el poder de negociación de estos es bajo. Entre los principales proveedores de la empresa se encuentran:

- AVITALSA
- Pronaca
- El Sabor
- ECUASAL
- EPCYS
- AMTEX
- Química Suiza
- SERDELA
- ADITMAQ
- Avícolas de Austro
- DIGECA
- MEATPRO
- VILLAVICENCIO
- MARGABAL
- RESIQUIM

- **Amenazas de Productos Sustitutos**

Un producto sustituto utiliza una tecnología diferente para tratar de resolver la misma necesidad económica. Ejemplos de sustitutos son las carnes, aves y pescados; teléfonos fijos y celulares; aerolíneas, automóviles, trenes y barcos;

cerveza y vino etc. En este sentido la variedad de productos sustitutos en el mercado de embutidos es alta, por lo tanto, se evidencia una gran amenaza de estos, pues los clientes pueden cambiarse fácilmente a otros productos cárnicos procesados o sin procesar.

- **Rivalidad entre los competidores existentes**

Para la generalidad de las manufacturas, el ímpetu de la competencia es el vital concluyente de la idoneidad de la manufactura. Tener una comprensión de los rivales de la industria es vital para comercializar con éxito un producto. El posicionamiento se refiere a cómo el público percibe un producto y lo distingue de los competidores. Una organización debe ser consciente de las estrategias de comercialización y fijación de precios de sus competidores y también debe reaccionar ante cualquier cambio realizado. Específicamente el sector de embutidos en el Ecuador cuenta con un gran número de competidores entre los que sobresalen:

- Embutidos Piggis
- Cafrilosa
- La italiana
- Comisariato de Carnes El Rancho
- Alimentos Don Diego
- Ecuadasa – Plumrose
- Embutidos Juris - Distribuidora
- Embutidos La Europea Cía. Ltda.
- Fábrica de Embutidos Embuandes
- Italdeli
- La Danesa
- La Sevillana

2.2.3. Matriz FODA

A continuación, se muestran las principales debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas identificadas en el entorno de la empresa Comisariato de Carnes S.A.

Tabla 3. FODA

MATRIZ FODA EMPRESA COMISARIATO DE CARNES S.A.		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Aumento de los márgenes de utilidad.	Disminución de ingresos.
		Conocimiento del mercado de embutido ecuatoriano.	Alto nivel de endeudamiento a corto plazo.
Alta diferenciación del producto "Chorizo Gallego".	Bajo nivel de autonomía financiera		
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
	Aumento del poder adquisitivo de la población.	Realizar alianzas estratégicas participando en ferias y eventos relacionados al giro del negocio.	Desarrollar indicadores de gestión con el objetivo de medir el posicionamiento y participación en el mercado.
	Apoyo del gobierno al desarrollo productivo del país.	Incrementar nuevos clientes mediante incentivos por primera compra.	Programar capacitaciones.
	Potencial demanda en el mercado de embutidos.	Realizar estudios de mercado con el fin de analizar el comportamiento de compra, posicionamiento y competencia.	Evaluación de personal.
	AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
	Incremento del riesgo país.	Desarrollar catálogos, afiches y proyectos para lanzamiento de nuevos productos con el fin de analizar descuentos que se darán a conocer a través del sitio web y marketing directo, generando nuevos canales de comercialización y fidelización a la marca.	Analizar la cartera de productos con el objetivo de discontinuar productos de baja rotación y líneas de productos obsoletas.
	Inestabilidad económica por efecto del Coronavirus.		
	Difícil acceso al financiamiento.		

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Desarrollo del proyecto de investigación sobre la rentabilidad de una nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., en la Ciudad de Quito Año 2019.

Para el desarrollo del siguiente estudio de mercado y técnico del plan.

2.3. Estudio de mercado

2.3.1. Segmentación

1. La encuesta aplicada se realiza para conocer el grado de aceptación en el mercado, de los posibles clientes, sobre el chorizo, los hábitos de consumo y el precio que estarían dispuestos a pagar los posibles clientes por el nuevo producto.
2. Teniendo en cuenta la población objeto de estudio, el estudio de mercado está orientado al segmento de la población del cantón Quito con edad superior a los 10 años. A continuación, se detalla cada una de las variables de segmentación.

Ubicación: Quito, Ecuador

Nivel de ingreso socio- económico: Medio

Género: Hombres y mujeres.

Edad: desde 10 años en adelante.

Ocupación: Todo tipo de profesión.

Estilo de vida: Todo estilo de vida.

2.4. Resultados de la Encuesta

La encuesta se realizó a los habitantes de la ciudad de Quito, mayores de 10 años. El cálculo de la muestra representativa, determinó que la misma debía ser aplicada a 384 individuos.

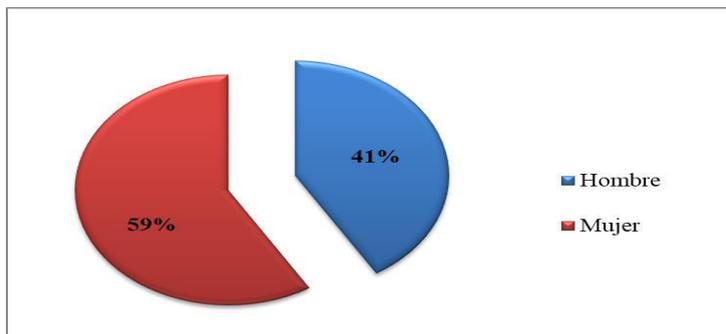
Datos Generales

Género

Tabla 4. Género de los encuestados

Respuestas	Frecuencia	%
Hombre	158	41%
Mujer	226	59%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 8: Género de los encuestados

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

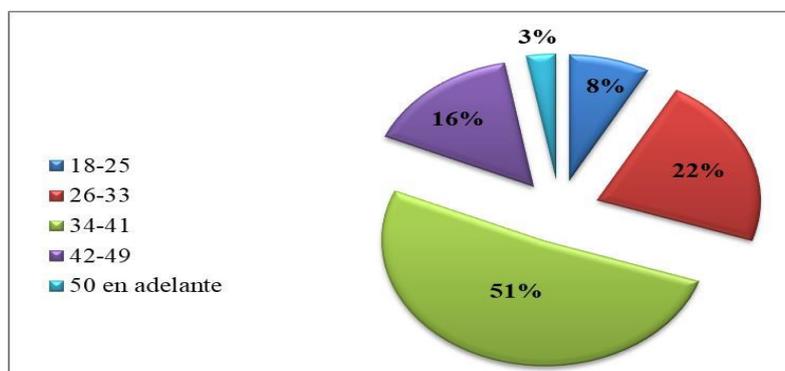
Un análisis del género de los encuestados muestra el 59% de los mismos son mujeres mientras que el 41 % restantes son hombres. Datos que evidencian la paridad entre ambos géneros.

Edad

Tabla 5. Edad de los encuestados

Respuestas	Frecuencia	%
18-25	31	8%
26-33	85	22%
34-41	197	51%
42-49	60	16%
50 en adelante	11	3%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 9: Edad de los encuestados

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

En cuanto a la edad de los encuestados se evidencia un predominio de las edades comprendidas entre 34 y 41 años, con el 51%, seguido por un 22% que se encuentran otros 26 y 33 años, así como un 16% cuyas edades se ubican entre los 42 y 49 años. El resto de las edades de los encuestados muestran representatividades inferiores al 8%.

Preguntas

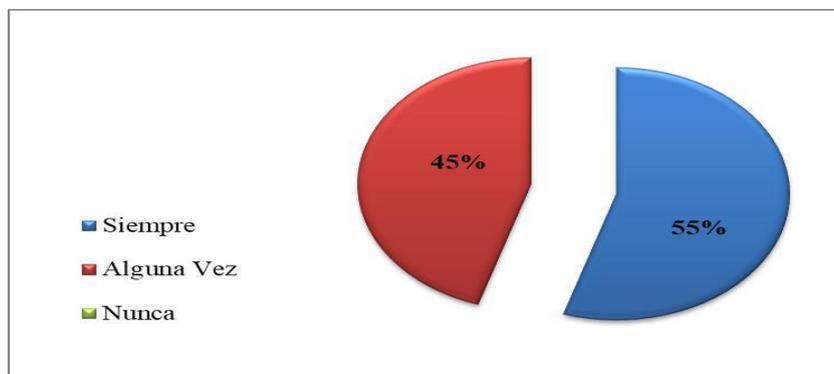
1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?

Tabla 6. Consumo de Chorizo

Respuestas	Frecuencia	%
Siempre	211	55%
Alguna Vez	173	45%
Nunca		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 10: Consumo de Chorizo



Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

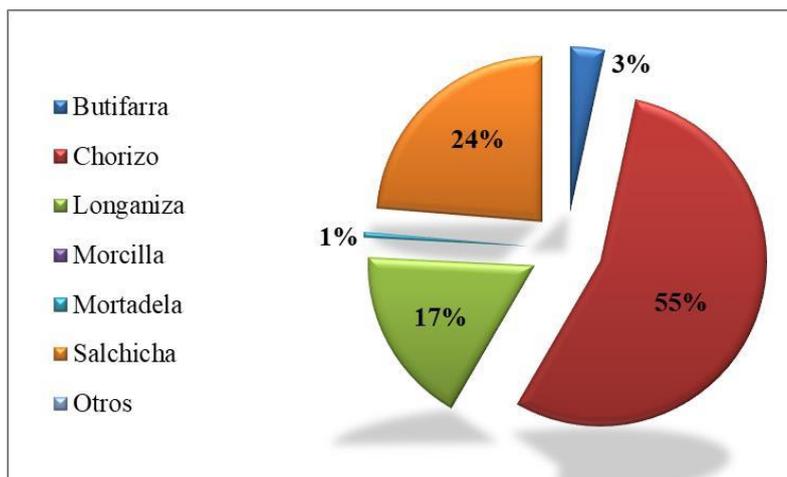
Los resultados muestran que el 55% de los encuestados siempre han consumido embutido como el chorizo, mientras que un 45% expuso que lo han consumido alguna vez.

2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?

Tabla 7. Tipos de embutidos preferidos

Respuestas	Frecuencia	%
Butifarra	13	3%
Chorizo	211	55%
Longaniza	67	17%
Morcilla		0%
Mortadela	2	1%
Salchicha	91	24%
Otros		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 11: Tipos de embutidos preferidos

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Entre los embutidos preferido por los encuestados se encuentra en primer lugar el chorizo, seleccionado por el 55% de estos, seguido por la salchicha de acuerdo con el 24% de las opiniones y en menor medida con un 17% por ciento la longaniza. En el caso particular de la butifarra y la mortadela estos fueron seleccionados solamente por el 3% y el 1% de los encuestados. De forma general se evidencia una preferencia en el consumo de los chorizos.

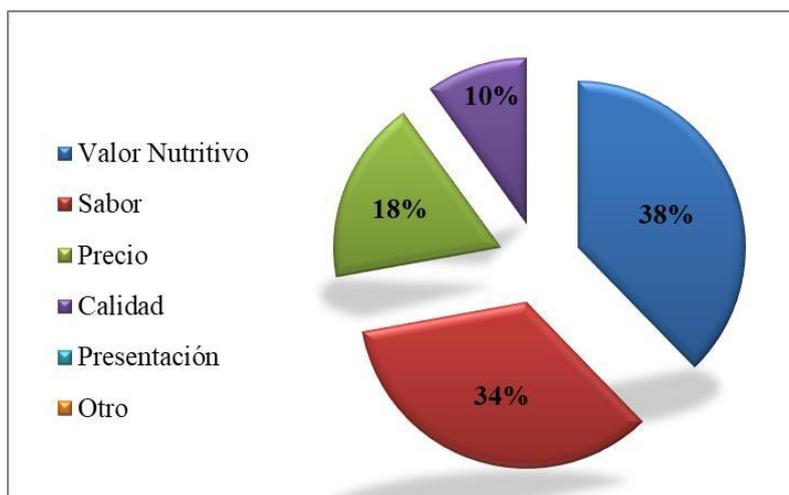
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?

Tabla 8. Aspectos que se tienen en cuenta en la compra de embutidos

Respuestas	Frecuencia	%
Valor Nutritivo	145	38%
Sabor	132	34%
Precio	69	18%
Calidad	38	10%
Presentación		0%
Otro		
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 12: Aspectos que se tienen en cuenta en la compra de embutidos



Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

4. ¿Con qué frecuencia usted compra los embutidos?

Entre los aspectos que tienen en cuenta los encuestados para seleccionar los embutidos se encuentra en primer lugar el sabor, criterio emitido por el 34% de los encuestados, seguido por el valor nutritivo de acuerdo al 38% de los mismos, así como el precio y la calidad los cuales fueron seleccionados por el 18% y el 10%. De forma

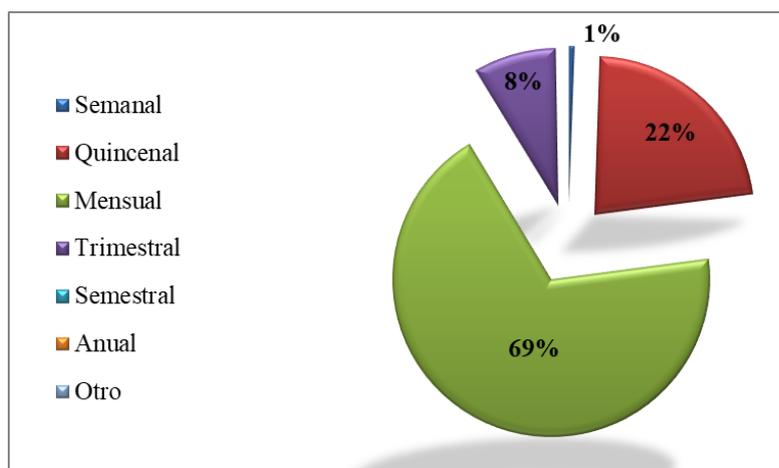
general los resultados muestran una preferencia por aquellos productos cuyo sabor y valor nutritivo son superiores al resto.

Tabla 9. Frecuencia con la que se compran embutidos

Respuestas	Frecuencia	%
Semanal	2	1%
Quincenal	86	22%
Mensual	263	68%
Trimestral	32	8%
Semestral	1	0%
Anual		0%
Otro		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 13: Frecuencia con la que se compran embutidos



Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

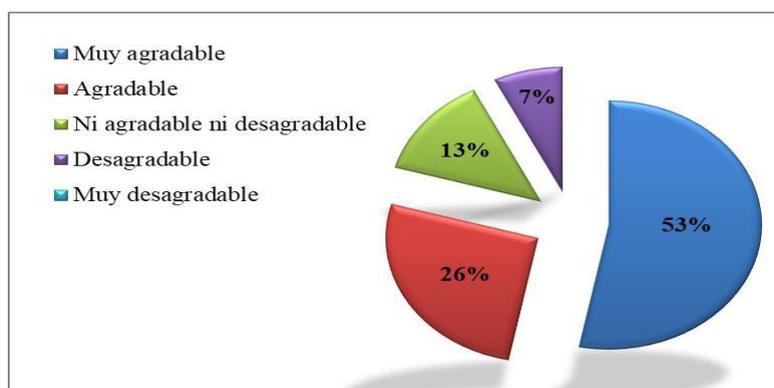
De acuerdo 69% de los encuestados ellos realizan la compra de los embutidos mensualmente, mientras que un 22% lo realiza quincenal y un 8% lo realiza trimestralmente. Solamente el uno por ciento manifestó que realiza las compras semanalmente.

- ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).

Tabla 10. Resultados sensoriales del "Chorizo Gallego"

Respuestas	Frecuencia	%
Muy agradable	204	53%
Agradable	101	26%
Ni agradable ni desagradable	51	13%
Desagradable	28	7%
Muy desagradable		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 14: Resultados sensoriales del "Chorizo Gallego"

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Los resultados sensoriales obtenidos en el proceso de degustación realizado por parte de los encuestados muestran que el 53% de ellos opinan que el sabor del chorizo es muy agradable mientras que el 26% expuso que es agradable. Solamente un 13% manifestó que no era ni agradable ni desagradable y un 7% estuvo de acuerdo en que el chorizo era desagradable.

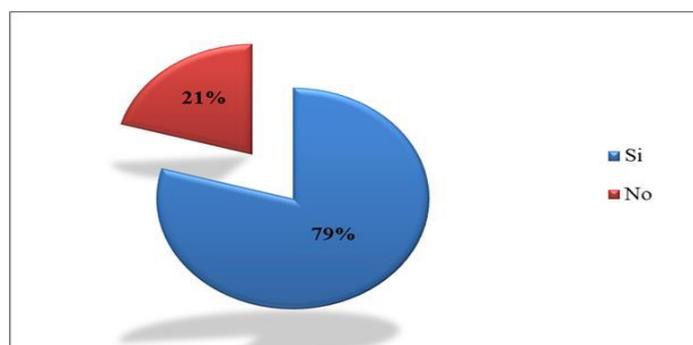
De forma general se evidencian resultados positivos en el proceso de degustación en el que el 79% de los encuestados encontró sabroso el producto.

6. ¿Consumiría usted el "Chorizo Gallego" a base de tomates deshidratados?

Tabla 11. Disposición a consumir "Chorizo Gallego"

Respuestas	Frecuencia	%
Si	305	79%
No	79	21%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 15: Disposición a consumir "Chorizo Gallego"

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

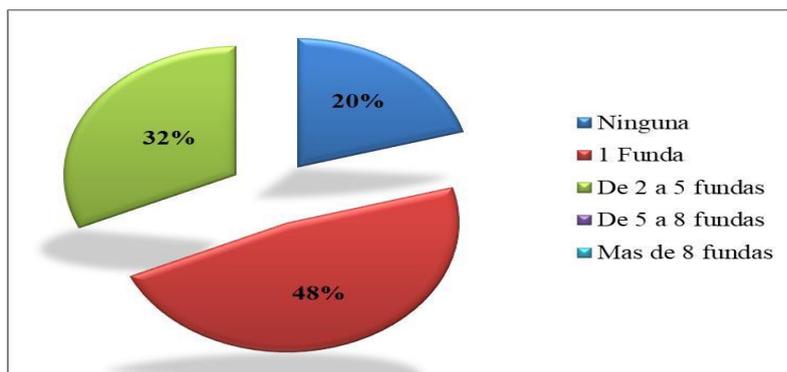
De forma general la disposición de consumir el chorizo gallego muestra resultados positivos pues el 79% está dispuesto a consumirlo mientras que un 21 por ciento no lo está. Resultados que evidencia el porcentaje de clientes potenciales.

7. ¿Cuántas fundas de "Chorizo Gallego" adquiriría usted en sus compras? Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.

Tabla 12. Cantidad de fundas dispuestas a comprar

Respuestas	Frecuencia	%
Ninguna	79	21%
1 funda	183	48%
De 2 a 5 fundas	122	32%
De 5 a 8 fundas		0%
Más de 8 fundas		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 16: Cantidad de fundas dispuestos a comprar

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

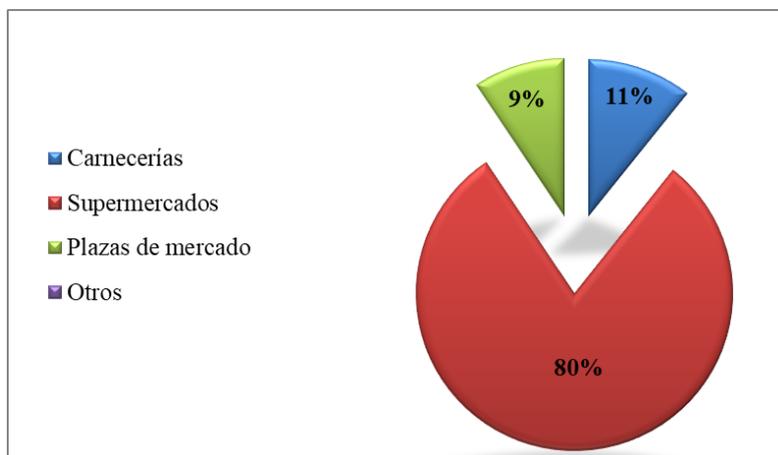
En cuanto a la cantidad de fundas dispuesto a comprar por parte de los encuestados, el 20% no está dispuesto a comprar ninguno pues coincide con el mismo número de encuestados que no compraría el chorizo. Sin embargo, el 48% compraría una funda mientras que un 32% está dispuesto a comprar entre 2 y 5.

8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?

Tabla 13. Lugares donde gustaría adquirirlo

Respuestas	Frecuencia	%
Carnecerías	41	11%
Supermercados	307	80%
Plazas de mercado	36	9%
Otros		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 17: Lugares donde gustaría adquirirlo

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

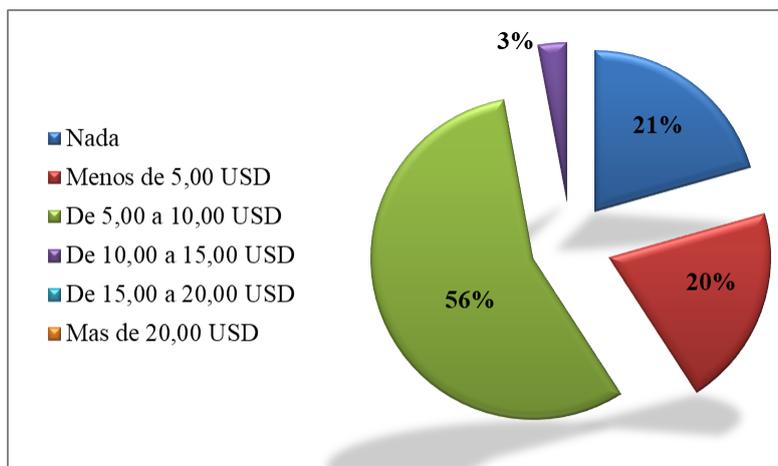
Con respecto a los lugares donde estarían dispuestos a adquirir este tipo de productos el 80% prefieren los supermercados, mientras que el 11% prefieren las carnicerías y un 9% las plazas de mercado.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el "Chorizo Gallego" con tomates deshidratados?

Tabla 14. Monto dispuesto a pagar por el "Chorizo Gallego"

Respuestas	Frecuencia	%
Nada	79	21%
Menos de 5,00 USD	78	20%
De 5,00 a 10,00 USD	216	56%
De 10,00 a 15,00 USD	11	3%
De 15,00 a 20,00 USD		0%
Más de 20,00 USD		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 18: Monto dispuesto a pagar por el "Chorizo Gallego"

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

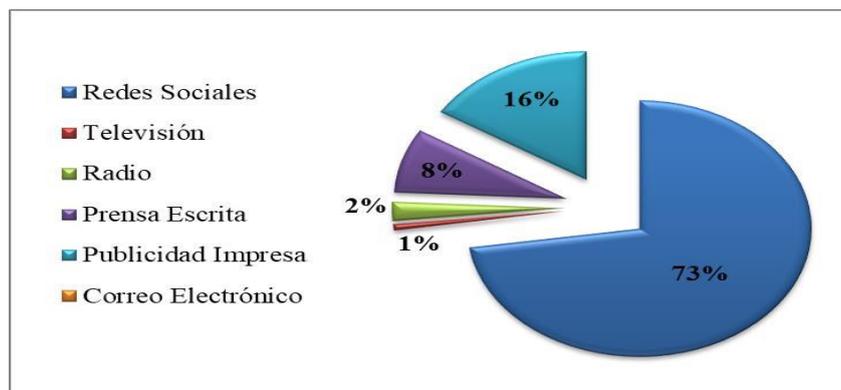
Los resultados asociados al precio dispuesto a pagar por parte de los encuestados evidencian que el 56% de los mismos está dispuesto a pagar entre 5 USD y 10 USD mientras que un 20% pagaría menos de 5 USD y un 21% no pagaría nada pues estos son los mismos que no están dispuestos a adquirir el producto. Sin embargo, se ha de mencionar que 3% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 10 USD y 15 USD por el Chorizo Gallego.

10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos "Chorizo Gallego"?

Tabla 15. Medios por los cuales prefieren recibir información

Respuestas	Frecuencia	%
Redes Sociales	279	73%
Televisión	3	1%
Radio	9	2%
Prensa Escrita	31	8%
Publicidad Impresa	62	16%
Correo Electrónico		0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 19: Medios por los cuales prefieren recibir información

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Finalmente, el 73% de los encuestados prefiere recibir información mediante las redes sociales mientras que un 16% prefiere la publicidad impresa y un 8% la prensa escrita. El resto de los medios obtuvieron puntuaciones inferiores al dos por ciento. Dichos resultados evidencian aquellos medios en los cuales la empresa debe enfocar su estrategia de marketing para llegar al mayor número de clientes posibles.

2.4.1. Resumen de resultados

A continuación, se muestra el resumen de los resultados de la encuesta;

Tabla 16. Resumen de la encuesta

Preguntas	Parámetro	Porcentaje
¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?	Siempre	55%
	Alguna Vez	45%
	Nunca	0%
¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted? (Énfasis en Chorizo)	Butifarra	3%
	Chorizo	55%
	Longaniza	17%
	Morcilla	0%
	Mortadela	1%
	Salchicha	24%
	Otro	0%

¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?	Valor Nutritivo	38%
	Sabor	34%
	Precio	18%
	Calidad	10%
	Presentación	0%
	Otro	0%
¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?	Semanal	1%
	Quincenal	22%
	Mensual	68%
	Trimestral	8%
	Semestral	0%
	Anual	0%
	Otro	0%
¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).	Muy agradable	53%
	Agradable	26%
	Ni agradable ni desagradable	13%
	Desagradable	7%
	Muy desagradable	0%
¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?	Si	79%
	No	21%
¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras? Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr	Ninguna	21%
	1 funda	48%
	De 2 a 5 fundas	32%
	De 5 a 8 fundas	0%
	Más de 8 fundas	0%
¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?	Carnecerías	11%
	Supermercados	80%
	Plazas de mercado	9%

	Otros	0%
¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?	Nada	21%
	Menos de 5,00 USD	20%
	De 5,00 a 10,00 USD	56%
	De 10,00 a 15,00 USD	3%
	De 15,00 a 20,00 USD	0%
	Más de 20,00 USD	0%
¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?	Redes Sociales	73%
	Televisión	1%
	Radio	2%
	Prensa Escrita	8%
	Publicidad Impresa	16%
	Correo Electrónico	0%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

De la tabla anterior se resumen los principales resultados obtenidos, en los cuales se basa los posteriores estudios técnicos, administrativos y financieros.

- El 100% consume o ha consumido embutidos como el chorizo.
- El 55% de los encuestados prefieren el chorizo entre los diferentes tipos de embutidos.
- El 72% tiene en cuenta el valor nutritivo y el sabor a la hora de seleccionar un embutido.
- El 68% realiza compras de embutidos mensualmente.
- El 79% de los encuestados consideran que el “Chorizo Gallego” es agradable o muy agradable.
- El 79% están dispuestos a comprar el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados.
- Los supermercados son los centros preferidos por el 80% de los encuestados para adquirir el “Chorizo Gallego”.
- El 56% está dispuesto a pagar entre 5,00 y 10,00 USD por cada funda de 400 gr de “Chorizo Gallego”.

- Las redes sociales son el medio preferido para recibir información sobre este producto.

2.4.2. Demanda

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 79% de los encuestados están dispuestos a consumir chorizo a base de tomate deshidratado, los mismos que conforman la demanda potencial del producto “Chorizo Gallego”.

2.4.3. Oferta

Se ha de mencionar que aun cuando en el mercado actualmente no hay oferta de chorizos a base de tomates deshidratados, si existen oferta de otros productos sustitutos, siendo los principales competidores los siguientes:

- Chorizo Bunz: chorizo tipo parrillero
- Chorizo de cordobés: chorizo de carne de cerdo magra
- Chorizo del artesano: Chorizo de cerdo y especias.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE SOLUCIÓN

La presente propuesta está diseñada para determinar la viabilidad de realizar una nueva inversión en la empresa Comisariato de Carnes S.A., misma que pretende introducir una nueva línea de chorizos a base de tomates deshidratados, con el objetivo principal de aumentar sus ingresos y atraer nuevos clientes al negocio. Para desarrollar la propuesta se tiene en cuenta los objetivos planteados, sirviendo de base para el desarrollo de cada etapa.

3.1. Objetivos de la propuesta

- Determinar el alcance del proyecto
- Establecer los requisitos necesarios para el funcionamiento
- Realizar el análisis económico financiero, determinando la viabilidad

3.2. Alcance

Se establece la posibilidad del proyecto expuesto, su factibilidad financiera, sus ganancias y pérdidas, el capital de invertido. Asimismo, se examinan los riesgos referentes a la ejecución del proyecto, concretando un plan estratégico para que la realización del proyecto se ejecute en el tiempo y forma definido, logrando el posicionamiento en el mercado del producto “Chorizos Gallegos”.

3.3. Plan operativo

Tabla 17. Plan operativo

Objetivos	Tiempo	Recursos	Responsable
Determinar el alcance del proyecto	1 mes	\$ 0.00	Tesista
Establecer los requisitos necesarios para el funcionamiento	1 mes	\$ 0.00	Tesista

Realizar el análisis económico financiero, determinando la viabilidad	3 meses	\$ 0.00	Tesisista
---	---------	---------	-----------

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.4 Estudio técnico y administrativo

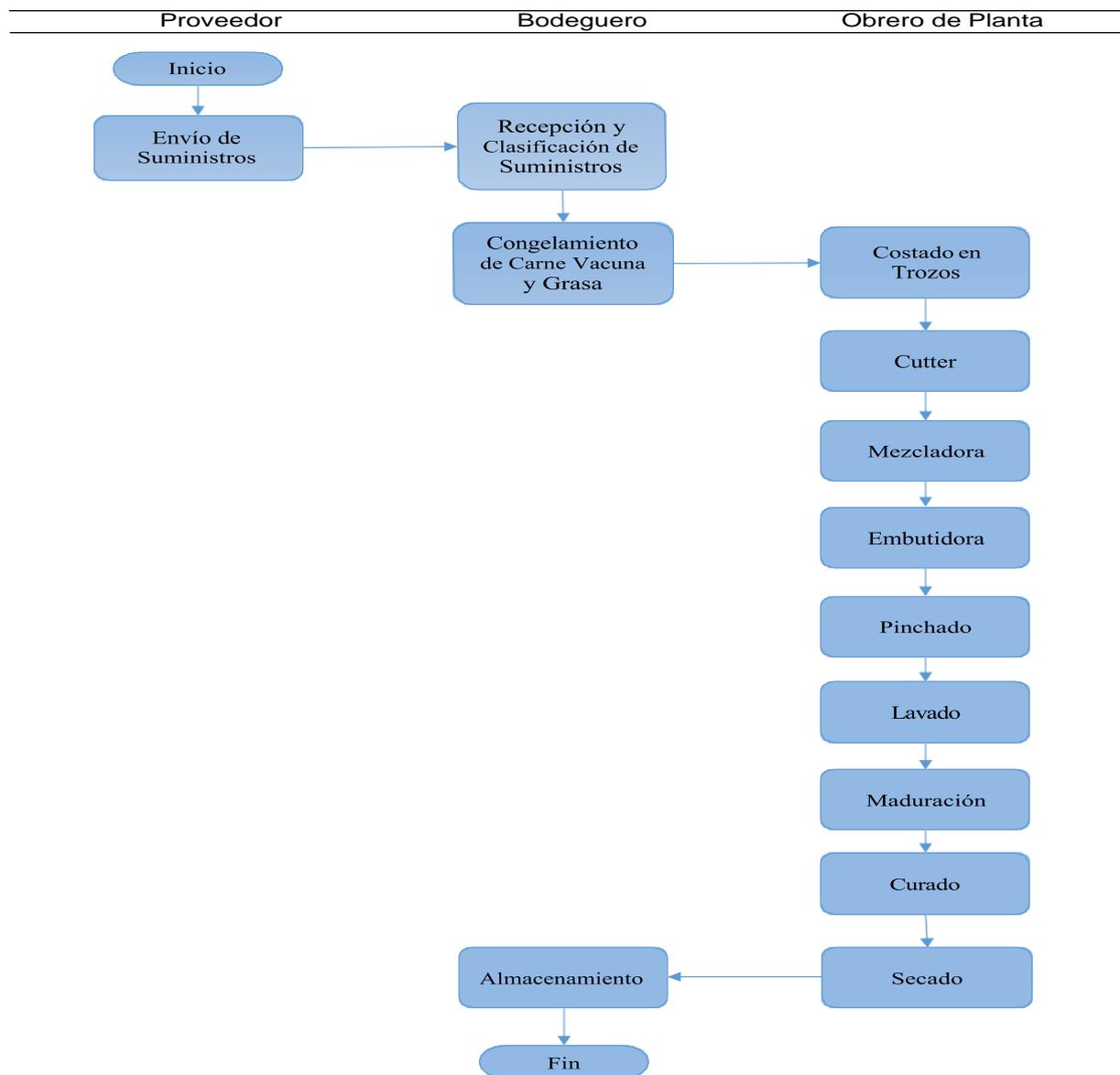
3.4.1 Localización

Lo locales de la nueva línea de embutidos “Chorizo Gallego” se ubicarán en la propia empresa Comisariato de Carnes S.A., la cual ya es una empresa constituida y domiciliada en Av. Enrique Garcés y Francisco de la Torre, del cantón Quito, provincia Pichicha.

3.4.2. Ingeniería del Proyecto

3.4.2.1. Proceso productivo

A continuación, se muestra el diagrama del proceso de elaboración de los “Chorizo Gallego”.

Figura 20: Flujograma de Proceso de Elaboración del Chorizo

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.4.2.2. Capacidad instalada

Teniendo en cuenta las características del equipamiento instalado para la elaboración de los “Chorizos Gallegos” la línea de producción es capaz de producir diariamente un total de 200 fundas de 400gr cada una, lo que equivale en aproximadamente 4000 unidades mensuales.

3.4.2.3. Distribución espacial

A continuación, se muestra la distribución de los espacios en planta de la nueva línea de embutido, así como los m² de cada una de las áreas.

Tabla 18. Espacios del área de producción

Área de producción		
Área de recepción de materia prima y entrega de productos	Almacén	
	Cámara de congelación	
Área de troceado y curado	Sección de selección de carne	
	Sección de salación y cura	
	Sección saladeros	
Área de procesamiento	Sección de premezcla	
	Sección mezcla	
	Sección cocción	
Área de cocción	Sección ahumada	
	Sección escaldada	
	Sección cocción	
Área de escurrido	Sección enfriamiento	
	Sección escurrimiento	
Área de conservación	Sección productos frescos y oreados	
Área de comercialización		
Área de energía		
Área de servicios complementarios		
Área de producción		
Control administrativo	Servicios	
	Producción	
	Comercialización	

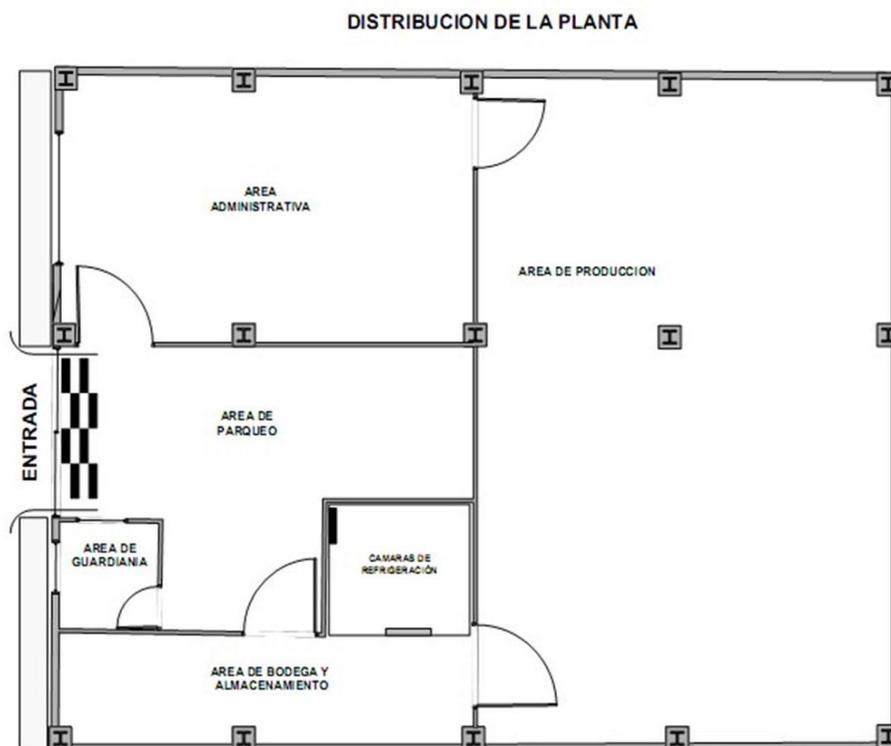
Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Tabla 19. Distribución de m² por área

DISTRIBUCIÓN	ÁREA DESTINADA
Área Administrativa	80 m ²
Área de producción	200 m ²
Área de bodega y almacenamiento	60 m ²
Área de guardianía	10 m ²
Área de parqueo	50 m ²
Total	400 m²

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

A continuación, se muestra la distribución en planta de las áreas anteriormente expuestas.

Figura 21: Distribución en planta

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.4.3. Requerimiento de equipamiento

A continuación, se expone el equipamiento requerido para la puesta en marcha de la línea de elaboración de los “Chorizos Gallegos”, así como para el área administrativa asociada a la gestión de producción.

Tabla 20. Equipamiento para la línea de "Chorizo Gallego"

Equipamiento	Características	Cantidad
Moledora de carne	Producción aproximada de 30 - 41 Kilos/hora. Con tolva, empujador, dos discos, una cuchilla, Fuerza motriz: 1HP, para 220 voltios, 60 Hz, trifásico.	1
Cutter	Capacidad 40 litros. De acero inoxidable. Con tres cuchillas. Fuerza motriz: dos velocidades 3.5 – 4 HP, para 110 voltios, 60 Hz, trifásico, 1 800/3 600 RPM.	1
Mezcladora	De 45 kg, fabricada en acero al carbono y hierro fundido. Fuerza motriz.: 3,5 HP, 20 Voltios, 60 Hz, trifásico. Con una velocidad de 45 RPM, incluye controles eléctricos y guardas para las partes móviles.	1
Embutidora	Capacidad 45kg. Tipo manual con cuatro boquillas	1
Pistola de presión	Máquina para 40lb de presión, equipada con manguera, válvula de mano, agujas y piezas para operario. Fuerza motriz 0,25HP, 220 voltios, 60 Hz, monofásico	1
Tina de Escaldado	Capacidad: 1 m ³ Interiormente llevará un serpentín de tubos de 5/8” para la circulación de vapor. Provisto de tapa de cierre semi-hermético. Con cuatro patas tubulares de 20cm de altura.	1
Empacadora al vacío	Dimensiones exteriores: 41 x 41 x 30 h cm. Medida útil de la cámara de vacío: 33 x 33 x 8 cm. Capacidad de succión aproximada: 99 % Ancho útil: bolsas de hasta 30 cm. Carcasa e interior de acero inoxidable.	1

	Bomba de vacío a baño de aceite de 4 M3 x hora. Comandos digitales.	
Cámaras de refrigeración	Carnes, temperatura: 0°C a 10°C; unidad de refrigeración: 1,5 HP, 110 voltios, 60 Hz marca TECUNSEH; difusor: tipo Mac Quay con tres ventiladores; puerta frigorífica: tipo estándar, madera y cerrajería tipo KASSON. Productos: temperatura 0°C a 10°C, unidad de refrigeración 1HP, 220 voltios, 60 Hz.; difusor: tipo Mac Quay con dos ventiladores y puerta frigorífica igual a la anterior. Cámara de congelación: temperatura de 0°C a 12°C, unidad de refrigeración 2HP, 110 voltios, 60 Hz. TECUNSEH; difusor: tipo Mac Quay de 4 ventiladores; puerta	2
Caldera Pirotubular	Modelo 3TF – 15, capacidad 504lb/hora, vapor (120 PSI y agua de inyección a 212 °C). Presión de trabajo 100PSI. Presión de diseño 125 PSI. Potencia 15HP. Calor transferido 443,016 BTU/hora. Se suministra la caldera con: quemador de petróleo marca “APIN”, Modelo APJ – 2 de tipo atomización de presión para quemar petróleo N°2 Control de nivel de agua. Control de presión	1
Ablandador de agua	Modelo AB-O. Capacidad: 5000 galones entre regeneración. Flujo: 12 G.P.M. Tubería: 1” de diámetro. Con: Tanque de salmuera fabricado en fibra de vidrio Conjunto de válvulas. Toberas y resinas (4 pies3).	1
Mesas de desprese	Cubierta de acero inoxidable y con tableros de madera libres, para las operaciones de trozado.	2
Balanza plataforma	MODELO T/M2 medidas plato 40 x 40 cm y 35 x 45 cm, cap. 30-60-150 kg a 5-10-20 gs: estructura de	1

	acero pintada con plato, columna de inox. visor indicador de peso, con leds de alta luminosidad y batería.	
Balanza	Código 230417 SUPER-SS-30m, Dimensión Plato 23x19 cm capacidad 30 Kg división 5 g unidades g, kg, lb, oz. Protección IP67: Resistente al polvo y agua inmersión tiempo limitado Batería recargable, adaptador 110 VAC incluido Cuerpo Plato y cuerpo en Acero Inoxidable. Escala de verificación metrológica (e) 10 g Calibración digital por teclado Marca LEXUS Capacidad de 15 Kg	1
Termómetro metálico	Código 132403 Referencia T200 Rango -40 a 70°C Resolución conexión Trasera 1/4"	1
Afilador o chaira	Chaira Cerámica Profesional 270mm Arcos. Para garantizar un rendimiento permanente de los cuchillos es necesario afilarlos regularmente.	1
Cuchillos de corte	Este juego incluye: cuchillo Pelador, 10 cm de hoja, cuchillo Universal Multiusos, 15 cm de hoja, cuchillo Serrado pequeño, 13 cm de hoja, cuchillo Pan serrado, 22 cm de hoja, cuchillo de Chef, 21 cm de hoja, soporte magnético en madera de roble oscuro.	1
Cuchillos de deshuese	Juego de 6 cuchillos de carne de 4.5 pulgadas Acero Inoxidable de alto carbono Estampado con una aleación resistente a las manchas mango de polipropileno con clavado triple para máxima durabilidad precisamente cónico de base a la punta	1
Gavetas plásticas	GE 135-112 Medidas en mm: 285 largo x 135 ancho x 112 alto de 100 libras.	1

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Tabla 21. Equipos de computo y muebles del proceso administrativo

Equipos y muebles	Características	Cantidad
Equipos de computo		
Computador	HP ALL IN ONE+ 4GB+500GB+19"+DVDWR+W8.1	3
Impresora	Impresora HP Deskjet 1515 Multifuncional	1
Muebles y enceres		
Escritorios	Dimensiones 1.50*1.50m*0.60m	3
Silla giratoria	Giratoria neumáticos con espaldar alto y ergonómica	3
Archivador	Archivador vertical 4 gavetas tipo Passport	1
Sillas sencillas		3

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.4.4. Requerimiento de RRHH

Los recursos humanos necesarios para la puesta en marcha de la nueva línea de embutidos “Chorizos Gallegos”, son los siguientes:

- Obreros de planta: 3
- Jefe de Producción: 1
- Asistente de Producción: 1
- Bodeguero: 1

3.5. Estudio económico financiero

3.5.1 Evaluación Económica

3.5.1.1 Inversión en Activos

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere de la adquisición de un grupo de activos necesarios para brindar un producto de calidad. El total de activos a adquirir es de 60.315,64 USD. A continuación, se expone el desglose de dicho monto.

Tabla 22. Inversión en Activos

Equipos y Muebles	P.V.P. Unit.	Cantidad	Importe
Equipos de Computo			
Computador	195,00	1	195,00
Impresora	80,64	1	80,64
Sub Total			275,64
Muebles y Enseres			
Escritorios	120,00	1	120,00
Silla Giratoria	80,00	1	80,00
Archivador	65,00	1	65,00
Sillas sencillas	25,00	2	50,00
Sub Total			315,00
Equipamiento			
Moledora de carne	3.600,00	1	3.600,00
Cutter	15.000,00	1	15.000,00
Mezcladora	2.700,00	1	2.700,00
Embutidora	10.000,00	1	10.000,00
Pistola de presión	3.200,00	1	3.200,00
Tina de Escaldado	4.100,00	1	4.100,00
Empacadora al vacío	5.800,00	1	5.800,00
Cámaras de refrigeración	1.800,00	2	3.600,00
Caldera Pirotubular	8.700,00	1	8.700,00
Ablandador de agua	2.300,00	1	2.300,00
Mesas de desprese	100,00	2	200,00
Balanza plataforma	110,00	1	110,00
Balanza	170,00	1	170,00
Termómetro metálico	35,00	1	35,00
Afilador o chaira	65,00	1	65,00
Cuchillos de corte	60,00	1	60,00
Cuchillos de deshuese	40,00	1	40,00
Gavetas plásticas	45,00	1	45,00
Sub Total			59.725,00
Total			60.315,64

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.1.1. Capital de Trabajo

A continuación, se muestra el cálculo del capital de trabajo que se requiere para cubrir los gastos generados en el primer trimestre de la puesta en marcha de la empresa. Para un mes se necesita 9.525,56 USD, pero para poder operar con tranquilidad en la medida que se generan ingresos, dentro del financiamiento necesario se contemplan tres meses de capital equivalentes a 33.956,69 USD.

Tabla 23. Capital de Trabajo

Capital de Trabajo		
Línea de Embutido “Chorizos Gallegos”		
Concepto	Costo Mensual	Costo Trimestral
Mano de Obra Indirecta	1.028,09	3.084,27
Mano de Obra Directa	2.534,11	7.602,33
Costos de Materiales	5.763,36	17.290,09
Servicios Básicos	185,00	555,00
Materiales de Oficina	15,00	45,00
Gasto Adecuaciones		5.200,00
Gastos de Publicidad		180,00
Total	9.525,56	33.956,69

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.1.2. Inversión Inicial

Los resultados muestran que el monto necesario para la puesta en marcha de la empresa es de un total de 94.272,33 USD, de los cuales el 30% será financiado por los propietarios, lo que equivale a 28.281,70 USD y los restantes 65.990,63 USD serán financiados por una institución financiera.

Tabla 24. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL			
Línea de Embutido “Chorizos Gallegos”			
Activos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Capital de Trabajo			
Capital de Trabajo			33.956,69
Sub Total			33.956,69
Equipos de Computo			
Computador	1	195,00	195,00
Impresora	1	80,64	80,64
Sub Total			275,64
Muebles y Enseres			
Escritorios	1	120,00	120,00
Silla Giratoria	1	80,00	80,00
Archivador	1	65,00	65,00
Sillas sencillas	2	25,00	50,00

Sub Total			315,00
Herramientas			
Moledora de carne	1	3.600,00	3.600,00
Cutter	1	15.000,00	15.000,00
Mezcladora	1	2.700,00	2.700,00
Embutidora	1	10.000,00	10.000,00
Pistola de presión	1	3.200,00	3.200,00
Tina de Escaldado	1	4.100,00	4.100,00
Empacadora al vacío	1	5.800,00	5.800,00
Cámaras de refrigeración	2	1.800,00	3.600,00
Caldera Pirotubular	1	8.700,00	8.700,00
Ablandador de agua	1	2.300,00	2.300,00
Mesas de desprese	2	100,00	200,00
Balanza plataforma	1	110,00	110,00
Balanza	1	170,00	170,00
Termómetro metálico	1	35,00	35,00
Afilador o chaira	1	65,00	65,00
Cuchillos de corte	1	60,00	60,00
Cuchillos de deshuese	1	40,00	40,00
Gavetas plásticas	1	45,00	45,00
Sub Total			59.725,00
Total de Inversión			94.272,33

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.1.3. Financiamiento

Como se mencionó anteriormente el 70% de la inversión lo que equivale a 65.990,63 USD será asumida por una institución financiera, en este caso el Banco de Pichincha, a una tasa de interés de 11.23% a un plazo de 5 años con una amortización trimestral del préstamo equivalente a un total de 20 períodos. A continuación, se expone la amortización de dicho préstamo.

Tabla 25. Tabla de Amortización del préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
BENEFICIARIO				
INSTIT. FINANCIERA			Pichincha	
MONTO EN USD			65.990,63	
TASA DE INTERES			11,23%	
PLAZO			5	Años
AMORTIZACION CADA			90	Días
NÚMERO DE PERIODOS			20	
No.	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	65.990,63			
1	63.486,28	1.852,69	2.504,35	4.357,04
2	60.911,61	1.782,38	2.574,66	4.357,04
3	58.264,67	1.710,09	2.646,95	4.357,04
4	55.543,41	1.635,78	2.721,26	4.357,04
5	52.745,75	1.559,38	2.797,66	4.357,04
6	49.869,54	1.480,84	2.876,20	4.357,04
7	46.912,59	1.400,09	2.956,95	4.357,04
8	43.872,62	1.317,07	3.039,97	4.357,04
9	40.747,30	1.231,72	3.125,32	4.357,04
10	37.534,25	1.143,98	3.213,06	4.357,04
11	34.230,98	1.053,77	3.303,27	4.357,04
12	30.834,97	961,03	3.396,01	4.357,04
13	27.343,63	865,69	3.491,35	4.357,04
14	23.754,26	767,67	3.589,37	4.357,04
15	20.064,12	666,90	3.690,14	4.357,04
16	16.270,38	563,30	3.793,74	4.357,04
17	12.370,13	456,79	3.900,25	4.357,04
18	8.360,38	347,29	4.009,75	4.357,04
19	4.238,06	234,72	4.122,32	4.357,04
20	0,00	118,98	4.238,06	4.357,04
		21.150,18	65.990,63	87.140,80

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

La columna de intereses muestra cual será el valor a pagar en cada periodo de forma descendente, pues los cálculos están realizados bajo el método Frances. En la siguiente columna Principal, se coloca la cantidad del préstamo concedido y la

columna Dividendo registra el préstamo más los intereses en cada periodo, donde al final se debe cancelar un total de 87.140,80 USD al Banco Pichincha.

3.5.1.4. Presupuesto de Ingresos

A continuación, se analizarán las ventas estimadas para los cinco años de análisis del proyecto, así como los supuestos bajo los cuales se estimaron las mismas.

- De acuerdo con el análisis de la población expuesta anteriormente, la misma está conformada por un total de 1,097,521 personas aproximadamente.
- De acuerdo con los resultados de la encuesta el 79% de la población está dispuesto a consumir el “Chorizo Gallego” lo que equivale a un total de 867,042 clientes potenciales.
- La capacidad instalada de la nueva línea de embutido permite producir un total de 200 fundas de 400 gr cada una lo que equivale a un total de 4000 unidades mensuales, que cubriría el 5.54% de los clientes potenciales.
- El 76% de los encuestados está dispuesto a pagar cada funda de 400 gr, por lo que se prevé un precio de 3,20 USD por cada funda de “Chorizo Gallego”
- Se tendrá en cuenta el incremento del precio en un 1% por concepto de Inflación teniendo en cuenta que según el Banco Central de Ecuador dichos valores en el transcurso del 2017-2019 se han mantenido entre 1.10% y -0.27%.

A continuación, se muestran la proyección de los ingresos basados en los supuestos anteriormente descritos.

Tabla 26. Presupuesto de Venta

VENTAS ESTIMADAS						
Línea de Embutido “Chorizos Gallegos”						
Items	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	4.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
Precio	3,20	3,20	3,23	3,26	3,30	3,33
Ventas Estimadas		153.600,00	155.136,00	156.687,36	158.254,23	159.836,78

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.1.5. Presupuesto de Gastos

Para la determinación de los gastos, estos fueron desprendidos en costos directos e indirectos, a continuación, se exponen los supuestos bajos los cuales se determinaron.

Los gastos directos están constituidos por la mano de obra y los costos de materiales. A continuación, se muestra la determinación de cada uno de ellos.

- **Mano de Obra Directa**

En cuanto a la determinación de la mano de obra directa la misma está compuesta por los salarios y beneficios del jefe de producción y los obreros de planta.

Tabla 27. Gastos de Mano de Obra Directa

Mano de Obra Directa											
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"											
Puestos de Trabajo	Trabajadores	Salarios	Salarios Año							RRHH AÑO 1	RRHH AÑOS 2-5
			Mes	Año	13ro	14to	Fond. Res	Vacaciones	IESS		
Jefe de Producción	1	650.00	650.00	7,475.00	683.33	400.00	649.74	325.00	869.70	9,753.03	10,402.77
Obreros de Planta	3	450.00	1,350.00	15,525.00	1,450.00	1,200.00	1,349.46	675.00	1,806.30	20,656.30	22,005.76
Total	4		2,000.00	23,000.00						30,409.33	32,408.53

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

- **Costos de Materiales**

Los costos de materiales están compuestos por los insumos necesarios para la elaboración de los chorizos, así como las fundas para su empaque. A continuación, se exponen los supuestos bajo los cuales se establecieron dichos costos de materiales.

- Se espera que cada día se realicen 4 tandas de producción con un resultado de 50 lb de chorizo por tanda, lo que suma un total de 200 lb de chorizo diario, que equivalen 90.718 gr de chorizo diario.
- Teniendo en cuenta que cada funda contiene 400 gr de chorizo, diariamente se obtendrían aproximadamente 227

fundas.

- Adicionalmente se tendrán en cuenta un incremento del 1% anual por concepto de Inflación. Pues según el Banco Central de Ecuador dichos valores en el transcurso del 2017-2019 se han mantenido entre 1.10% y -0.27%.

Tabla 28. Costo unitario

Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"					
DATOS	MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MATERIA PRIMA
MATERIALES DIRECTOS					
MATERIA PRIMA	Carne de res	Lb	22,28	0,8100	18,0468
	Grasa de chancho	Lb	9,08	0,7500	6,8100
	Hielo	Lb	17,33	-	0,0000
	Harina	Lb	4,13	0,3100	1,2803
	Fécula	Lb	4,95	0,3800	1,8810
	Sal	Lb	0,89	0,3000	0,2670
	Nitrito	Lb	0,02	1,5900	0,0318
	Tarik-7	Lb	0,53	2,5400	1,3462
	Comino	Lb	0,17	3,0000	0,5100
	Ajo	Lb	0,25	2,0000	0,5000
	Glutamato	Lb	0,17	1,5000	0,2550
	Oregano	lb	0,14	4,0000	0,5600
	Tomate deshidratado	lb	5,33	7,7200	41,1476

	Azúcar	lb	0,13	0,4000	0,0520
Sub Total			50 lb		72,6877
Procesos de elaboración realizados en el día					4
Costo de Materia Prima por día					290,75
Fundas de 400g diarias					227,00
Costo de Materis Prima por Funda					1,28
MATERIALES INDIRECTOS					
EMPAQUE	Funda	Unidad	1	0,1600	0,1600
Costo de Empaque					0,16

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Teniendo en cuenta la Capacidad de Producción de la empresa es de 4000 unidades mensuales se determinan los costos totales de materiales.

Tabla 29. Costo de Materiales

COSTO DE MATERIALES						
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"						
Items	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas	4.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
Materia prima	1,28	1,28	1,29	1,31	1,32	1,33
Empaque	0,16	0,160	0,162	0,163	0,165	0,166
Costos Estimados		69.160,35	69.851,95	70.550,47	71.255,97	71.968,53

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

- **Mano de Obra Indirecta**

Los gastos correspondientes a la mano de obra indirecta están constituidos por el salario y beneficio de ley del Asistente de Producción y el Bodeguero.

Tabla 30. Gastos de Mano de Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta												
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"												
Puestos de Trabajo	Trabajadores	Salarios	Salarios Año							RRHH AÑO 1	RRHH AÑOS 2-5	
			Mes	Año	13ro	14to	Fond. Res	Vacaciones	IESS			
Asistente de Producción	1	400.00	400.00	4,600.00	433.33	400.00	399.84	200.00	535.20	6,168.53	6,568.37	
Bodeguero	1	400.00	400.00	4,600.00	433.33	400.00	399.84	200.00	535.20	6,168.53	6,568.37	
Total	2		800.00	9,200.00						12,337.07	13,136.75	

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

- **Gastos Generales**

En cuanto a los gastos generales los mismos se establecieron bajo los siguientes supuestos:

- Se incurrirán en gastos por materiales de oficina por un estimado de 15,00 USD mensuales.
- Se estiman gastos por concepto de servicios básico por un valor de 185,00 USD mensuales.
- Se prevén gastos por un valor de 5.200,00 USD correspondientes a las adecuaciones de los locales de la nueva línea de embutido.

Tabla 31. Gastos Generales

GASTOS GENERALES			
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"			
Artículo	Cantidad Anual	Precio Unitario	Importe Anual
Servicios Básicos	12	185.00	2,220.00
Material de Oficina	12	15.00	180.00
Gasto de Adecuaciones	1	5,200.00	5,200.00
Total, Gastos Generales			7,600.00

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

- **Publicidad**

Con respecto a los gastos de publicidad los mismos fueron basados en los siguientes supuestos:

- Se imprimirán trípticos por un valor estimado de 120,00 USD anuales.
- Promoción por un valor de 600,00 USD anuales en Facebook e Instagram al ser las redes sociales más utilizada por los clientes potenciales.

A continuación, se muestra el presupuesto destinado para las actividades de publicidad durante los 5 años en los que se analiza el proyecto.

Tabla 32. Gastos de publicidad

PUBLICIDAD							
Línea de Embutido “Chorizos Gallegos”							
Artículo	Gastos Estimado	Veces al Año	Importe Año 1	Importe Año 2	Importe Año 3	Importe Año 4	Importe Año 5
Publicidad en redes sociales	600.00	1	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Impresos	120.00	1	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Total, Gastos de Publicidad	720.00		720.00	720.00	720.00	720.00	720.00

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

- **Depreciación**

La depreciación de los activos se realizará según el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno del SRI, las tasas para depreciación de activos son los siguientes:

- Equipos y muebles, Instalaciones, maquinarias, 10% anual.
- Equipo informático (computadoras) y software 33% anual.
- Inmueble (excepto terrenos), aeronaves, naves, barcasas y similares 5% anual.
- Vehículos, equipo caminero móvil y equipos de transporte 20% anual.

agua								
Mesas de despres e	200,00	10%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	100,00
Balanza plataforma	110,00	10%	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00	55,00
Balanza	170,00	10%	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	85,00
Termómetro metálico	35,00	10%	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	17,50
Afilador o chaira	65,00	10%	6,50	6,50	6,50	6,50	6,50	32,50
Cuchillos de corte	60,00	10%	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	30,00
Cuchillos de deshues e	40,00	10%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	20,00
Gavetas plásticas	45,00	10%	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	22,50
	60.315,64		6.094,96	6.094,96	6.094,96	6.020,65	6.004,00	
Depreciación			6.094,96	6.094,96	6.094,96	6.020,65	6.004,00	30.006,11

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

A continuación, se muestra un resumen de los gastos anteriormente descritos.

Tabla 34. Resumen de la proyección de los costos y gastos

DETALLE DE LOS GASTOS					
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Venta					
Mano de Obra Directa	30.409,33	32.408,53	32.408,53	32.408,53	32.408,53
Costo de Materiales	69.160,35	69.851,95	70.550,47	71.255,97	71.968,53
Sub Total	99.569,68	102.260,48	102.959,00	103.664,51	104.377,07
Gastos de Administración					
Mano de Obra Indirecta	12.337,07	13.136,75	13.136,75	13.136,75	13.136,75
Servicios Básicos	2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00
Materiales de oficina	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00

Gasto Adecuaciones	5.200,00				
Depreciación	6.094,96	6.094,96	6.094,96	6.020,65	6.004,00
Sub Total	26.032,03	21.631,71	21.631,71	21.557,40	21.540,75
Gastos de Venta					
Publicidad	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Sub Total	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Gastos Financieros					
Intereses	6.980,94	5.757,38	4.390,51	2.863,57	1.157,78
Sub Total	6.980,94	5.757,38	4.390,51	2.863,57	1.157,78
Gastos Totales	133.302,64	130.369,57	129.701,22	128.805,47	127.795,60

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.2 Evaluación Financiera

3.5.2.1 Flujo de caja

Partiendo de las proyecciones de los costos y gastos, así como de los ingresos estimados, se establece el siguiente flujo de caja.

Tabla 35. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA							
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Iniciales							
	Capital de Trabajo	- 33.95 6,69					
	Compra de Activos	- 60.31 5,64					
Flujos Operacionales							
	Ventas		153.60 0,00	155.13 6,00	156.68 7,36	158.25 4,23	159.83 6,78
(-)	Costo de ventas		99.569 ,68	102.26 0,48	102.95 9,00	103.66 4,51	104.37 7,07
(-)	Gastos de Administración		26.032 ,03	21.631, 71	21.631, 71	21.557, 40	21.540, 75
(-)	Gastos de Ventas		-	-	-	-	-

)			720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
	Utilidades antes de Interese e Impuesto		27.278,29	30.523,81	31.376,65	32.312,33	33.198,96
(-)	Gastos Financieros		6.980,94	5.757,38	4.390,51	2.863,57	1.157,78
	Utilidades antes de Aportes e Impuestos		20.297,36	24.766,43	26.986,14	29.448,77	32.041,18
(-)	Aporte a los Trabajadores (15%)		3.044,60	3.714,97	4.047,92	4.417,31	4.806,18
	Utilidades antes de Impuesto		17.252,75	21.051,47	22.938,22	25.031,45	27.235,00
(-)	Impuestos (25%)		4.313,19	5.262,87	5.734,55	6.257,86	6.808,75
	Utilidades después de Impuesto		12.939,56	15.788,60	17.203,66	18.773,59	20.426,25
(+)	Resultado de la Depreciación		6.094,96	6.094,96	6.094,96	6.020,65	6.004,00
	Flujos de Efectivo Operacionales		19.034,53	21.883,56	23.298,62	24.794,24	26.430,25
Flujos Finales							
(+)	Valor de Salvamento						30.006,11
(+)	Recuperación de Capital de Trabajo						33.956,69
	Flujo de Efectivo Total	94.272,33	19.034,53	21.883,56	23.298,62	24.794,24	90.393,04

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.2.2 Indicadores de rentabilidad

Valor Actual Neto (VAN)

Para determinar el Valor Actual Neto (VAN) se estableció inicialmente la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) como resultado de la constitución del capital y el costo de adquisición de este, exponiendo un valor de 10,86% el cálculo se muestra a continuación.

Tabla 36. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL	%	COSTO DEL CAPITAL	PONDERACIÓN
Propietario	30%	10,00%	3,00%
Préstamo	70%	11,23%	7,86%
TMAR	100%		10,86%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Partiendo de los resultados de la TMAR, se calculó el VAN según la siguiente fórmula.

Tabla 37. Cálculo del VAN, TIR y PR

	TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor Actual del Flujo de Efectivo	122.471,21	17.169,72	17.805,76	17.099,91	16.414,80	53.981,02
Inversión Inicial	-94.272,33					
Valor Actual Neto (VAN)	28.198,88					
Tasa Interna de Retorno (TIR)	19,46%					
Periodo de Recuperación (Payback)	4,53					

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

$$VAN = -I + Fc_1 / (1 + k)^1 + Fc_2 / (1 + k)^2 \dots Fc_n / (1 + k)^n$$

Dónde:

VAN = Valor Actual Neto

I = valor total de la inversión en el período 0.

Fc n = saldo del flujo neto anual de caja en el año n.

k = tasa de descuento planteada para la inversión.

n = año del período de vida útil económico.

$$VAN = -94.272,33 + \frac{17.169,72}{(1 + 0.1086)^1} + \frac{17.805,76}{(1 + 0.1086)^2} + \dots + \frac{53.981,02}{(1 + 0.1086)^5}$$

$$VAN = 28.198,88 \text{ USD}$$

Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)

Para el cálculo de la Tasa de Rentabilidad Interna se toma como la tasa en que la rentabilidad absoluta neta del proyecto se hace cero (VAN = 0).

Tomando como punto de partida la fórmula mostrada para el cálculo del VAN, los resultados arrojados son los siguientes:

$$0 = -I + \frac{F_c 1}{(1+r)^1} + \frac{F_c 2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{F_c n}{(1+r)^n}$$

$$0 = -94.272,33 + \frac{17.169,72}{(1+1.0860)^1} + \frac{17.805,76}{(1+1.0860)^2} + \dots + \frac{53.981,02}{(1+1.0860)^5}$$

$$= -73.953,54$$

$$TIR = 19,46\%$$

Período de Recuperación

Partiendo de los saldos acumulados de cada año como se muestra en la siguiente tabla, se determina el periodo de recuperación.

Tabla 38. Saldos acumulados del flujo de caja

Años	Inversión	Flujo de Caja	Saldo Acumulado
0	-94.272,33		-94.272,33
1		19.034,53	-75.237,80
2		21.883,56	-53.354,24
3		23.298,62	-30.055,61
4		24.794,24	-5.261,38
5		90.393,04	85.131,67

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

$$PR = 5 + (94.272,33 / (94.272,33 + 85.131,67)) - 1$$

PR = 4,53 (La inversión se recupera en 4 años, 6 meses y 10 días aproximadamente)

Relación Costo Beneficio

Los resultados de la relación costo beneficio muestra que la empresa obtendría 1.20 USD de beneficios por cada dólar de gastos incurridos en la empresa.

Tabla 39. Relación Costo – Beneficio

Razón Beneficio Costo (B/C)

Línea de Embutido “Chorizos Gallegos”						
	TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		153.600,00	155.136,00	156.687,36	158.254,23	159.836,78
Total de Ingresos		153.600,00	155.136,00	156.687,36	158.254,23	159.836,78
Valor Actual de los Ingresos Futuros	580.001,89	138.551,88	126.227,80	114.999,93	104.770,78	95.451,50
Costo de Venta		99.569,68	102.260,48	102.959,00	103.664,51	104.377,07
Gastos de Administración		26.032,03	21.631,71	21.631,71	21.557,40	21.540,75
Gastos de Venta		720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Gastos Financieros		6.980,94	5.757,38	4.390,51	2.863,57	1.157,78
Total de Costos		133.302,64	130.369,57	129.701,22	128.805,47	127.795,60
Valor Actual de los Gastos Futuros	483.104,60	120.243,05	106.076,37	95.193,59	85.274,49	76.317,11
Razón Beneficio Costo (B/C)	1,20					

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.2.3 Análisis de Sensibilidad

Escenario Optimista

Para el caso del escenario optimista se tendrá en cuenta el incremento en un 10% de las ventas de la empresa. A continuación, se muestran los resultados.

Tabla 40. Flujo de Caja del Escenario Opimista

FLUJO DE CAJA – OPTIMISTA							
Línea de Embutido “Chorizos Gallegos”							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Iniciales							
	Capital de Trabajo	- 33.956 ,69					
	Compra de Activos	- 60.315 ,64					
Flujos Operacionales							
	Ventas		168.96 0,00	170.649 ,60	172.35 6,10	174.079 ,66	175.820 ,45
(-)	Costo de ventas		- 99.569, 68	- 102.260 ,48	- 102.95 9,00	- 103.664 ,51	- 104.377 ,07
(-)	Gastos de Administración		- 26.032, 03	- 21.631, 71	- 21.631, 71	- 21.557, 40	- 21.540, 75
(-)	Gastos de Ventas		-720,00	-720,00	-720,00	-720,00	-720,00
	Utilidades antes de Interese e Impuesto		42.638, 29	46.037, 41	47.045, 39	48.137, 75	49.182, 64
(-)	Gastos Financieros		- 6.980,9 4	- 5.757,3 8	- 4.390,5 1	- 2.863,5 7	- 1.157,7 8
	Utilidades antes de Aportes e Impuestos		35.657, 36	40.280, 03	42.654, 87	45.274, 19	48.024, 86
(-)	Aporte a los		-	-	-	-	-

)	Trabajadores (15%)		5.348,6 0	6.042,0 1	6.398,2 3	6.791,1 3	7.203,7 3
	Utilidades antes de Impuesto		30.308,75	34.238,03	36.256,64	38.483,06	40.821,13
(-)	Impuestos (25%)		- 7.577,1 9	- 8.559,5 1	- 9.064,1 6	- 9.620,7 7	- 10.205,28
	Utilidades después de Impuesto		22.731,56	25.678,52	27.192,48	28.862,30	30.615,85
(+)	Readicción de la Depreciación		6.094,9 6	6.094,9 6	6.094,9 6	6.020,6 5	6.004,0 0
	Flujos de Efectivo Operacionales		28.826,53	31.773,48	33.287,44	34.882,95	36.619,85
Flujos Finales							
(+)	Valor de Salvamento						30.006,11
(+)	Recuperación de Capital de Trabajo						33.956,69
	Flujo de Efectivo Total	- 94.272,33	28.826,53	31.773,48	33.287,44	34.882,95	100.582,64
		TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Valor Actual del Flujo de Efectivo	159.446,33	26.002,40	25.852,78	24.431,16	23.093,94	60.066,05
	Inversión Inicial	- 94.272					

		,33					
	Valor Actual Neto (VAN)	65.174,00					
	Tasa Interna de Retorno (TIR)	30,52 %					
	Periodo de Recuperación (Payback)	3,27					

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Los resultados del escenario optimista son mucho más favorables, alcanzando un Valor Actual Neto (VAN) de 65.174,00 USD y una Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de 30,52% muy superior al exigido para cubrir el costo del capital. Además de que la inversión se recupera aproximadamente en 3 años, 8 meses y 22 días.

Escenario pesimista

Mientras que en el escenario pesimista se prevé que las ventas disminuyan en un 10%. A continuación, se muestran los resultados.

Tabla 41. Flujo de Caja del Escenario Pesimista

FLUJO DE CAJA - PESIMISTA							
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Iniciales							
	Capital de Trabajo	- 33.95 6,69					
	Compra de Activos	- 60.31 5,64					
Flujos Operacionales							
	Ventas		138.240,00	139.622,40	141.018,62	142.428,81	143.853,10
(-)	Costo de ventas		- 99.569,68	- 102.260,48	- 102.959,00	- 103.664,51	- 104.377,07
(-	Gastos de		-	-	-	-	-

)	Administración		26.032,0 3	21.631,7 1	21.631,7 1	21.557,4 0	21.540,7 5
(-)	Gastos de Ventas		-720,00	-720,00	-720,00	-720,00	-720,00
	Utilidades antes de Interese e Impuesto		11.918,2 9	15.010,2 1	15.707,9 1	16.486,9 1	17.215,2 9
(-)	Gastos Financieros		6.980,94	5.757,38	4.390,51	2.863,57	-1.157,78
	Utilidades antes de Aportes e Impuestos		4.937,36	9.252,83	11.317,4 0	13.623,3 4	16.057,5 0
(-)	Aporte a los Trabajadores (15%)		740,60	1.387,93	1.697,61	2.043,50	2.408,63
	Utilidades antes de Impuesto		4.196,75	7.864,91	9.619,79	11.579,8 4	13.648,8 8
(-)	Impuestos (25%)		1.049,19	1.966,23	2.404,95	2.894,96	3.412,22
	Utilidades después de Impuesto		3.147,56	5.898,68	7.214,84	8.684,88	10.236,6 6
(+)	Readicción de la Depreciación		6.094,96	6.094,96	6.094,96	6.020,65	6.004,00
	Flujos de Efectivo Operacionales		9.242,53	11.993,6 4	13.309,8 0	14.705,5 3	16.240,6 6
Flujos Finales							
(+)	Valor de Salvamento						30.006,1 1
(+)	Recuperación de Capital de Trabajo						33.956,6 9
	Flujo de Efectivo Total	- 94.27 2,33	9.242,53	11.993,6 4	13.309,8 0	14.705,5 3	80.203,4 5
		TOTA L	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Valor Actual del Flujo de Efectivo	85.49 6,09	8.337,04	9.758,73	9.768,67	9.735,66	47.895,9 8
	Inversión Inicial	- 94.27 2,33					
	Valor Actual Neto (VAN)	- 8.776, 24					
	Tasa Interna de Retorno (TIR)	8,15%					
	Periodo de Recuperación (Payback)	8,09					

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

En el caso del escenario pesimista sus resultados son igualmente favorables con un Valor Actual Neto (VAN) negativo de -8.776,24USD y una Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) de 8,15% por debajo al exigido para cubrir el costo del capital. Además de que la inversión se recupera en aproximadamente 4 años, 8 mes y 22 días.

Los resultados del VAN, TIR, relación Costo Beneficio y Periodo de Recuperación muestran que la nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., en la ciudad de Quito es factible, donde el Valor Actual de los flujos de efectivos futuros es positivo con un valor de 28.198,88 USD, con una TIR de 19,46% superior al 10.86% exigido para cubrir el costo del capital, además de recuperar la inversión en 4 años, 11 meses y 4 días aproximadamente y obtenido 1,20 USD de beneficios por cada dólar gastado en la empresa.

3.5.1.7. Punto de Equilibrio

A continuación, se muestran los costos fijos y variables de la empresa, punto de partida para la determinación del punto de equilibrio.

Tabla 42. Costos fijos

Costos Fijos					
Actividades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Indirecta	12.337,07	13.136,75	13.136,75	13.136,75	13.136,75
Servicios Básicos	2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00
Materiales de oficina	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Gasto Adecuaciones	5.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación	6.094,96	6.094,96	6.094,96	6.020,65	6.004,00
Publicidad	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Intereses	6.980,94	5.757,38	4.390,51	2.863,57	1.157,78
TOTAL	33.732,97	28.109,08	26.742,22	25.140,96	23.418,53

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Tabla 43. Costos Variables

Costos Variables					
Actividades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Directa	30.409,33	32.408,53	32.408,53	32.408,53	32.408,53
<u>Costo de Materiales</u>	<u>69.160,35</u>	69.851,95	70.550,47	71.255,97	71.968,53

TOTAL	99.569,68	102.260,48	102.959,00	103.664,51	104.377,07
--------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Los resultados del punto de equilibrio muestran que para el primer año de puesta en marcha de la empresa se requiere aproximadamente de un total de 29.968 unidades vendidas para cubrir el total de gastos de la empresa o lo que es lo mismo tener ingresos equivalentes a 95.897,70 USD, representado en el 62,43% de las ventas. Mientras que, para el quinto año, dicha cantidad disminuye a 20.269 unidades. Además, se aprecia una disminución en los costos variables y fijos sobre el quinto año, aunque el precio por unidad tiende a subir teniendo en cuenta la inflación.

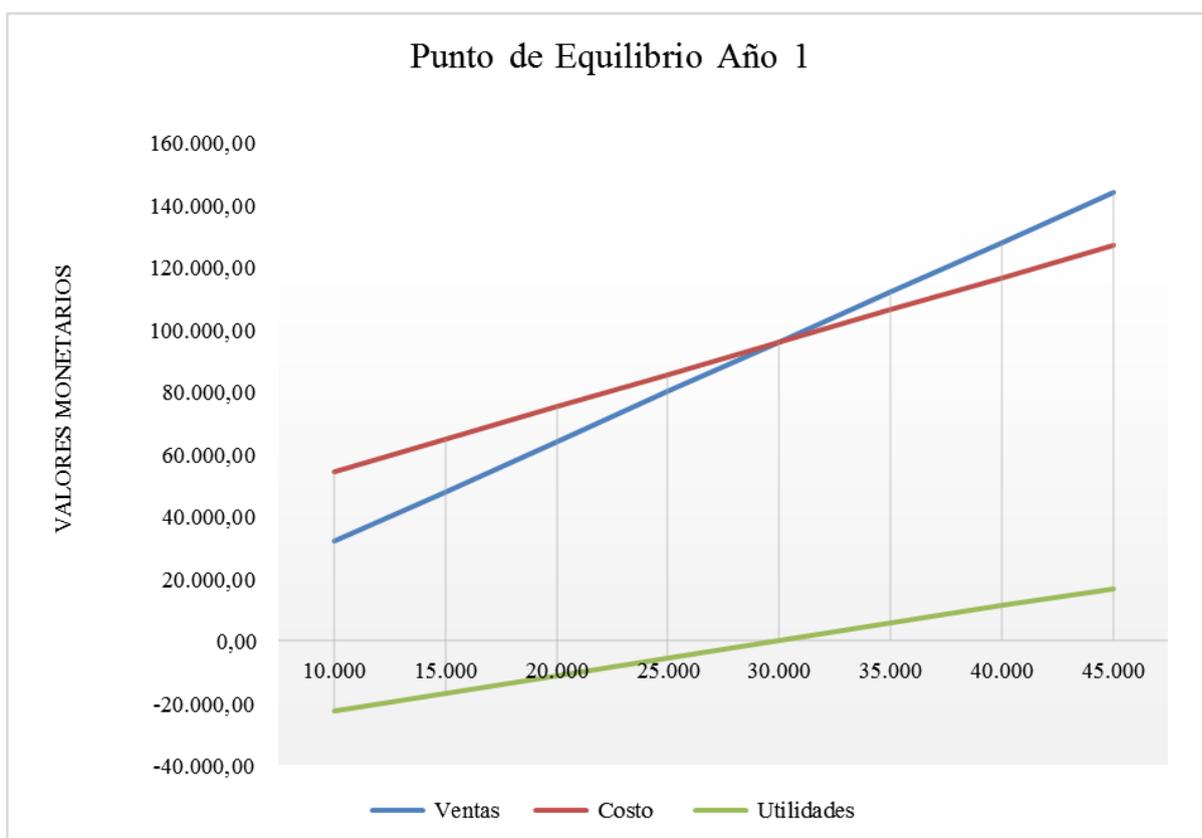
Tabla 44. Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio por unidad	3,20	3,23	3,26	3,30	3,33
Costo Variable Unitario	2,07	2,13	2,14	2,16	2,17
Costos Fijos	33.732,97	28.109,08	26.742,22	25.140,96	23.418,53
Punto de Equilibrio (PE) Unidades	29.968	25.517	23.891	22.106	20.269
Ventas Necesarias (\$)	95.897,70	82.471,64	77.988,01	72.883,01	67.493,00
Ventas Necesarias (%)	62,43%	53,16%	49,77%	46,05%	42,23%

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

A continuación, se muestra gráficamente el comportamiento del punto de equilibrio para el primer año de la empresa.

Figura 22: Punto de Equilibrio, Año 1



Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

3.5.3 Análisis Financiero

3.5.3.1 Análisis del Estado de Resultados

Tabla 45. Análisis del Estado de Resultados Proforma

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA						
Línea de Embutido “Chorizos Gallegos”						
		2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos Operacionales						
	Ventas	153.600,00	155.136,00	156.687,36	158.254,23	159.836,78
(-)	Costo de ventas	99.569,68	102.260,48	102.959,00	103.664,51	104.377,07
Utilidad Bruta en Ventas		54.030,32	52.875,52	53.728,36	54.589,73	55.459,71
(-)	Gastos de Ventas	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Utilidad Neta en Ventas		53.310,32	52.155,52	53.008,36	53.869,73	54.739,71
(-)	Gastos de					

	Administración	26.032,03	21.631,71	21.631,71	21.557,40	21.540,75
	Utilidad (Pérdida) Operacional	27.278,29	30.523,81	31.376,65	32.312,33	33.198,96
(-)	Gastos Financieros	6.980,94	5.757,38	4.390,51	2.863,57	1.157,78
	Utilidad (Pérdidas) antes de Participación	20.297,36	24.766,43	26.986,14	29.448,77	32.041,18
(-)	Aporte a los Trabajadores	3.044,60	3.714,97	4.047,92	4.417,31	4.806,18
	Utilidad (Pérdidas) antes de Impuestos	17.252,75	21.051,47	22.938,22	25.031,45	27.235,00
(-)	Impuesto a la Renta	4.313,19	5.262,87	5.734,55	6.257,86	6.808,75
	UTILIDAD DEL EJERCICIO	12.939,56	15.788,60	17.203,66	18.773,59	20.426,25

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

El análisis del Estado de Resultados refleja que en los próximos años la empresa obtendrá una utilidad en cada ejercicio de forma ascendente. Por tanto, en el futuro cercano contará con capital disponible para reinvertir en distintas áreas del negocio, para ampliar la producción, para incursionar en otros sitios de la geografía ecuatoriana, llevando un producto de calidad.

Tabla 46. Análisis del Estado de Situación Financiera Proforma

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROFORMA					
Línea de Embutido "Chorizos Gallegos"					
	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVO					
Activos Corrientes					
Caja y Banco	42.543,99	52.756,77	63.017,74	73.247,39	83.407,26
Total de Activos Corrientes	42.543,99	52.756,77	63.017,74	73.247,39	83.407,26
Activos no Corrientes					
Propiedades Planta y Equipos	60.315,64	54.220,68	48.125,72	42.030,76	36.010,11
Depreciación Acumulada	6.094,96	6.094,96	6.094,96	6.020,65	6.004,00
Total de Activos no Corrientes	54.220,68	48.125,72	42.030,76	36.010,11	30.006,11
Total de Activos	96.764,67	100.882,48	105.048,50	109.257,49	113.413,37

PASIVO					
Pasivos Corrientes					
Total de Pasivo Corriente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pasivos No Corrientes					
Obligaciones Bancarias	55.543,4 1	43.872,62	30.834,97	16.270,38	0,00
Total de Pasivos no Corrientes	55.543,4 1	43.872,62	30.834,97	16.270,38	0,00
Total de Pasivos	55.543,4 1	43.872,62	30.834,97	16.270,38	0,00
PATRIMONIO					
Capital Social	28.281,7 0	28.281,70	28.281,70	28.281,70	28.281,70
Resultados Acumulados		12.939,56	28.728,17	45.931,83	64.705,42
Resultados del Ejercicio	12.939,5 6	15.788,60	17.203,66	18.773,59	20.426,25
Total de Patrimonio	41.221,2 6	57.009,86	74.213,53	92.987,11	113.413,3 7
Total de Pasivo + Patrimonio	96.764,6 7	100.882,4 8	105.048,5 0	109.257,4 9	113.413,3 7

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Por su parte, el análisis del Estado de Situación Financiera refleja que la empresa cumple con sus obligaciones bancarias antes de los cinco años. Sus activos corrientes se duplican al final del quinto año. Por tanto, su patrimonio neto de igual forma crece con el pasar de los años como se observa en la Tabla 44.

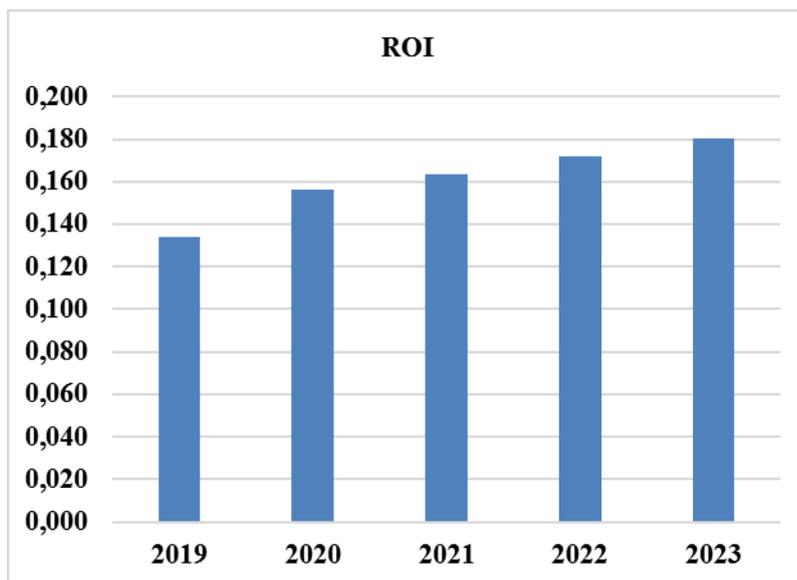
3.5.4 Índices de rentabilidad

El objetivo de una empresa es maximizar sus ganancias al lograr el mejor retorno de la inversión posible. En este sentido, las métricas de rentabilidad son fórmulas matemáticas que podemos usar para saber en qué medida la compañía ha podido usar sus recursos y así obtener beneficios.

Tabla 47. Rentabilidad sobre Inversión (ROI) = Utilidad Neta/Total de Activo

Rentabilidad sobre Inversión				
2019	2020	2021	2022	2023
0,134	0,157	0,164	0,172	0,180

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 23: ROI

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

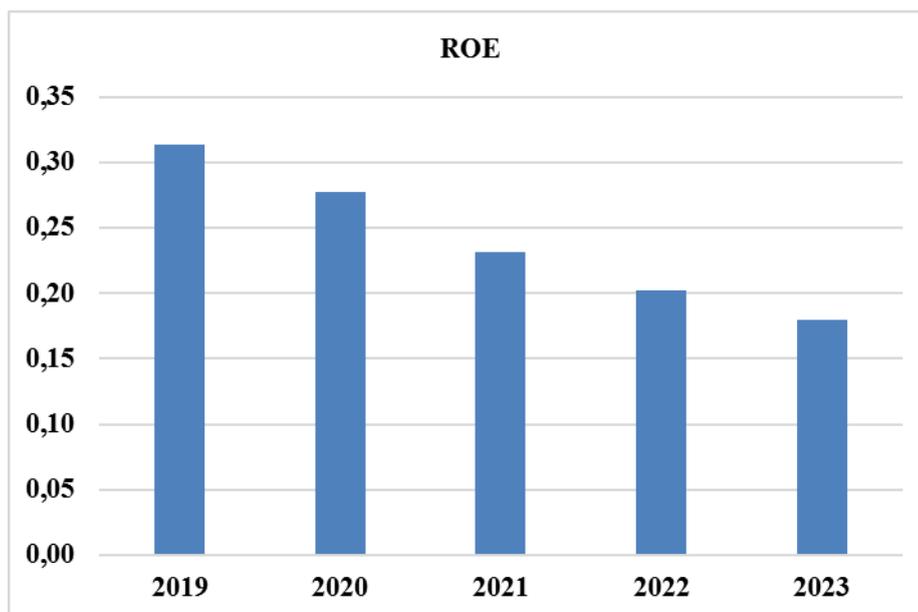
En el caso particular de la rentabilidad sobre la inversión, sus resultados pasan de 0,134 en el año 2019 a 0,180 en el 2023, mostrando que la empresa generará 0,033 USD más de utilidad por cada dólar de activos al final del quinto año.

Tabla 48. Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE) = Utilidad Neta/Patrimonio

Rentabilidad sobre el Patrimonio				
2019	2020	2021	2022	2023
0,31	0,28	0,23	0,20	0,18

Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Figura 24: ROE



Elaborado por: Gabriela Estefanía Galindo Almeida

Finalmente, la rentabilidad sobre el patrimonio muestra un comportamiento a la baja pasando de 0,31 en el 2019 a 0.18 en el 2023, lo que indica que la empresa logró generar 0.18 USD de utilidad por cada dólar de patrimonio de la compañía al final del quinto año. Por tanto, la empresa sigue siendo rentable a futuro.

CONCLUSIÓN

Concluido el trabajo de investigación y con los resultados obtenidos se puede señalar lo siguiente:

- La empresa Comisariato de Carnes, S.A. ha decidido ampliar su oferta con la comercialización de “Chorizo Gallego”, una línea de embutidos que les permite aprovechar las oportunidades del mercado y aumentar el poder adquisitivo. Se realizó un análisis del entorno situacional para conocer cómo se encuentra la estabilidad política y económica, la situación social, las medidas ambientales y el nivel tecnológico, donde se pudo evidenciar que, aunque las condiciones no son del todo favorables hay posibilidades de éxito. A través, de una encuesta aplicada se demostró que el producto tendrá aceptación, pues el 79% encontró sabroso el producto, confirmando posteriormente su disposición a adquirirlo.
- El precio se estableció en \$ 3,20 ya que el 76% de individuos cuestionados afirma estar dispuesto a pagar este valor por el producto. Por otro lado, se realizó un análisis de las condiciones macroentorno y microentorno de la empresa para determinar las oportunidades y amenazas existentes y las fortalezas y debilidades, información esta que sirvió para establecer estrategias.
- Para implementar el proyecto se necesita 94.272,33 USD. El financiamiento contara con un préstamo bancario de 65.990,63 USD adquirido en el Banco Pichincha, pagaderos en 5 años al 11,23% de interés. Mientras la otra parte del capital correrá por parte de la proponente. Por otro lado, la evaluación financiera determinó que el proyecto es factible y rentable.
- Según los cálculos el VAN muestra un valor positivo de 28.198,88 USD, la TIR es de 19,46%, superior al 10,86% exigido para cubrir el costo del capital y un periodo de recuperación de 4 años, 6 meses y 10 días aproximadamente. En cuanto a Beneficio-Costo, la empresa obtiene 1,20 USD por cada dólar gastado.

RECOMENDACIÓN

Al concluir el análisis de una nueva línea de embutidos en la empresa Comisariato de Carnes S.A., en la ciudad de Quito Año 2019. Se recomienda lo siguiente:

- Implementar el proyecto, pues los resultados financieros obtenidos demuestran su factibilidad.
- Si este proyecto es puesto en práctica, debe vigilarse su implementación de forma tal que se busque la eficiencia permanente e incrementar el alcance del mercado, generando beneficios superiores.
- Realizar revisiones trimestrales de la situación de la empresa y su entorno para implementar cambios en cada semestre del año.
- Evitar el endeudamiento en el futuro cercano, ya que los análisis de rentabilidad muestran que esta tiende a bajar en el transcurso de los primeros cinco años.
- Ampliar el programa de publicidad, alcanzando la mayor cantidad de medios posible para dar a conocer el producto, según lo permita el capital disponible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altafuya, G. V. (2015, noviembre 16). *Sucursal del comisariato de cárnicos “El potrero” en la ciudad de Esmeraldas*. Retrieved febrero 19, 2020, from <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/543>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Patria.
- Banco Mundial. (Abril de 2018). *Ecuador: Panorama mundial*. Recuperado el 6 de mayo de 2020, de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Calle, J. C. (2014). *Plan de negocios para la producción, venta y comercialización de cárnicos de alta calidad (cárnicos la fe) en el municipio de la ceja del tambo (Antioquia)*. Recuperado el 19 de febrero de 2020, de http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1404/1/Plan_negocios_pr oduccion_venta_comercializacion
- Camacho, V. (2017). *Estudio de factibilidad de una nueva línea de negocio para una empresa Despostadora de Carne de Cerdo*. Recuperado el 10 de febrero de 2020, de https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/2216/1/CamachoVanessa_2017_EstudoFactibilidadNueva.pdf
- Castillo, Á. (2015). *Manual sobre Preparación de Estudios de Factibilidad para Almacenes de Granos*. Bogotá: IICA.
- Comisariato de Carnes S.A. (6 de Febrero de 2020). *Comisariato de Carnes S.A.* Recuperado el 15 de marzo de 2020, de <https://www.guimun.com/ecuador/negocios/3063/comisariato-de-carnes>
- Coyne, S. (2016). Llevando la disciplina a la estrategia. *The McKinsey Quarterly*, 12(4), 4. Ecuador, Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (30 de 3 de 2020). *Certificado Sanitario de Exportación de Alimentos*. Recuperado el 19 de abril de 2020, de <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/certificado-sanitario-exportacion-alimentos>

- Ecuador, Banco Central. (junio de 2017). *Inflación mensual*. Recuperado el 5 de abril de 2020, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Marzo%202017/Reporte_inflacion_201703.pdf
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Población de 10 y más años por condición de actividad, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento y sexo*. Recuperado el 12 de enero de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/Poblaci%C3%B3n+de+10+y+M%C3%A1s+A%C3%B1os+por+Condici%C3%B3n+de+Actividad,+Seg%C3%BAn+Provincia,+Cant%C3%B3n+y+Parroquia+de+Empadronamiento+y+Sexo/>
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Enero de 2020). *Boletín Técnico No 01-Enero*, Quito, Ecuador INEC. Recuperado el 21 de Septiembre de 2020, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf
- Ehrhardt, M., & Brigham, E. (2018). *Finanzas corporativas: Enfoque Central*. New York: Hoboken.
- Flores, M., & Proaño, P. (11 de marzo de 2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de un vagón de ferrocarril en el Cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico*. Recuperado el 20 de enero de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5004/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-280.pdf>
- Galarza, C. (27 de mayo de 2015). *Los métodos cuantitativos, cualitativos y cuantitativos en la investigación social*. Recuperado el 12 de enero de 2020, de http://cienciaytecnologiapanchos.blogspot.com/2015/05/los-metodos-cuantitativos-cualitativos_27.html
- García, J. (abril de 2010). *El Estudio de factibilidad para la apertura de un gimnasio-spa en la Ciudadela del Chofer de la ciudad de Ibarra*. Recuperado el 18 de enero de 2020, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/410/2/02%20ICA%20063%20TESIS.pdf>
- Hayes, A. (2019). *Finanzas Corporativas y Contabilidad*. Madris: Deusto.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México DF,: Mc Graw-Hill.
- Herrera, F., Velasco, C., & Radulovich, R. (1994). *Fundamento de Análisis Económico. Guía para Investigación y Extensión Rural*. Turrialba-Costa Rica: Catie.
- Iturrioz, J. (18 de abril de 2015). *El estudio de Factibilidad y el Valor Actualizado Neto*. Recuperado el 15 de junio de 2020, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>
- Kenton, W. (2018). *Estudio de factibilidad*. Madrid: Investopedia.
- Labardin, P., & Nikitin, M. (2019). Contabilidad y las palabras para contarlos: una perspectiva histórica. *Contabilidad, negocios e historia financiera*, 19(2), 149-166.
- Laya, A. (26 de noviembre de 2011). *Los principios y postulados básicos de la contabilidad: Una perspectiva histórica-conceptual desde la doctrina contable*. Recuperado el 10 de enero de 2020, de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/SIUG/7183-24092-1-SM.pdf>
- López, F. (2019, marzo 31). *Punto de equilibrio por el método gráfico, Resúmenes de Contabilidad Financiera*. Retrieved marzo 20, 2020, from <https://www.docsity.com/es/punto-de-equilibrio-por-el-metodo-grafico/4523216/>
- Maqueda, J. (2010). *Marketing, innovación y nuevos negocios*. Madrid: Esic.
- Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 7(7), 67-85.
- Miranda, E. (1998). *Consideraciones para determinar la Tasa Mínima Aceptable de Retorno*. El Salvador: Universidad de El Salvador.
- Pincay, V. E., & Méndez, V. (27 de Septiembre de 2010). *Factibilidad y Viabilidad*. Recuperado el 12 de enero de 2020, de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Porter, M. (Abril de 2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto. Recuperado el 10 de junio de 2020, de <https://granadaempresas.es/guiainter/21preseleccion.html>

- Ramírez, E., & Cajigas, M. (20 de marzo de 2004). *Proyectos de inversión competitivos*. Recuperado el 14 de junio de 2020, de http://bdigital.unal.edu.co/46226/2/9588095247_Part01.PDF
- Ríos, M. A. (marzo de 2014). *Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Autoservicio de productos Tecnológicos para la Ciudad de Loja*. Recuperado el 15 de junio de 2020, de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6117/1/Mario%20Antonio%20OR%c3%ados%20Ordo%c3%b1ez.pdf>
- Ruiz, H., Sandoval, L., & Rendón, J. (noviembre de 2017). *Estudio de factibilidad para la producción de embutidos de la empresa El Placer en Ambato, Ecuador*. Recuperado el 20 de febrero de 2020, de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6164/1/AGN-2017-029.pdf>
- Santos, T. (2 de Noviembre de 2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión, etapas en su estudio*. Recuperado el 30 de enero de 2020, de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Schwab, K. (2019). *The Global Competitiveness Report*. Ginebra: World Economic Forum.
- Segal, T. (3 de Julio de 2019). *Finanzas Corporativas y Contabilidad. Margen de Beneficio*. Recuperado el 13 de mayo de 2020, de <https://www.investopedia.com/terms/p/profitmargin.asp>
- Tuovila, A. (2019). Finanzas corporativas y contabilidad estados financieros. *Invespedia*, 3(12), 69-78.

ANEXOS

PROPUESTA DE ENCUESTA



Con un cordial saludo, estamos realizando una exploración en torno al estado de opinión sobre el mercado de embutidos, específicamente “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados.

Los tomates deshidratados son tomates maduros que pierden la mayor parte de su contenido de agua después de pasar por un proceso de secado.

La encuesta está estructurada por 10 preguntas o enunciados de selección múltiple, por lo que le solicitamos marque con una X la respuesta correcta. Le pedimos sean lo más sinceros posible al responder, les garantizamos anonimato.

Datos Generales*Género*

Hombre

Mujer

Edad

18-25

26-33

34-41

42-49

50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?

- Siempre
- Alguna Vez
- Nunca

2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?

- Butifarra
 - Chorizo
 - Longaniza
 - Morcilla
 - Mortadela
 - Salchicha
 - _____) Otros
-

3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?

- Valor Nutritivo
 - Sabor
 - Precio
 - Calidad
 - Presentación
 - _____) Otro
-

4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?

- Semanal
- Quincenal

- Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
 - Anual
 - Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
- Muy agradable
 - Agradable
 - Ni agradable ni desagradable
 - Desagradable
 - Muy desagradable
6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
- Si
 - No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras? Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
- 1 Funda
 - De 2 a 5 fundas
 - De 5 a 8 fundas
 - Más de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
- Carnecerías
 - Supermercados
 - Plazas de mercado

() Otros

9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?

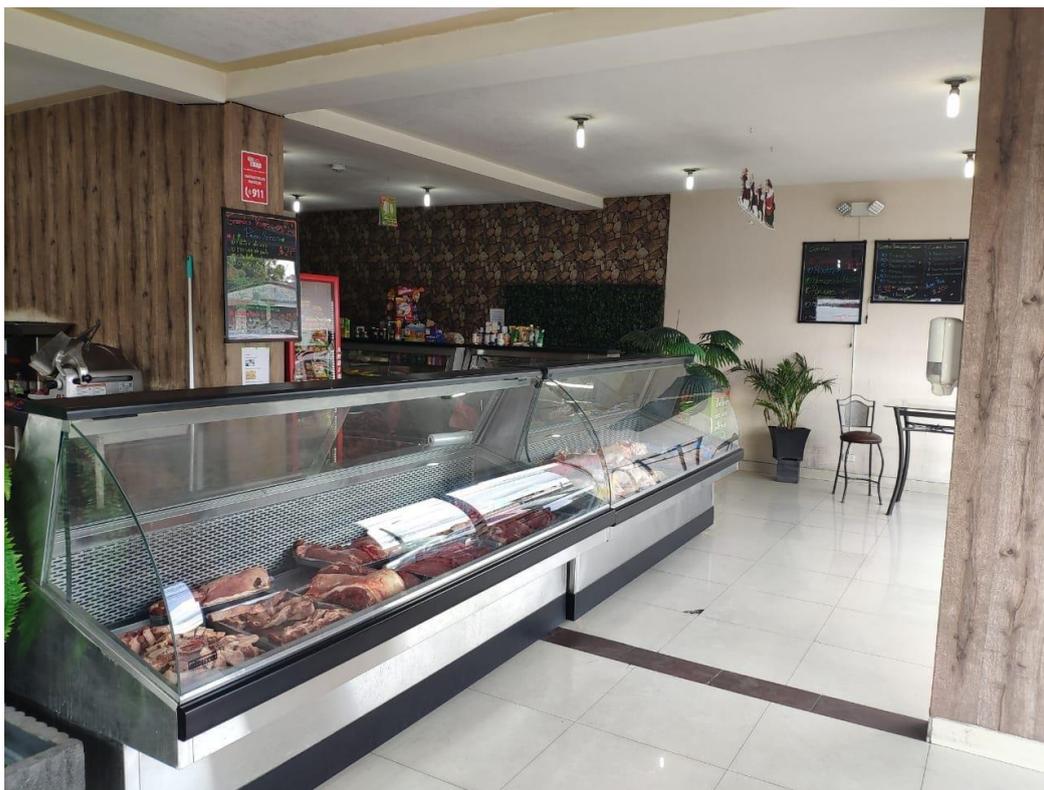
- Menos de 5,00 USD
- De 5,00 a 10,00 USD
- De 10,00 a 15,00 USD
- De 15,00 a 20,00 USD
- Más de 20,00 USD

10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?

- Redes Sociales
- Televisión
- Radio
- Prensa Escrita
- Publicidad Impresa
- Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

IMÁGENES DEL LOCAL Y LOS PRODUCTOS OFERTADOS



Instalación de la nueva sucursal valle de los chillos





Embutido de tomate deshidratado

Chorizo de morcilla

Chorizo de cerdo

A CONTINUACIÓN, PROMOCIONES PARRILLERAS CON NUESTROS
EMBUTIDOS







RESULTADOS OBTENIDOS DE ALGUNAS ENCUESTAS APLICADAS

Datos Generales

Género

 Hombre Mujer

Edad

 18-25 26-33 34-41 42-49 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?

 Siempre Alguna Vez Nunca

2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?

 Butifarra Chorizo Longaniza Morcilla Mortadela Salchicha Otros3. ~~¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?~~ Valor Nutritivo Sabor Precio Calidad Presentación Otro4. ~~¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?~~ Semanal Quincenal Mensual Trimestral Semestral Anual Otro5. ~~¿Cómo califica los resultados sensoriales del "Chorizo Gallego" a base de tomates deshidratados? (Degustación).~~

- Muy agradable
 - Agradable
 - Ni agradable ni desagradable
 - Desagradable
 - Muy desagradable
6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
- Si
 - No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
- 1 Funda
 - De 2 a 5 fundas
 - De 5 a 8 fundas
 - Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
- Carnecerías
 - Supermercados
 - Plazas de mercado
 - Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
- Menos de 5,00 USD
 - De 5,00 a 10,00 USD
 - De 10,00 a 15,00 USD
 - De 15,00 a 20,00 USD
 - Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los Embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
- Redes Sociales
 - Televisión
 - Radio
 - Prensa Escrita
 - Publicidad Impresa
 - Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del "Chorizo Gallego" a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras? Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” contomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?

- Siempre
 Alguna Vez
 Nunca

2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?

- Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____

3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?

- Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____

4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?

- Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____

5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del "Chorizo Gallego" a base de tomates deshidratados? (Degustación).

- Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?

- Siempre
 Alguna Vez
 Nunca

2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?

- Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____

3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?

- Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____

4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?

- Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____

5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del "Chorizo Gallego" a base de tomates deshidratados? (Degustación).

- Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
- Si
 - No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras? Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
- 1 Funda
 - De 2 a 5 fundas
 - De 5 a 8 fundas
 - Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
- Carnecerías
 - Supermercados
 - Plazas de mercado
 - Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
- Menos de 5,00 USD
 - De 5,00 a 10,00 USD
 - De 10,00 a 15,00 USD
 - De 15,00 a 20,00 USD
 - Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
- Redes Sociales
 - Televisión
 - Radio
 - Prensa Escrita
 - Publicidad Impresa
 - Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Datos Generales

Género

- Hombre
 Mujer

Edad

- 18-25
 26-33
 34-41
 42-49
 50 en adelante

Preguntas

1. ¿Ha consumido o consume embutidos como el chorizo?
 Siempre
 Alguna Vez
 Nunca
2. ¿Cuáles son los tipos de embutidos preferidos por usted?
 Butifarra
 Chorizo
 Longaniza
 Morcilla
 Mortadela
 Salchicha
 Otros _____
3. ¿Qué aspectos son los que tiene en cuenta a la hora de comprar un embutido y específicamente los chorizos?
 Valor Nutritivo
 Sabor
 Precio
 Calidad
 Presentación
 Otro _____
4. ¿Con que frecuencia usted compra los embutidos?
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Trimestral
 Semestral
 Anual
 Otro _____
5. ¿Cómo califica los resultados sensoriales del “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados? (Degustación).
 Muy agradable
 Agradable
 Ni agradable ni desagradable
 Desagradable
 Muy desagradable

6. ¿Consumiría usted el “Chorizo Gallego” a base de tomates deshidratados?
 Si
 No
7. ¿Cuántas fundas de “Chorizo Gallego” adquiriría usted en sus compras?
Teniendo en cuenta que cada funda contiene 8 unidades con un total de 400 gr.
 1 Funda
 De 2 a 5 fundas
 De 5 a 8 fundas
 Mas de 8 fundas
8. ¿Dónde le gusta adquirir normalmente este tipo de productos?
 Carnecerías
 Supermercados
 Plazas de mercado
 Otros _____
9. ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el “Chorizo Gallego” con tomates deshidratados?
 Menos de 5,00 USD
 De 5,00 a 10,00 USD
 De 10,00 a 15,00 USD
 De 15,00 a 20,00 USD
 Mas de 20,00 USD
10. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría recibir información sobre los embutidos del Comisariato de Carnes S.A. y específicamente su línea de embutidos “Chorizo Gallego”?
 Redes Sociales
 Televisión
 Radio
 Prensa Escrita
 Publicidad Impresa
 Correo Electrónico

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!