



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA Y
COMERCIALIZACIÓN DE EMPANADAS DE HARINA DE
MAÍZ EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

AUTOR: DIEGO ANDRÉS VELASCO ALVAREZ

DIRECTOR: DR. HERNÁN NOVILLO

CODIRECTOR: ING. JOSÉ MORALES

SANGOLQUI, SEPTIEMBRE DEL 2008

AGRADECIMIENTO

Cada uno de nosotros debe la más honda gratitud a aquellos que han dedicado su vida a darnos amor, paciencia, apoyo incondicional en todos los momentos de nuestra existencia.

Gracias a Dios, a mi madre, a mis hermanos Héctor Y Ulises que son mis fieles amigos.

A mis maestros que me han transmitido sus conocimientos con honestidad y solvencia.

DEDICATORIA

La pérdida de un ser querido, es un aspecto inexorable de la vida. Es el momento en que aprendemos tajantemente que nos hallamos indefensos frente al mundo.

Pero no todo acaba aquí, pues cada final aporta un comienzo. Tu alma me alienta cada instante. Cumplí tu anhelo y está dedicado a ti. PADRE mío

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Diego Andrés Velasco Álvarez

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada Estudio para la Creación de una Fábrica y Comercialización de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano de Quito, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí, Septiembre de 2008

Diego Andrés Velasco Álvarez

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Diego Andrés Velasco Álvarez

DECLARO QUE:

Yo, Diego Andrés Velasco Álvarez Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la institución del trabajo Estudio para la Creación de una Fábrica y Comercialización de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano de Quito, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría

.

Sangolquí, Septiembre de 2008

Diego Andrés Velasco Álvarez

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

DIRECTOR: Dr. Hernán Novillo.

CODIRECTOR: Ing. José Morales

CERTIFICAN

Que a tesis titulada Estudio para la Creación de una Fábrica y Comercialización de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano de Quito, realizada por el Sr. Diego Andrés Velasco Álvarez, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

El mencionado trabajo consta de un documento y un disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat PDF.

Autorizan a nombre del autor, señor. Diego Andrés Velasco Álvarez para que se entregue al señor Ing. Guido Crespo, Director de la Carrera de Ingeniería Comercial

Sangolquí, Septiembre de 2008

Dr. Hernán Novillo
DIRECTOR

Ing. José Morales
CODIRECTOR

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	11
OBJETIVO GENERAL	15
OBJETIVOS ESPECIFICOS	15
CAPÍTULO I ESTUDIO DE MERCADO.....	18
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	18
1.2. ESTRUCTURA DEL MERCADO	19
1.2.1. <i>Análisis Histórico</i>	21
1.2.2. <i>Análisis de la Situación Actual del Mercado</i>	23
1.2.3. <i>Análisis de las Tendencias del Mercado</i>	25
1.3. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.....	26
1.3.1. <i>Características del Producto</i>	26
1.3.2. <i>Clasificación por Uso / Efecto</i>	29
1.3.3. <i>Productos Complementarios/Sustitutos</i>	30
1.3.4. <i>Normatividad Sanitaria, Técnica, Comercial, etc.</i>	30
1.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	31
1.4.1. <i>Segmentación de Mercado</i>	31
1.4.2. <i>Metodología de la Investigación</i>	33
1.4.3. <i>Tamaño del Universo</i>	37
1.4.4. <i>Prueba Piloto</i>	37
1.4.5. <i>Tamaño de la Muestra</i>	39
1.4.6. <i>Elaboración de Encuestas</i>	40
1.4.6.1. <i>Procesamiento de la Información</i>	42
1.4.6.2. <i>Análisis de Resultados</i>	45
1.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	57
1.5.1. <i>Factores que Afectan la Demanda</i>	57
1.5.1.1. <i>Tamaño de Crecimiento de la Población</i>	57
1.5.1.2. <i>Hábitos de Consumo</i>	58
1.5.1.3. <i>Gustos y Preferencias</i>	59
1.5.1.4. <i>Niveles de Ingresos y Precios</i>	60
1.5.2. <i>Comportamiento Histórico de la Demanda</i>	61
1.5.3. <i>Demanda Actual del Producto</i>	63
1.5.4. <i>Proyección de la Demanda</i>	66
1.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	67
1.6.1. <i>Factores que Afectan la Oferta</i>	68
1.6.1.1. <i>Número y Capacidad de Producción de los Competidores</i>	68
1.6.1.2. <i>Incursión de Nuevos Competidores</i>	70
1.6.1.3. <i>Precios de los Productos o Servicios Relacionados</i>	70
1.6.2. <i>Comportamiento Histórico de la Oferta</i>	72
1.6.3. <i>Oferta Actual</i>	73
1.6.4. <i>Proyección de la Oferta</i>	75
1.7. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	76
1.8. ANÁLISIS DEL PRECIO EN EL MERCADO DEL PRODUCTO.....	77
1.8.1. <i>Comportamiento Histórico y Tendencias</i>	77
1.8.2. <i>Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios</i>	79
1.9. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN.....	79
1.9.1. <i>Estrategia de Precio</i>	79
1.9.2. <i>Estrategia de Promoción</i>	80
1.9.3. <i>Estrategia de Producto</i>	81
1.9.4. <i>Estrategia de Plaza</i>	81
1.10. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	82
1.10.1. <i>Cadena de Distribución</i>	82
1.11. DETERMINACIÓN DE MÁRGENES DE PRECIOS.....	82
CAPÍTULO II ESTUDIO TÉCNICO.....	85
2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	85

2.1.1.	Factores Determinantes del Proyecto.....	86
2.1.1.1.	Condiciones del Mercado.....	86
2.1.1.2.	Disponibilidad de Recursos Financieros.....	87
2.1.1.3.	Disponibilidad de Mano de Obra.....	88
2.1.1.4.	Disponibilidad de Tecnología.....	89
	Al no necesitar de una alta tecnología todos los implementos de cocina se pueden encontrar en cualquier distribuidora de la ciudad de Quito a precios cómodos y al alcance de todos los consumidores.....	89
2.1.1.5.	Disponibilidad de Insumos y Materia Prima.....	89
	La materia prima se la puede encontrar en Supermercados, Mercados y Bodegas en el Distrito Metropolitano de Quito, además existe gran variedad de productos e insumos que se requiere para la fabricación y elaboración de las Empanadas de Maíz.....	89
2.1.1.6.	Economías de Escala.....	89
2.1.2.	Capacidad de Producción.....	90
2.1.2.1.	Tamaño Óptimo del Proyecto.....	91
2.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	91
2.2.1.	Macrolocalización.....	92
2.2.1.1.	Justificación.....	92
2.2.2.	Microlocalización.....	93
2.2.2.1.	Criterios de Selección de Alternativas.....	93
2.2.2.1.1.	Transporte y Comunicaciones.....	93
2.2.2.1.2.	Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento.....	94
2.2.2.1.3.	Cercanía al Mercado.....	94
2.2.2.1.4.	Estructura Impositiva y/o Legal.....	94
2.2.2.1.5.	Disponibilidad de Recursos Básicos.....	95
2.2.2.1.6.	Posibilidad de Eliminación de Desechos.....	96
2.2.3.	Matriz Locacional.....	97
2.2.3.1.	Selección Alternativa Óptima.....	97
2.2.3.2.	Plano de Microlocalización.....	99
2.3.	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	100
2.3.1.	Proceso de Producción del Producto.....	100
2.3.1.1.	Diagramas de Flujo.....	100
2.3.1.2.	Requerimiento de Mano de Obra.....	104
2.3.1.3.	Requerimiento de Maquinaria.....	105
2.3.1.4.	Cálculo de Requerimiento de Materia Prima, Insumos, etc.....	106
2.3.1.5.	Estimación de las Inversiones.....	114
2.3.2.	Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo.....	115
2.3.3.	Calendario de Ejecución del Proyecto.....	116
2.4.2.	Medidas de Mitigación.....	118
CAPÍTULO III LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.....		120
3.1.	LA EMPRESA.....	120
3.1.1.	Nombre o Razón Social.....	120
3.1.2.	Titularidad de Propiedad de la Empresa.....	121
▪	Tipo de Empresa (Sector/Actividad).....	122
3.2.	BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA.....	123
3.2.1.	Visión.....	123
3.2.2.	Misión.....	125
3.2.3.	Objetivos Estratégicos.....	126
3.2.4.	Estrategia Empresarial.....	127
3.3.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	130
3.3.1.	Organigrama Estructural.....	130
3.3.2.	Descripción de Funciones.....	131
CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO.....		134
4.1.	PRESUPUESTOS.....	134
4.1.1.	Presupuesto de Inversión.....	134
4.1.1.1.	Activos Fijos.....	134
4.1.1.2.	Activos Intangibles.....	137
4.1.1.3.	Capital de Trabajo.....	138
4.1.2.	Cronograma de Operación.....	140
4.1.3.	Presupuestos de Operación.....	141
4.1.3.1.	Presupuestos de Ingresos.....	142

4.1.3.2.	Presupuestos de Egresos.....	144
4.1.3.3.	Estructura de Financiamiento.....	146
4.1.4.	Punto de Equilibrio.....	148
4.2.	ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA	151
4.2.1.	Estado de Resultados.....	151
4.2.2.	Flujos Netos de Fondos.....	153
4.2.2.1.	Del Proyecto del Inversionista (Con Crédito)	153
4.2.2.2.	Flujo de Fondos del Proyecto (Sin Crédito)	155
4.3.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	156
3.3.1.	Determinación de la Tasa de Descuento.....	156
4.3.2.	Criterios de Evaluación.....	157
4.3.2.1.	Valor Actual Neto.....	157
4.3.2.2.	Tasa Interna de Retorno.....	158
4.3.2.3.	Período de Recuperación de la Inversión.....	161
4.3.2.4.	Relación Beneficio / Costo.....	162
4.3.2.5.	Análisis de Sensibilidad.....	163
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		167
5.1.	CONCLUSIONES.....	167
5.2.	RECOMENDACIONES.....	169
BIBLIOGRAFÍA		170
ANEXOS.....		171

INDICE DE CUADROS

CUADRO No 1.- SITUACION DE MERCADO POR MARCAS.....	23
CUADRO No 5.- SUPERMERCADO DISTRIBUIDORES DEL PRODUCTO.....	24
CUADRO No 6.- COMPOSICIÓN DE LA HARINA MAÍZ.....	27
CUADRO No 7.- OPCIONES DE PRESENTACION DEL PRODUCTO.....	28
CUADRO No 8.- CODIGO INDUSTRIAL CIU.....	29
CUADRO No 9.- SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	32
CUADRO No 10.- PROYECCIÓN POBLACIÓN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO ...	33
CUADRO No 11.- PRUEBA PILOTO.....	38
GRÁFICO No 1.- PRUEBA PILOTO.....	38
GRÁFICO No 2.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	45
CUADRO No 12.- POBLACIÓN DMQ HASTA 2015.....	58
CUADRO No 15.- DEMANDA EMPANADAS.....	65
CUADRO No 17.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EMPANADAS.....	67
CUADRO No 23.- PRECIO PRODUCTOS RELACIONADOS.....	71
CUADRO No 27.- OFERTA ACTUAL.....	73
CUADRO No 29.- OFERTA EN BANDEJAS.....	75
CUADRO No 30.- PROYECCION DE LA OFERTA EN UNIDADES.....	76
CUADRO No 31.- PROYECCION DEMANDA INSATISFECHA DE UNIDADES.....	76
CUADRO No 32.- PROYECC DEMANDA INSATISFECHA POR ATENDER EN UNIDADES.....	77
CUADRO No 35.- CADENA DE DISTRIBUCIÓN.....	82
CUADRO No 40.- SELECCIÓN ALTERNATIVA ÓPTIMA.....	97
CUADRO No 41.- REQUERIMIENTO MANO DE OBRA.....	104
CUADRO No 42.- REQUERIMIENTO MAQUINARIA.....	105
CUADRONo 50.- REQUERIMIENTO MATERIA PRIMA AÑO 2009.....	109
CUADRO No 58.- SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS.....	113
CUADRO No 60.- CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	116
CUADRO No 66.- ACTIVOS FIJOS.....	137
CUADRO No 67.- ACTIVOS DIFERIDOS.....	137
CUADRO No 68.- CAPITAL DE TRABAJO.....	138
CUADRO No 69.- ESTIMACION TOTAL DE INVERSIONES.....	139
CUADRO No 70.- CRONOGRAMA DE OPERACIÓN.....	140
CUADRO No 71.- PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	143
CUADRO No 72.- PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	144
CUADRO No 76.- CUADRO RESUMEN DE INGRESOS Y EGRESOS.....	146
CUADRO No 77. ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	147
CUADRO No 79.- PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO.....	149
CUADRO No 81.- ESTADO DE RESULTADOS.....	152
CUADRO No 82.- FLUJO NETOS DE FONDOS DEL INVERSIONISTA.....	154
CUADRO No 83.- FLUJO NETOS DE FONDOS (SIN CRÉDITO).....	155
CUADRO No 85.- CÁLCULO VALOR ACTUAL NETO.....	158
CUADRO No 86.- CÁLCULO DE LA TIR.....	160
CUADRO No 86.- PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	161
CUADRO No 87.- RELACIÓN BENEFICIO COSTO.....	163
CUADRO No 88.- ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	164

RESUMEN EJECUTIVO

La variedad geográfica, cultural y étnica ha generado una variedad de opciones gastronómicas en nuestro país. Solo empezamos por reconocer que gracias a sus múltiples regiones Ecuador posee una de las mayores riquezas y variedades en frutas, verduras y animales comestibles.

La elaboración de las empanadas y otros productos a base de Harina de Maíz, se remonta hace muchos años atrás ya que este producto ha sido de gusto de niños, jóvenes y personas de todas las edades, sin hacer distinción de nivel educativo, socio-económico y otros.

De la experiencia vivida, se vio la gran aceptación que las empanadas poseen, ya que han sido degustadas por muchas personas las cuales siempre dieron su buen criterio de estas, por su buen sabor y aún siendo hechas en casa su alto grado de calidad, llevándolas a tener un buen nivel de diferenciación con respecto a sus similares existentes en el mercado.

El presente estudio tiene la particularidad de comercializar un producto de materia prima nacional y de calidad, los mismos que inicialmente se comercializaran en comisariatos donde asisten diariamente gran número de consumidores.

Por lo expuesto anteriormente vino la pregunta: ¿Por que no llevar este producto al mercado?”, de ser una receta familiar, llegar a constituirse una empresa, la misma que tenga como principal objetivo la fabricación y comercialización de las empanadas.

En el Estudio de Mercado pudimos establecer las características del producto, se elaborarán Empanadas de Harina de Maíz de tres distintos rellenos: de Pollo, Carne y Queso, las que tendrán dos presentaciones

en Bandejas de 4 y 5 unidades cuya comercialización se la realizará en los Supermercados del Distrito Metropolitano de Quito.

Para realizar la Investigación de Mercado se trabajo con un Universo que estaba conformado por el número de familias de la Población Económicamente Activa pero ocupada, la que esta en el orden de 183.804 familias. Se llevo a cabo una investigación descriptiva y tomando como soporte fuentes de información Secundarias y Primarias.

Se elaboró encuestas para obtener información que nos permita conocer el comportamiento del mercado y definir los gustos y preferencias de las personas del Distrito Metropolitano de Quito sobre las Empanadas de Harina de Maíz, así como para poder definir la Demanda y Oferta del mercado.

La Demanda de las Empanadas de Harina de Maíz, se estableció considerando varios factores como: el hábito de consumo el cual es que del total de familias el 79,5% ha consumido las Empanadas; gustos y preferencias de los rellenos de las Empanadas de Harina de Maíz el cual son de Pollo, Carne y Queso; el precios que ha pagado por las Empanadas; donde las ha adquirido el cual es principalmente en Restaurantes de la Zona Centro y Sur del Distrito Metropolitano de Quito y la frecuencia con que las consumen llegando a establecerse la Demanda Actual de Empanadas la cual está en el orden de 3'816.630 Empanadas de Harina de Maíz.

La Oferta de las Empanadas de Harina de Maíz, se pudo establecer considerando varios factores como: El número y capacidad de Competidores que en el mercado existe solo una marca que produce y comercializa Las Empanadas de Harina de Maíz la cual es FACUNDO, pero también existe empresas que tienen en el mercado productos relacionados como Empanadas de Yuca, Verde y Morocho; el Comportamiento Histórico de la Oferta de las Empanadas el cual esta principalmente concentrado en los Restaurantes y en menor Escala en

los Supermercados lugar donde se ha visto la oportunidad de ofertar nuestro producto; la calificación de excelente que las personas han hecho a los productos consumidos, a partir de estos factores hemos logrado calcular la Oferta Actual que esta en el orden de 8.421 Empanadas. Del total de la Demanda Insatisfecha la Empresa se va a enfocar por atender tan solo un 5% de esta, aumentando cada año un 1%.

Se va a tener una cadena de Distribución principalmente a Supermercados del Distrito Metropolitano de Quito, pero también se ha visto a la posibilidad de Venta a Intermediarios y/o directamente al consumidor final.

El Estudio Técnico nos ha dado información sobre los Factores determinantes del proyecto como: las condiciones de Mercado en el cual Demanda Insatisfecha existente será atendida en un 5%; La disponibilidad de Recursos financieros para la Empresa que será el Banco Nacional de Fomento, Disponibilidad de Tecnología que la Fabricación de las Empanadas Harina de Maíz no es necesario tecnología de punta ya que solo será necesario la obtención de implementos que son de fácil obtención el mercado y así como la facilidad de obtener la Materia prima e Insumos. Además de la Disponibilidad de Mano de Obra que según datos del INEC año 2008 el porcentaje de desocupación es de 6,7%

La empresa estará ubicada en la Provincia de Pichincha Cantón Quito, porque se ha visto el crecimiento hacia todos los puntos cardinales dando la oportunidad de crear esta empresa, su dirección será Antonio Sánchez y Rodrigo Muriel N96-30.

En el Capitulo de La Empresa y su organización se pudo definir la Empresa que será necesaria crear, cuya Razón social será Diego Andrés Velasco Alvarez Empresa Unipersonal de Responsabilidad

Limitada, la Fabrica tendrá el nombre de “EMPAMAÏZ” EURL y su Slogan: “Como Hecha en Casa”.

Se ha definido la Base Filosófica como: Visión para el año 2013 de la Empresa con sus Objetivos Estratégicos, Misión. Principios y Valores. Dentro de la Organización Administrativa tendrá un Gerente Propietario quien será el encargado de la Dirección de la Empresa, Un Área Administrativa, un Área de Producción y Ventas, además de un Contador Externo.

En el Estudio Financiero se ha establecido el Presupuesto Total de Inversiones haciendo constar en este Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo el cual se calculó para tres meses dándonos como resultado \$35.829,49.

El Presupuesto de Ingresos esta determinado por la venta de Bandejas de Empanadas de Harina de Maíz de 4 y 5 unidades sean estas de Pollo, Carne y Queso, además por la venta de Empanadas listas para su consumo que se realizará en la Fábrica. El Presupuesto de Egresos esta compuesto por Costos Directos e Indirectos y Gastos, necesarios para producir las Empanadas de Harina de Maíz.

En la Evaluación Financiera se pudo establecer el Valor Actual Neto cuyo resultado nos dio un valor positivo de \$29.319,43; su Tasa Interna de Retorno es de 44,31% la cual es Mayor que su TMAR; el período de recuperación será a corto plazo 2 años 7 meses; se obtuvo una buena Relación Beneficio/Costo, que es de 1,14 es decir que por cada dólar invertido se tendrá una rentabilidad de 14 centavos de dólar.

Se Recomienda la ejecución del proyecto por que luego de su evaluación se muestra un grado de rentabilidad, atractiva para el inversionista.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de la creación de una Fábrica y Comercialización de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano de Quito.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Estudio de Mercado:

- Determinar el mercado objetivo al cual dirigirse.
- Conocer la tendencia de consumo de empanadas de maíz.
- Especificar los canales óptimos para la comercialización del producto.
- Estipular el nivel de aceptación que poseen las empanadas de harina de maíz.

Estudio de Técnico:

Para la ejecución del presente proyecto no se requiere de una tecnología de punta, sin embargo se utilizará equipos modernos para la preparación de las Empanadas de Harina de Maíz.

- Determinar el tipo de equipo necesario para desarrollar el proyecto.
- Conocer el tamaño del proyecto.
- Buscar la localización óptima para la fábrica.
- Elaborar un proceso productivo que cumpla con gustos y preferencias de los potenciales clientes.

La Empresa y su Organización:

- Establecer el tipo de compañía idóneo para el proyecto.
- Identificar los niveles jerárquicos de la empresa y sus funciones.
- Desarrollar la estructura organizacional acorde al tipo de empresa del proyecto.

Estudio Financiero:

- Establecer la cuantía de la inversión necesaria para desarrollar el proyecto.
- Determinar las posibles fuentes de financiamiento.
- Conocer el monto de costos de operación y capital de trabajo.
- Evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

CAPÍTULO I ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Objetivos del Estudio de Mercado.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un período determinado y con qué precio que están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en el producto, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

El presente estudio tiene los siguientes objetivos:

- 1** Determinar el grado de aceptación de las rellenos de Harina de Maíz y conocer las de mayor preferencia.
- 2** Definir los medios publicitarios de mayor efectividad que provea mayor impacto del producto en el mercado.

- 3 Conocer la aceptación de precios del producto y medir su sensibilidad en el mercado.
- 4 Estipular y determinar los principales competidores, que se encuentren en el mercado al cual se enfocará el estudio.

1.2. Estructura del Mercado

Una estructura de mercado describe las principales características de un mercado, incluyendo el número de empresas, la similitud entre los productos que venden y la facilidad para entrar y salir del mercado.

Si se analiza el sector empresarial de cada industria descubriremos que las empresas actúan en diferentes estructuras de mercado que pueden ser:

- 1 Competencia Perfecta.
- 2 Monopolio.
- 3 Competencia Monopolística
- 4 Oligopolio.

“Competencia Perfecta

El mercado Competencia Perfecta se define como el mercado en el que existe un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, además de que se ofrecen productos similares, igualmente existe libertad absoluta para los compradores y vendedores y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos.

Monopolio

Se define el monopolio como un solo vendedor, oferente o productor de un bien o servicio determinado, para el cual no es posible encontrar un bien sustituto inmediato.

Igualmente, se puede considerar a un Monopolio como la forma de organización del mercado en la cual existe una sola empresa que vende o comercializa una mercancía que a su vez ocupa un mercado previamente segmentado, y cuya demanda no puede ser satisfecha, sino solo por el mismo producto en sí.

Por lo tanto la empresa monopolística es la industria en sí y el resultado de esto es vender mayor cantidad de mercancía, tal vez teniendo que rebajar el precio.

Competencia Monopolística

La competencia monopolística se define como la organización de mercado en la cual hay muchas empresas que venden mercancías muy similares pero no idénticas. Debido a esta diferenciación de productos, los vendedores tienen cierto grado de control sobre los precios que cobran.

Sin embargo, la existencia de muchos sustitutos cercanos limita en forma importante el poder de "monopolio" de los vendedores y da como resultado una curva de demanda muy elástica.

En este tipo de competencia, existe una cantidad significativa de productores actuando en el mercado sin que exista un control dominante por parte de ninguno de estos en particular.

La cuestión clave en este caso es que se presenta una diferenciación del producto; es decir, un producto en particular, dependiendo del productor, puede tener variaciones que le permitan ser, en algún aspecto, diferente a los demás productos similares hechos por otras empresas.

Oligopolio

El oligopolio es la organización del mercado en la cual hay pocos vendedores de una mercancía.

Por tanto, las acciones de cada vendedor afectarán a los otros vendedores. Como resultado de esto, a menos de que se hagan algunos

supuestos específicos sobre las reacciones de las otras empresas ante las acciones de la empresa que se estudia.”¹

El mercado en el cual se ha desenvuelto la producción y comercialización de Empanadas de Harina de Maíz viene arraigado en inicios como un producto hecho solamente dentro de los hogares, pero se vio la posibilidad de ser comercializado en pequeña escala en restaurantes tradicionales de Quito, los cuales vendían este producto pero demográficamente la ciudad se extendió hacia todo su alrededor generando la necesidad de crear mayor número de locales que las comercialicen, es de acuerdo a las definiciones dadas que históricamente se ha desarrollado dentro de un mercado de competencia perfecta, ya que podemos encontrar gran número de vendedores de los cuales ninguno posea una directa ingerencia en el precio de la empanadas.

1.2.1. Análisis Histórico.

“Si algún tema podría llevar la guerra a Latinoamérica no sería ni la salida al mar, ni los hidrocarburos ni las fronteras. Si algún verdadero problema podría surgir en Latinoamérica sería por causa de la humilde empanada, uno de los platos más sabrosos que existen en cualquiera de sus variedades. Pero si la empanada podría ser (y en ocasiones lo es), motivo de disputas y discusiones sobre cual es la mejor, la más original, la más antigua o la más sabrosa, también este mismo plato es uno de los elementos que demuestran que a pesar de fronteras, nombres y acentos Latinoamérica solo es una.

Salteña, tucumana, llaucha, pucacapa, pastel frito, allaca, arepa, empanada de pino, tamal, empanada argentina. Son muchas las variedades, muchos los rellenos, las formas de prepararlas, las razones de comerlas, pero sólo es uno el alimento. No importa dónde se la coma, la masa que envuelve y esconde el relleno, el corazón secreto de la empanada, la mezcla de sabores y la suavidad de la masa es sólo una y

¹ Fundamentos de Economía, Irvin Tucker, Tercera Edición, Thomson Leraning

el afán de comerla y descubrir sus entrañas es el mismo que permitió a la humanidad descubrir el mundo y sorprenderse con el corazón verdadero de las cosas.

Ya lo dijo el gran Enrique Santos Discépolo:

Cuando rompamos con los dientes esa bisagra prolijamente frita en ese momento importante y misterioso: ¿Qué encontraré adentro? Porque el arroz no es nada más que arroz y dentro de la carne sólo hay carne, pero más allá de la empanada está la sorpresa y la investigación.

Y aunque hoy en día la empanada se encuentre en el centro mismo de la cultura latinoamericana y represente con toda claridad nuestra historia uniendo el trigo y el maíz, la carne y la papa, el tomate, el cordero, el picante las especias y separando y uniendo a todos los países; en el aroma de la salteña recién hecha, en el calor casi humano que desprende su piel de masa, está la historia misma del continente. Dentro de la empanada se encuentra toda la historia que nos antecede.”²

El mercado en el cual se ha desarrollado la producción y comercialización de empanadas viene arraigado en inicios como un producto hecho solamente dentro de los hogares, pero se vio la posibilidad de ser comercializado en pequeña escala en restaurantes tradicionales de Quito, los cuales vendían este producto pero demográficamente la ciudad se extendió hacia todo su alrededor generando la necesidad de crear mayor número de locales que las comercialicen, es de acuerdo a las definiciones dadas que históricamente se ha desarrollado dentro de un mercado de competencia perfecta, ya que podemos encontrar gran número de vendedores de los cuales ninguno posea una directa ingerencia en el precio de la empanadas.

² <http://elforastero.blogalia.com//trackbacks/35928>

1.2.2. Análisis de la Situación Actual del Mercado.

En la actualidad podemos encontrar empanadas en restaurantes tradicionales especialmente en la Zona Centro y Sur del Distrito Metropolitano de Quito, además en lo supermercados existen varias marcas que ofrecen empanadas, pero las que poseen mayor reconocimiento dentro del mercado son:

CUADRO No 1.- SITUACION DE MERCADO POR MARCAS

NOMBRE DE MARCA	FACUNDO
PRODUCTO	EMPANADAS DE MAÍZ
PESO	500 gr.
PRECIO	\$ 2,73

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 2

NOMBRE DE MARCA	FACUNDO
PRODUCTO	EMPANADAS DE MOROCHO
PESO	500 gr.
PRECIO	\$ 2,87

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 3

NOMBRE DE MARCA	DELISA		
PRODUCTO	EMPANADAS DE MOROCHO DE POLLO	EMPANADAS DE MORORCHO DE CARNE	EMPANADAS DE MOROCHO DE QUESO
PESO	250 gr.		
PRECIO	\$ 1.92	\$ 1.92	\$ 1.82
UNIDADES	4	4	4

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 4

NOMBRE DE MARCA	BELEN
PRODUCTO	EMPANADAS DE YUCA CON QUESO
PESO	250 gr.
PRECIO	\$ 1,50
UNIDADES	8

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

Estos productos son comercializados en los distintos supermercados de Quito:

CUADRO No 5.- SUPERMERCADO DISTRIBUIDORES DEL PRODUCTO

NOMBRE	CANTIDAD DE LOCALES
Supermaxi	15
Megamaxi	4
Mi Comisariato	4
Santa María	5
Comisariatos otros: FF.AA y Policia	4

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

Además se ha visto ingresar en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito una franquicia de origen Argentino conocido como SOLO EMPANADAS, el cual hasta la fecha posee ya dos locales en la ciudad, la misma que posee de 150 a 200 transacciones diarias de empanadas.

Pero se puede observar claramente que el mercado todavía continua desarrollándose dentro de una estructura de mercado de competencia perfecta, puesto que existen varios oferentes de productos similares pero ninguno es el que tiene capacidad de tener incidencia en el precio de mercado.

1.2.3. Análisis de las Tendencias del Mercado

Como inicio del estudio se tiene proyectado enfocarse a la producción y comercialización de las empanadas de harina de maíz a los supermercados del Distrito Metropolitano de Quito.

Se brindará al público productos de primera calidad ya que poseen una elaboración bajo una receta familiar la que ofrecerá a los potenciales clientes la sensación de que son elaborados en casa brindando diferenciación con el resto de similares que se comercializan en el mercado

Se posibilita la consecución de franquicias la cual es un fenómeno global dentro de los mercados, pero es el plan a futuro dentro del estudio de este proyecto posibilitar una culturización del producto de las empanadas de harina de maíz dentro de todo el país, llegando a desregionalizar el consumo de este exquisito producto, llegando a concretarse la apertura de locales en las principales ciudades.

1.3. Características del Producto y/o Servicio

1.3.1. Características del Producto.

“Como ingrediente alimentario, aparece en la composición de algunos panes integrales y en la elaboración, junto con la harina de otros cereales, de productos de repostería. Se añade a los pasteles porque incrementa su textura y les proporciona azúcares que resultan muy apetecibles para el consumidor.

Cuando se muele finamente y se le separa el germen se obtiene una harina gruesa llamada comúnmente " maicena". Con la separación del germen, se consigue que el producto no tenga tanta tendencia a volverse rancio. En algunos lugares se llama " maicena " a cualquier harina de maíz, sea amarilla o blanca y tenga o no en su contenido el germen. La maicena constituye un buen espesante para guisos y pastas.”³

Dentro de la gastronomía a nivel nacional se han preocupado muchas familias de generación en generación de fabricar y comercializar sus productos y porque no decirlo con el Marketing señalar hasta los secretos familiares en su elaboración, en los comisariatos de todo el país se puede apreciar la comercialización de nuestros productos pre-cocidos, pre-elaborados y/o listos para consumirlos.

De las investigaciones preliminares realizadas en el Distrito Metropolitano de Quito se puede comprobar que no comercializan empanadas de harina de maíz, posiblemente por el desconocimiento del valor nutritivo que tiene este producto, sin embargo, existe una

³ www.botanical-online.com

marca que comercializa Empanadas de Harina de Maíz en fundas de 500 gr.

CUADRO No 6.- COMPOSICIÓN DE LA HARINA MAÍZ

Composición de la Harina Maíz por cada 100 gr.		
	Integral amarilla	Blanca enriquecida
Agua	10, 9 gr.	9, 03 gr.
Energía	361 Kcal	365 Kcal
Grasa	3, 8 gr.	3, 78 gr.
Proteína	6 , 9 gr.	9, 34 gr.
Hidratos de carbono	76, 8 gr.	76, 02 gr.
Fibra	13, 4 gr.	9,6 gr.
Potasio	315 mg	298 mg
Fósforo	272 mg	223 mg
hierro	2,3 mg	7, 21 mg
Sodio	5 mg	5 mg
Manganeso	0,46 mg	0, 48 mg
Magnesio	93 mg	110 mg
Calcio	7 mg	141 mg
Zinc	1, 7mg	0, 7 mg
Selenio	15, 4 mcg	15 mcg
Vitamina C	0	0 mg
Vitamina A	469 UI	0 UI
Vitamina B1 (Tiamina)	0, 246 mg.	1, 42 mg
Vitamina B2 (Riboflavina)	0, 080 mg	0, 75 mg
Vitamina E	0, 25 mg	0, 25 mg
Niacina	1, 9 mg	9, 8 mg

Fuente: www.botanical-online.com

En el Distrito Metropolitano de Quito existen cantidad de lugares que la comercializan a la Harina de Maíz hecha en tiesto o en piedra (laja), producto muy apetecido por los que saben de la comida típica ecuatoriana.

Las empanadas que producirá la empresa constarán como principal característica que son elaboradas con 100% harina de maíz de gran calidad, la misma que es posible encontrar en el mercado nacional.



Los Ingredientes que compondrán las empanadas cuentan con proveedores de primera calidad ajustándose a expectativas y al exigente gusto de los potenciales clientes.

Las empanadas a elaborar serán de tres distintos rellenos:

- 1 Carne
- 2 Pollo, y
- 3 Queso



PRESENTACIONES

CUADRO No 7.- OPCIONES DE PRESENTACION DEL PRODUCTO

Artículos	Bandeja	Bandeja
Empanadas de Carne	4 unid.	5 unid
Empanadas de Pollo	4 unid.	5 unid
Empanadas de Queso	4 unid.	5 unid

Elaborado por: Diego Velasco

1.3.2. Clasificación por Uso / Efecto.

El sector en cual se encuentra ubicado el proyecto según el Sector es la Industria Manufacturera y Sub-sector Elaboración y Productos Alimenticios y Bebidas:

CUADRO No 8.- CODIGO INDUSTRIAL CIU

CODIGO	SECTOR
D	INDUSTRIA MANUFACTURERA
15	Elaboración de productos alimenticios y bebidas.
154	Elaboración de productos alimenticios n.c.p.
15419	Elaboración de productos de panadería n.c.p. (Inclusive la elaboración de churros, pre-pizzas, masas fritas. Etc. en establecimientos de hasta 10 ocupados inclusive)

Fuente: Código Industrial Internacional Uniforme (CIU).

Elaborado por: Diego Velasco.

De su clasificación por uso está determinado como un producto de consumo final los cuales poseen la particularidad de satisfacer la necesidad de personas y familias, pero poniendo a disposición productos de calidad y diferenciados

También por uso es un bien que posee las características de comercial ya que va a estar a disposición del público en los Supermercados del Distrito Metropolitano de Quito.

1.3.3. Productos Complementarios/Sustitutos.

Productos Complementarios

En el estudio del proyecto se prevé la necesidad de proporcionar a los clientes un lugar en el cual tengan la facilidad de acercarse a consumir las empanadas de Harina de Maíz en sus distintos sabores, listas para ser consumidas las que pueden ser acompañadas de café a su gusto y/o aguas aromáticas.

Productos Sustitutos

Se puede decir que los productos sustitutos son aquellos que sin tener las características de homogéneos con sus similares presentan o brindan a los clientes iguales beneficios o utilidades, satisfaciendo las misma necesidad.

Los productos que pueden satisfacer la misma necesidad serían:

1. Pan (elaborado con harina de trigo, yuca y otros).
2. Empanadas de Morocho
3. Empanadas de Verde
4. Empanadas de Yuca
5. Galletas (en sus distintas presentaciones)
6. Bolones de Verde, otros

1.3.4. Normatividad Sanitaria, Técnica, Comercial, etc.

La maquinaria a utilizarse en el proyecto no necesita de una alta tecnología si no la adquisición de recursos tradicionales en los que no

rige ninguna norma técnica, pero si los cumplimientos normativas y ordenanzas municipales, además de todo aquello que relacione con el presente proyecto. En **ANEXO 1** adjunta la normatividad

1.4. Investigación de Mercado

“El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender a las necesidades de la población a un nivel de precio fijado para la competencia”.

1.4.1. Segmentación de Mercado.

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

CUADRO No 9.- SEGMENTACIÓN DE MERCADO

VARIABLE GEOGRÁFICA.	Se va considerar el Distrito Metropolitano de Quito como el lugar donde se va desarrollar el presente proyecto.
VARIABLE ECONÓMICA	Se ha pensado tomar la población económicamente activa el Distrito Metropolitano de Quito la que está en el orden de 816.010 habitantes, sin embargo de esta población será considerada la población económicamente activa pero ocupada, que de información proporcionada por INEC ABRIL 2008 es de 760.949 habitantes
VARIABLE POBLACIONAL	Según información del INEC una familia típica promedio tiene 4,14 miembros, es por tanto se trabajará con 183.804 familias del Distrito Metropolitano de Quito.

Elaborado por: Diego Velasco

De acuerdo a la información proporcionada la de Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ que prevé entre el 2005 y 2010 una tasa de 2,2%, del año 2011 hasta el 2015 una tasa de 2,1% además pone en consideración el tamaño de la población desde el año de 1990 hasta el año 2015 como se puede observar en el CUADRO 10.

CUADRO No 10.- PROYECCIÓN POBLACIÓN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

POBLACIÓN DMQ	
1990	1.388.500
2001	1.839.853
2005	2.007.767
2008	2.093.458
2010	2.215.820
2015	2.424.527

Fuente: INEC y Plan de Desarrollo Provincial de Pichincha
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

1.4.2. Metodología de la Investigación.

“Clasificación de la Investigación según su Metodología

Se puede decir que esta clasificación usa como criterio lo que se pretende con la investigación, sea explorar un área no estudiada antes, describir una situación o pretender una explicación del mismo.

Estudios Exploratorios.- Nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. El estudio exploratorio se centra en descubrir.

Estudios Descriptivos.- Buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren la mediciones de dos o más características con en fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir

Estudios Correlacionales.- Pretender medir el grado de relación y la manera como interactúan dos o mas variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos. En caso de existir una correlación entre variables, se tiene que, cuando una de ellas varía, la otra también experimenta alguna forma de cambio a partir de una regularidad que permite anticipar la manera cómo se comportará una por medio de los cambios que sufra la otra”⁴.

En el presente estudio se desarrollará una investigación descriptiva ya que, se pretende describir variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis., en el presente caso es posible que de alguna manera se integren la mediciones de dos o más características con en fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno, y para el proyecto queremos saber la viabilidad o no de la creación de la Fábrica de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano de Quito, a la vez de utilizar lo

⁴ <http://rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm> Dankhe (1986)

datos de la investigación para tratar de predecir la posible demanda u otros datos esenciales para el proyecto.

“Fuentes de Información

El Objetivo primordial de toda investigación es la de obtener datos importantes sobre nuestro mercado y la competencia los cuales servirán de guía para la tomas decisiones

En nuestra investigación de mercado mediante su metodología nos ayudará a recopilar, analizar información muy importante para una correcta toma de decisiones, en este estudio los puntos en los cuales es necesario tomar decisiones a razón de:

- 1 Introducción del producto en el mercado.
- 2 Canales de Distribución adecuados para el producto.
- 3 Implementación de las estrategias de promoción y publicidad.

Se contará con dos tipos de fuentes de información como soporte de la investigación como son:

1. Fuentes Secundarias.
2. Fuentes Primarias

1. Fuentes Secundarias.

Se denominan fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema: estadísticas gubernamentales, libros, revistas, datos de la propia empresa y otros. Estas fuentes son fáciles de encontrar, de bajo costo y pueden ayudar a formular diferentes hipótesis y así contribuir a la planeación de la recopilación de datos de fuentes primarias”⁵. En el proyecto se utilizará algunas de este tipo como:

⁵Sierra Bravo. Tesis doctorales y trabajos de investigación científica. Cap. 8. Estudio particular de las fuentes de información.

- 1 **Manuales.-** De maquinaria y equipo que se va a utilizar en el proyecto.
- 2 **Fuentes Bibliográficas.-** Que nos provean información necesaria con respecto a las técnicas, métodos, y otros que nos brinden la posibilidad de realizar un eficaz proceso productivo.
- 3 **Diccionarios de Gastronomía.-** Que nos suministre información precisa, en razón de tratarse de un producto alimenticio.
- 4 **Revistas Convencionales.**
- 5 **Normas Institucionales.-** Para establecer a la que encuentra sujeta o normada la producción del producto.
- 6 **Artículos Publicados en el Internet.-** Es vital tener información actualizada de datos y otros, que nos de mayor certeza y soporte a nuestra investigación.

En el país existen instituciones públicas y privadas en las que facilitarán la información como son: El Distrito Metropolitano de Quito, La Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ, Cámara de Comercio de Quito, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), entre otros.

2. Fuentes Primarias

Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto o servicio y se las obtendrá de:

- 1 **Observar Directamente la Conducta del Usuario.** Es el llamado método de observación, que consiste en acudir adonde está el usuario y observar la conducta que manifiesta al comprar.

2 Encuestas.- Se las efectuará a los potenciales clientes, y actuales de los supermercados del Distrito Metropolitano de Quito, con la finalidad de conocer, sobre el consumo de Empanadas de Harina de Maíz

1.4.3. Tamaño del Universo.

Con la finalidad de poder definir el universo con el cual se trabajará se ha considerado la población económicamente activa del Distrito Metropolitano de Quito 816.010 habitantes de la cual se ha tomado únicamente la población económicamente activa pero ocupada la que es de 760.949 habitantes, pero de acuerdo a información del INEC una familia típica promedio tiene 4,14 miembros es por tanto que trabajaremos con 183.804 familias datos obtenidos con fecha ABRIL 2008

1.4.4. Prueba Piloto.

La elaboración de la prueba piloto permite determinar el valor de aceptación o rechazo que obtendrá la creación de la fábrica de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano de Quito para así determinar el tamaño de la muestra:

Escuela Politécnica del Ejército

Buenos días (tardes), soy estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas y de Comercio Ciencias Administrativas y estoy realizando una investigación acerca de las preferencias de los consumidores de las empanadas de harina de maíz.

INSTRUCCIONES: 1.- Marque con una x la respuesta elegida

DATOS INFORMATIVOS

1) GENERO:	MASCULINO	FEMENINO
2) OCUPACION:		
CON RELACION DE DEPENDENCIA		AMA DE CASA
CON NEGOCIO PROPIO		ESTUDIANTE
JUBILADO		
3) NIVEL DE EDUCACION		
PRIMARIA		SUPERIOR
SECUNDARIA		POSTGRADOS

4) EDAD: _____

INSTRUCCIONES: Marque con una x la respuesta correcta

¿Desearía usted que exista una Fábrica de empanadas de Harina de Maíz de calidad y elaboradas con materia prima nacional en el Distrito Metropolitano de Quito?

Si () No ()

Le agradecemos su valiosa colaboración.

Los resultados de la Prueba Piloto nos muestran los siguientes resultados:

$$p = \frac{19}{20} = 0,95$$

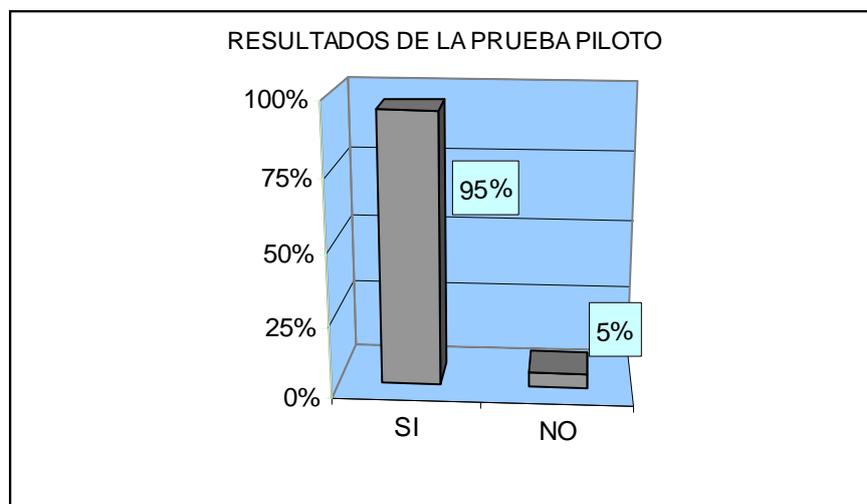
$$q = \frac{1}{20} = 0,05$$

CUADRO No 11.- PRUEBA PILOTO

	p(Aceptación)	q (Rechazo)	Total
Total personas	19	1	20
	SI	NO	
Total %	95%	5%	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

GRÁFICO No 1.- PRUEBA PILOTO



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

En la prueba piloto se obtuvieron p (aceptación) el 95% y el valor de q (rechazo) el 5% en el Distrito Metropolitano de Quito; se realizó la encuesta a 20 personas en las que 19 personas aceptaron la creación de una Fábrica de empanadas de Harina de Maíz de calidad y elaboradas con materia prima nacional, y tan solo una persona no está de acuerdo.

1.4.5. Tamaño de la Muestra.

Con la finalidad de determinar el tamaño de la muestra del proyecto se ha considerado la siguiente fórmula puesto que se va a realizar el cálculo de una población de características de finita:

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + pqz^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la Muestra.

Z= Valor de confianza (para el proyecto de un 95% el cual según dato de la tabla de distribución normal tiene un valor de $1,96^2$).

p= Es el porcentaje de éxito con el cual contará el proyecto, luego de realizada la Encuesta Piloto obtuvimos que el 95% del total de encuestados están de acuerdo con la creación de una Fábrica de empanadas de Harina de Maíz de calidad y elaboradas con materia prima nacional.

q= Es el porcentaje de fracaso con el cual contará el proyecto, luego de realizada la Encuesta Piloto obtuvimos que el 5% del total de encuestados no están de acuerdo con la creación de una Fábrica de empanadas de Harina de Maíz de calidad y elaboradas con materia prima nacional.

N= Tamaño total del universo el mismo que para el proyecto es de 183.804 familias.

e= Error con el cual se trabajará o se cuenta es de 5%.

Luego de aplicada la mencionada formulada se obtuvo los siguientes resultados:

$$n = \frac{1,96^2 (0,95) (0,05) (183.804)}{0,05^2 (183.804 - 1) + (0,95)(0,05)(1,96)}$$

n = 73 encuestas.

1.4.6. Elaboración de Encuestas.

Escuela Politécnica del Ejército

Buenos días (tardes), soy estudiante del Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio estoy realizando una investigación acerca de las preferencias de los consumidores de las empanadas de harina de maíz.

INSTRUCCIONES: 1.- Marque con una x la respuesta correcta.

DATOS INFORMATIVOS

-GENERO:	MASCULINO	FEMENINO
-OCUPACION:		
CON RELACION DE DEPENDENCIA		AMA DE CASA
CON NEGOCIO PROPIO		ESTUDIANTE
JUBILADO		OTROS

-NIVEL DE EDUCACION

PRIMARIA
SECUNDARIA

SUPERIOR
POSTGRADOS

-EDAD: _____

-SECTOR DE SU RESIDENCIA: NORTE CENTRO SUR

INSTRUCCIONES: Marque con una x la respuesta elegida

1.- ¿Ha consumido Empanadas de Harina de Maíz?

Si No

Si su respuesta es no, favor avance hasta la pregunta 8, caso contrario continúe.

2.- ¿Donde ha adquirido las Empanadas de Harina de Maíz?

1.- Restaurantes 3.- Tiendas
2.- Supermercados 4.- Otros. _____

3.- ¿Con que frecuencia adquiere las Empanadas de Harina de Maíz?

1.- Diario 3.- Quincenal
2.- Semanal 4.- Mensual

4.- ¿Las Empanadas de Harina de Maíz que ha adquirido están en presentaciones?

1.- Individuales 2.- Bandejas (2 a 4 unidades) 3.-
Otros. _____

5.- ¿El producto que ha consumido lo califica como:

1.- Excelente 2.- Bueno 3.- Regular

6.- ¿El relleno de las Empanadas de Harina de Maíz consumidas por UD ha sido de:

1.- Carne 3.- Queso
2.- Pollo 4.- Otros.

7.- ¿El precio que ha pagado por las Empanadas ha estado entre?:

1.- \$1,40 a \$ 1,60 3.- \$1,81 a \$2,00
2.- \$1,61 a \$1,80 4.- mas...

8.- ¿Desearía usted que exista una Fábrica de empanadas de Harina de Maíz de calidad y elaboradas con materia prima nacional en el Distrito Metropolitano de Quito?

Si No

Si su respuesta es no, le agradecemos por su valiosa colaboración, de lo contrario continúe.

9.- ¿Le gustaría adquirir Empanadas de Harina de Maíz precocidas?

Si No

10.- ¿Le gustaría comprar las empanadas en bandejas plásticas de?:

1.- 3 unidades 3.- 5 unidades
2.- 4 unidades 4.- Otros. _____

11.- ¿De que le gustaría más el relleno de las empanadas?: Elija dos rellenos de los cuales ponga en número 1 el de su mayor preferencia y 2 el de menor

1.- Carne 2.- Pollo 3.- Queso

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una bandeja con 4 Empanadas de Harina de Maíz?:

1.- \$1,70 a \$ 2,00 3.- más de \$2,50
2.- \$2,00 a \$ 2,50

Le agradecemos su valiosa colaboración

1.4.6.1. Procesamiento de la Información.

1.- HA CONSUMIDO EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
SI	58	79,5%
NO	15	20,5%
TOTAL	73	

2.- DONDE HA ADQUIRIDO EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
RESTAURANTES	29	50,0%
SUPERMERCADOS	1	1,7%
TIENDAS	12	20,7%
OTROS (CASA)	16	27,6%
TOTAL VALIDOS	58	

INVALIDOS	15
-----------	----

TOTAL	73
-------	----

3.- CON QUE FRECUENCIA ADQUIERE LAS EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ ?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
DIARIO	2	3,4%
SEMANAL	1	1,7%
QUINCENAL	10	17,2%
MENSUAL	45	77,6%
TOTAL VALIDOS	58	

INVALIDOS	15
-----------	----

TOTAL	73
-------	----

4.- LAS EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ QUE HA ADQUIRIDO ESTAN EN PRESENTACIONES

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
INDIVIDUALES	50	86,2%
BANDEJAS DE 2 A 4 UNID	8	13,8%
OTROS	0	0,0%
TOTAL VALIDOS	58	

INVALIDOS	15
-----------	----

TOTAL	73
-------	----

5.- EL PRODUCTO QUE HA CONSUMIDO LO CALIFICA DE?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
EXCELENTE	7	12,1%
BUENO	45	77,6%
REGULAR	6	10,3%
TOTAL VALIDOS	58	

INVALIDOS	15
-----------	----

TOTAL	73
-------	----

6.- EL RELLENO DE LAS EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ CONSUMIDAS HA SIDO DE?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
CARNE	30	30,3%
POLLO	34	34,3%
QUESO	35	35,4%
OTROS	0	0,0%
TOTAL VALIDOS	99	

7.- EL PRECIO QUE HA PAGADO POR LAS EMPANADAS HA ESTADO ENTRE?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
\$1,40 A \$ 1,60	43	74,1%
\$1,61 A \$ 1,80	7	12,1%
\$1,81 A \$ 2,00	1	1,7%
MAS	7	12,1%
TOTAL VALIDOS	58	

INVALIDOS	15
-----------	----

TOTAL	73
-------	----

8.- DESEARÍA UD. QUE EXISTA UNA EMPRESA DE EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
SI	72	98,60%
NO	1	1,40%
TOTAL VALIDOS	73	

9.- LE GUSTARÍA ADQUIRIR EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ PRECOCIDAS?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
SI	72	100%
TOTAL VALIDOS	72	

INVALIDOS	1
-----------	---

10.- LE GUSTARÍA COMPRAR LAS EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ EN BANDEJAS PLASTICAS DE?

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
4 UNIDADES	31	10,3%
5 UNIDADES	34	11,3%
OTROS (6 UNIDADES)	5	1,7%
OTROS (8 UNIDADES)	1	0,3%
OTROS (10 UNIDADES)	1	0,3%
TOTAL VALIDOS	72	

INVALIDOS	1
-----------	---

11.- DE QUE LE GUSTARÍA MAS EL RELLENO DE LAS EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ ?
ELIJA 2 RELLENOS PONIENDO 1 LA DE MAYOR PREFERENCIA Y 2 LA DE MENOR

	PRIMERA PREFERENCIA	PORCENTAJE	SEGUNDA PREFERENCIA	PORCENTAJE
CARNE	25	34.7%	31	43.1%
POLLO	26	36.1%	24	33.3%
QUESO	21	29.2%	17	23.6%

TOTAL	72
-------	----

12.- CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA BANDEJA CON 4 EMPANADAS DE HARINA DE MAÍZ

	FRECUENCIA	PORCENT.VALIDO
\$ 1,70 A \$ 2,00	53	73,6%
\$2,01 A \$ 2,50	16	22,2%
MAS DE \$ 2,50	3	4,2%
TOTAL VALIDOS	72	

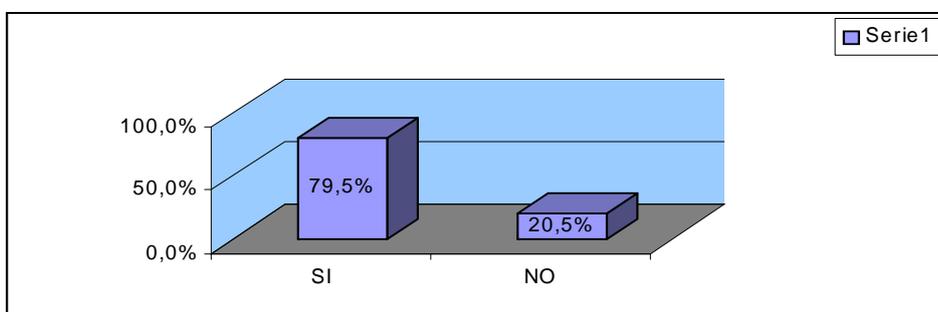
INVALIDOS	1
-----------	---

1.4.6.2. Análisis de Resultados.

1.- ¿Ha consumido Empanadas de Harina de Maíz?

Si No

GRÁFICO No 2.- ANÁLISIS DE RESULTADOS



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

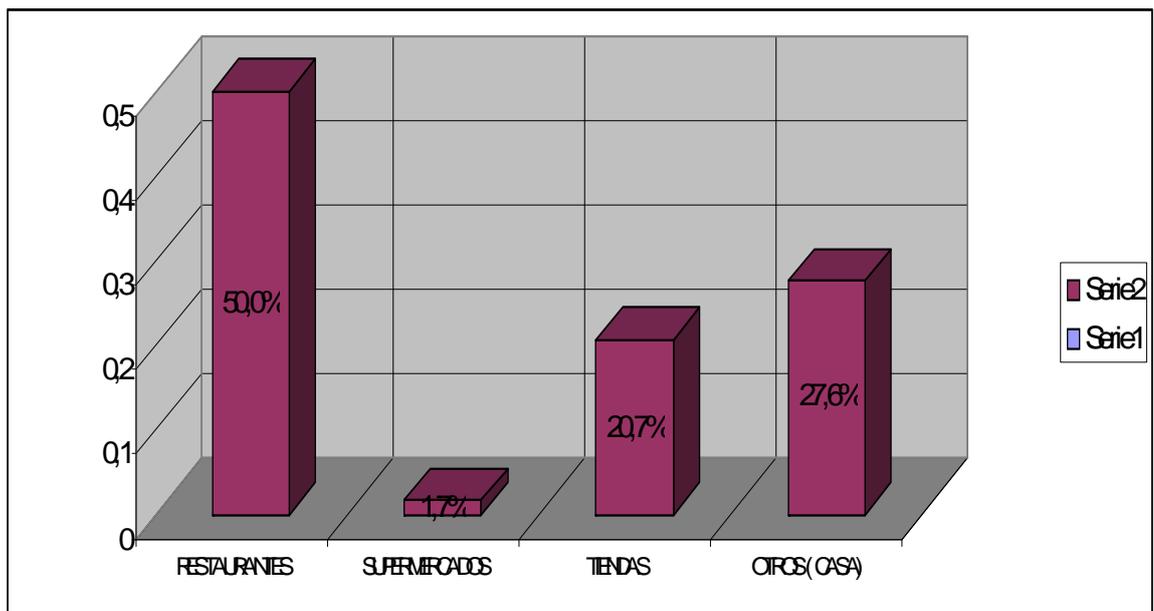
Con la investigación realizada pudimos observar que del total de 73 encuestados un 79,5% ha consumido Empanadas de Harina de Maíz, que representa un alto porcentaje y tan solo un 20,5% no han consumido las Empanadas de Harina de Maíz.

2.- ¿Donde ha adquirido las Empanadas de Harina de Maíz?

- 1.- Restaurantes
- 2.- Supermercados

- 3.- Tiendas
- 4.- Otros. _____

GRÁFICO No 3.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Se pudo observar que de las cuatro posibilidades de lugares en donde ha adquirido Empanadas de Harina de Maíz los encuestados nos respondieron en un 50% que las han adquirido en un Restaurante el mismo que representa la mitad del total de encuestados teniendo un primer lugar en donde más coinciden los encuestados en la adquisición de las empanadas, luego tenemos con un 27,6% a las personas que han consumido en sus hogares, como siguiente tenemos a las tiendas con un 20,7% y por último con el más bajo porcentaje a los supermercados.

3.- ¿Con que frecuencia adquiere las Empanadas de Harina de Maíz?

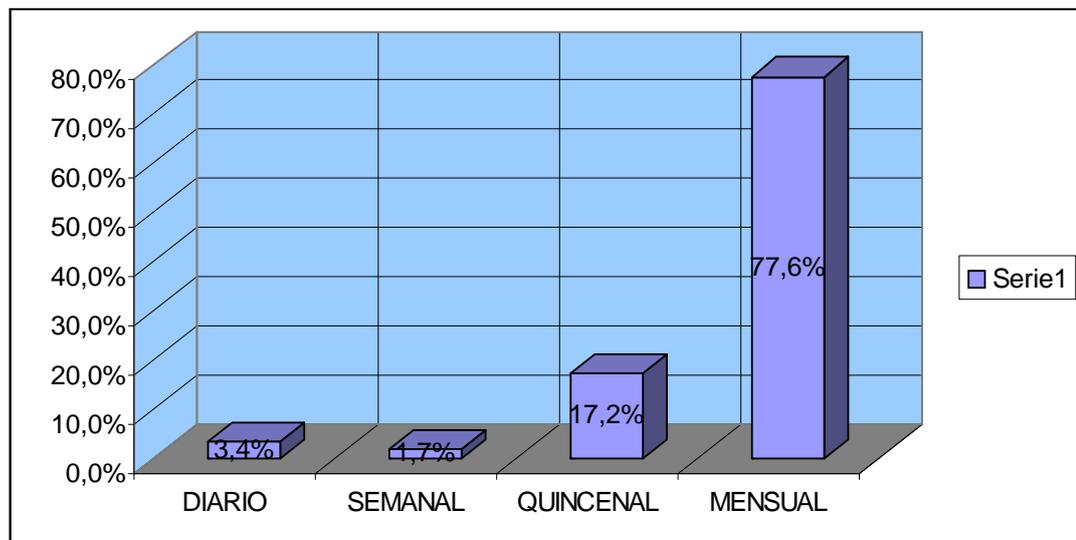
1.- Diario

3.- Quincenal

2.- Semanal

4.- Mensual

GRÁFICO No 4.



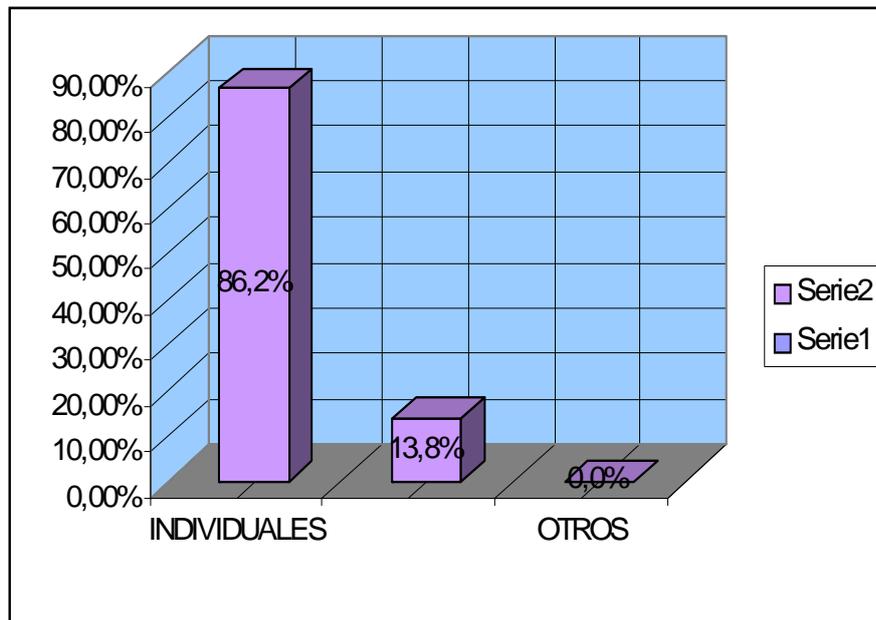
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Luego de realizadas las encuestas nos arrojan los resultados de que la mayoría de personas encuestadas realizan un adquisición mensual de las Empanadas de Harina de Maíz con un porcentaje de 77,6% del total de encuestados, como segunda frecuencia de adquisición de Empanadas de Harina de Maíz nos encontramos que las personas la realizan quincenalmente con un 17,2% del total de encuestados, en tercer lugar de frecuencia las personas las adquieren diariamente con un 3,4% y por último las personas realizan la adquisición de las Empanadas con un frecuencia semanal con un 1,7% de los encuestados.

4.- ¿Las Empanadas de Harina de Maíz que ha adquirido están en presentaciones?

- 1.- Individuales 2.- Bandejas (2 a 4 unidades) 3.- Otros. _____

GRÁFICO No 5.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Del total de encuestas que son validadas es decir 58, un 86,2 % de las encuestas nos dieron como resultado que las personas han adquirido individualmente, seguidas de las personas que las adquirido en bandejas de 2 a 4 unidades con un 13,8% y en el caso de otros ninguna persona eligió esta es decir se obtuvo un 9%

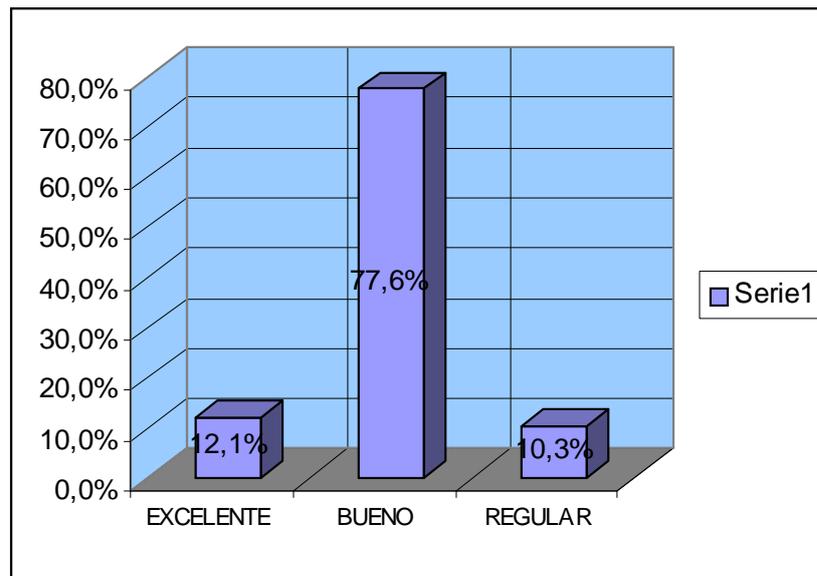
5.- ¿El producto que ha consumido lo califica como:

1.- Excelente

2.- Bueno

3.- Regular

GRÁFICO No 6.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

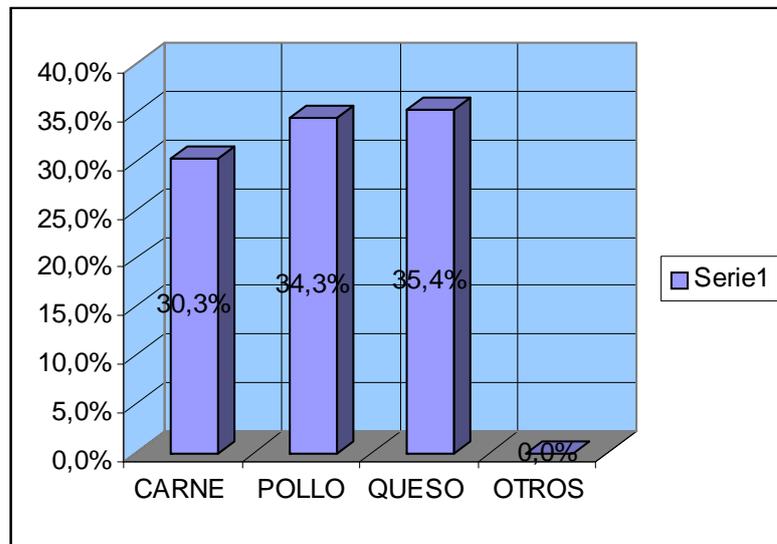
De las encuestas se pudo observar que un alto porcentaje califico las Empanadas de Harina de Maíz consumidas como buenas en un 77,6% en un alto porcentaje, de excelentes en un 12,1% y como regulares un 10,3%. Estos resultados nos proporcionan muy importantes resultados ya que si bien es cierto sabemos que las empanadas son en su mayoría consideradas como buena, pero la calidad de el producto a ser fabricado en el proyecto esta enfocado a ser calificado como excelente el mismo que no tuvo una alta calificación por los encuestados.

6.- ¿El relleno de las Empanadas de Harina de Maíz consumidas por UD ha sido de:

- 1.- Carne
- 2.- Pollo

- 3.- Queso
- 4.- Otros. _____

GRÁFICO No 7



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

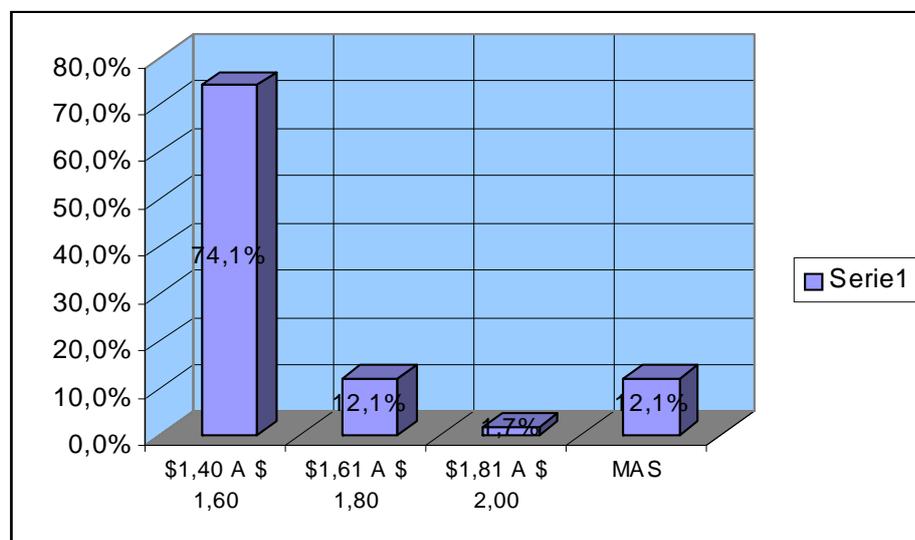
El relleno que los encuestados más han consumido tenemos que es el de Queso con un 35,4%, seguido muy de cerca por las empanadas con relleno de pollo que poseen un 34,3%, y como último relleno consumido tenemos el de carne que posee un 30,3% del total de encuestados, cabe poner en consideración que la encuesta tenía también la opción de poner otros relleno con el cual haya probado las Empanadas de Harina de Maíz pero las personas no las han consumido con ningún otro relleno.

7.- ¿El precio que ha pagado por las Empanadas ha estado entre?:

- 1.- \$1,40 a \$ 1,60
2.- \$1,61 a \$1,80

- 3.- \$1,81 a \$2,00
4.- mas...

GRÁFICO No 8.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Se puede apreciar que un gran porcentaje de encuestados han pagado por las Empanadas o les ha ocasionado un costo de entre \$1,40 a \$1,60 en un 74,1%, pero existe el resultado de que las personas han pagado entre \$1,61 a \$1,80 y más en un 12,1%, dejando como último las personas que han pagado entre \$1,81 a \$2,00 en un 1,7% de las encuestas consideradas con respuestas validas.

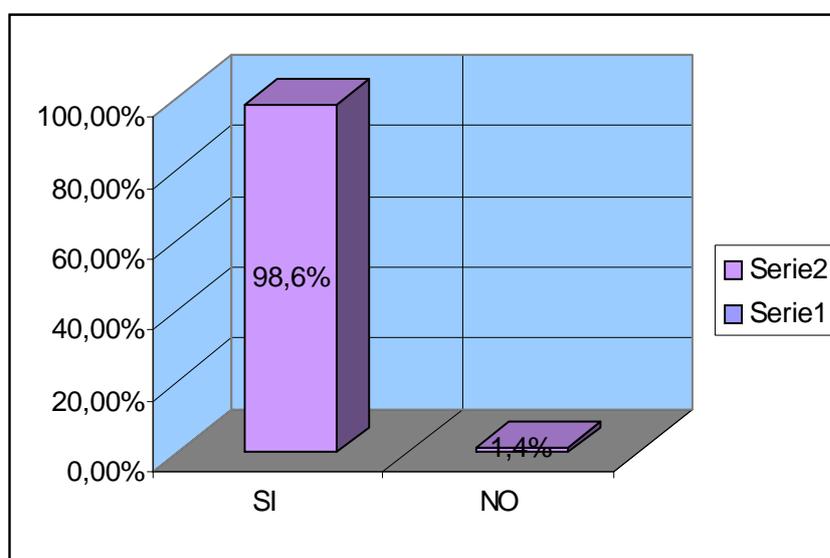
8.- ¿Desearía usted que exista una Fábrica de empanadas de Harina de Maíz de calidad y elaboradas con materia prima nacional en el Distrito Metropolitano de Quito?

Si

No

Si su respuesta es no, le agradecemos por su valiosa colaboración, de lo contrario continúe.

GRÁFICO No 9.



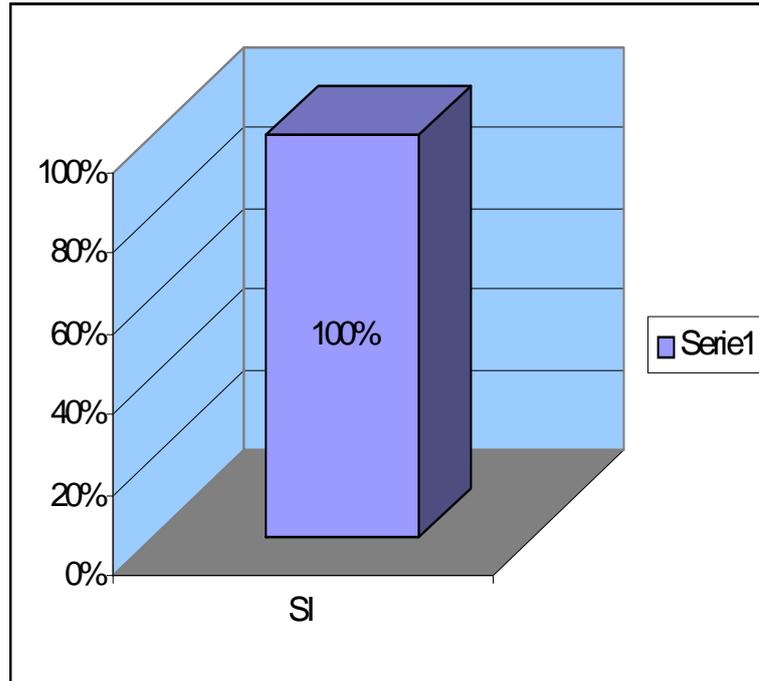
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Esta pregunta a una de las preguntas filtro que tenía la encuesta la cual nos arroja resultados favorable para el proyecto ya que el grado de aceptación para la creación de una Fabrica de Empanadas de Harina de Maíz es alto ya que de los 73 encuestados el 98,6% de estos esta a favor de la existencia la Fábrica en el Distrito Metropolitano y tan solo una persona no esta de acuerdo con la creación de la Fabrica la que representa el 1,4% de los encuestados.

9.- ¿Le gustaría adquirir Empanadas de Harina de Maíz precocidas?

Si No

GRÁFICO No 10.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

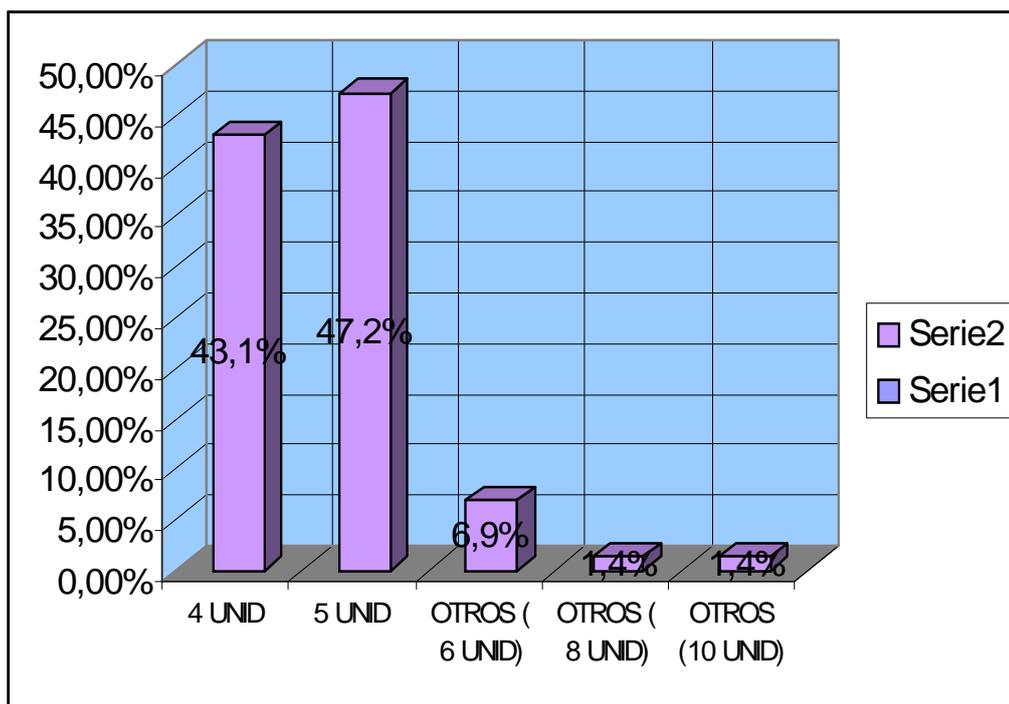
Nos da como resultado que el 100% de las encuestas consideradas como validas, dice que estaría de acuerdo en comprar las Empanadas de Harina de Maíz pre cocidas, resultado muy alentador para el desarrollo del proyecto.

10.- ¿Le gustaría comprar las empanadas en bandejas plásticas de?:

- 1.- 3 unidades
- 2.- 4 unidades

- 3.- 5 unidades
- 4.- Otros. _____

GRÁFICO No 11.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

La preferencia de los encuestados por la cantidad de Empanadas de Harina de Maíz que les gustaría adquirir en bandejas dice que con un 47,2% prefiere con 5 unidades, seguido de las que desean con 4 unidades con 43,1%, pero existen también que las desean en mayor cantidad pero menor escala con un 6,9% las que desearían 6 unidades y con 1,4% las que desean en 8 y 10 unidades.

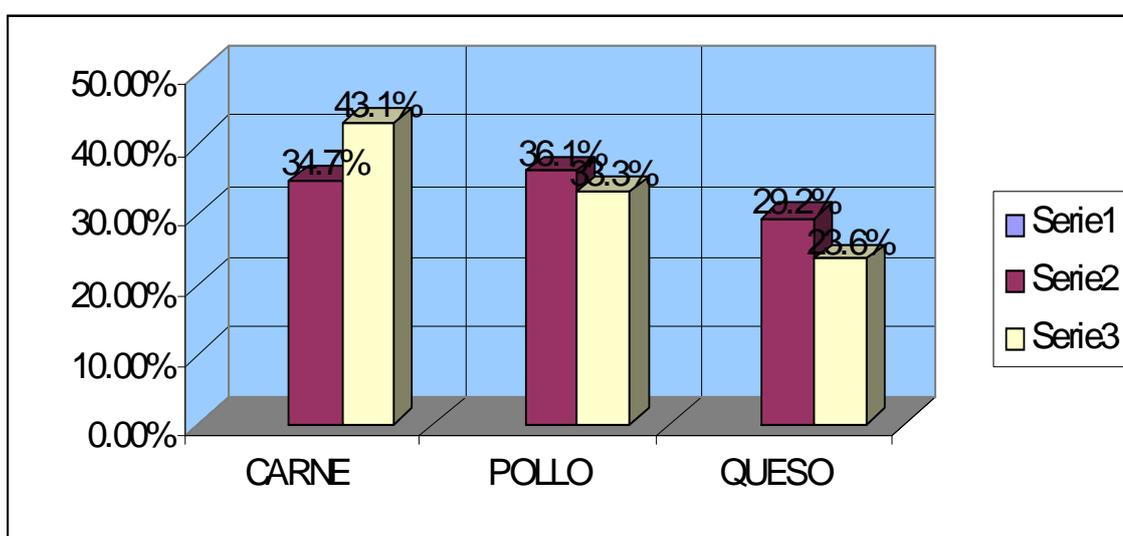
11.- ¿De que le gustaría más el relleno de las empanadas?: Elija dos rellenos de los cuales ponga en número 1 el de su mayor preferencia y 2 el de menor

1.- Carne

2.- Pollo

3.- Queso

GRÁFICO No 12.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

El relleno el cual tienen mayor preferencia dentro de los encuestados es el de pollo el cual posee un 36,10%, seguido muy de cerca el relleno de carne con un 34,7% y el de queso con un 29,20%.

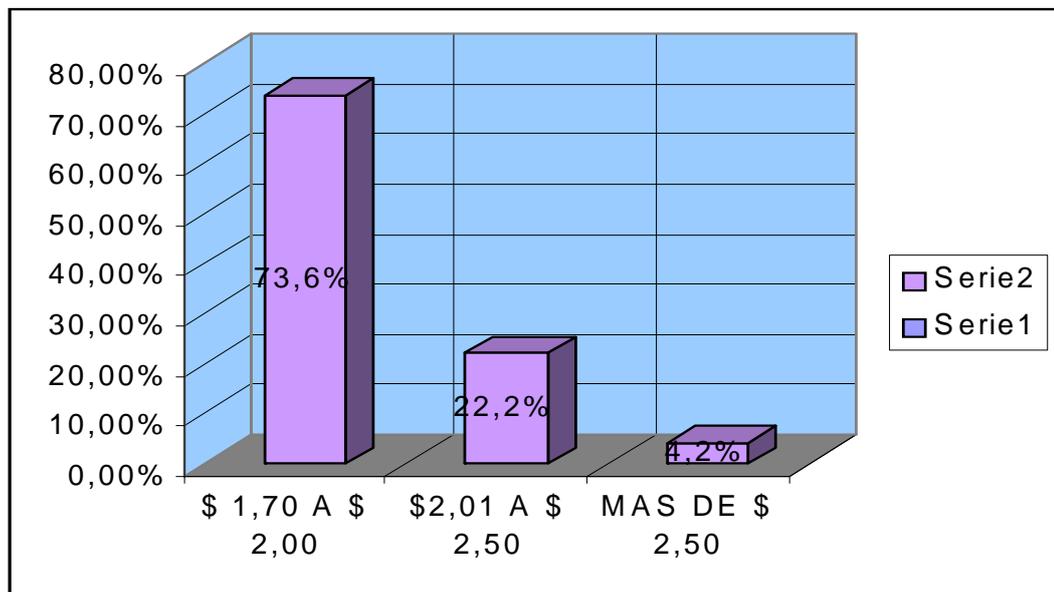
Pero la pregunta tenía dos posibilidades la de su mayor preferencia y la de su menor preferencia cabe recalcar que los dos rellenos eran del agrado del encuestado tan solo que uno tenía mayor ponderación que el otro, y el de segunda preferencia tiene al relleno de carne como el de mayor preferencia con un 43,1%, luego viene el de pollo con un 33,3% y el de queso con un 23,6%.

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por una bandeja con 4 Empanadas de Harina de Maíz?:

- 1.- \$1,70 a \$ 2,00
2.- \$2,00 a \$ 2,50

- 3.- más de \$2,50

GRÁFICO No 13.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

La respuesta que posee mayor porcentaje con referencia a los precios que estaría dispuesto a pagar por las 4 Empanadas de Harina de Maíz es de \$1,70 a \$2,00 en un 73,6% del total de respuestas validas seguido de los encuestados que estarían dispuestos a pagar entre \$2,01 a \$2,50 con un 22,2% y por último las que estarían de acuerdo en pagar más de \$2,50 con un 4,2%.

1.5. Análisis de la Demanda

“DEMANDA

Es la cantidad de bienes y servicios(o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes , la permanecen constantes.

Una lista de todos los factores que generan y afectan la demanda por un determinado producto en un momento dado, podría llenar un libro y carecerían de vigencia mañana mismo. La importancia de los diferentes factores cambia rápidamente y con frecuencia de manera imprevisible.

Piense por un momento en las cosas que pueden afectar en algo su decisión. Para mencionar unas pocas: el color, el precio, la calidad, el modelo, la condición de su billetera o de su tarjeta de crédito.”⁶

1.5.1. Factores que Afectan la Demanda.

1.5.1.1. Tamaño de Crecimiento de la Población.

De acuerdo a la información proporcionada por el INEC ABRIL 2008 la población de Quito y específicamente con la población Urbana del Distrito Metropolitano de Quito se encuentra en 1'560.481 habitantes y se va a considerar un crecimiento poblacional según el Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ que prevé ente el 2005 y 2010 una tasa de 2,2%, pero se pone en consideración el tamaño de la población desde el año de 1990 hasta el año 2015 según CUADRO 12.

⁶ [www.monografias.com/trabajos/ ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml](http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml)

CUADRO No 12.- POBLACIÓN DMQ HASTA 2015

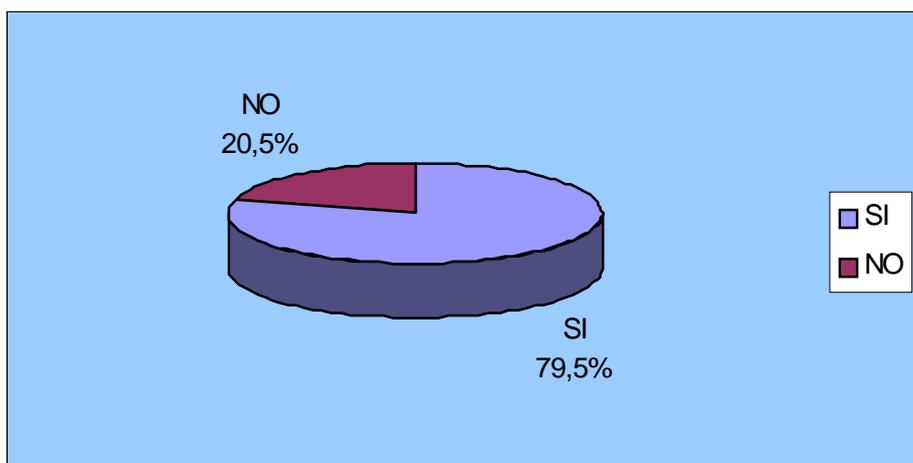
POBLACIÓN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	
1990	1.388.500
2001	1.839.853
2005	2.007.767
2008	2.093.458
2010	2.215.820
2015	2.424.527

Fuente: INEC y Plan de Desarrollo Provincial de Pichincha
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

1.5.1.2. Hábitos de Consumo.

La Investigación de Mercado ha permitido conocer que el 79,5% de la población ha consumido Empanadas de Harina Maíz lo que quiere decir que 146.124 familias tienen un comportamiento de consumo de este bocadillo de la serranía ecuatoriana.

GRÁFICO No 14.

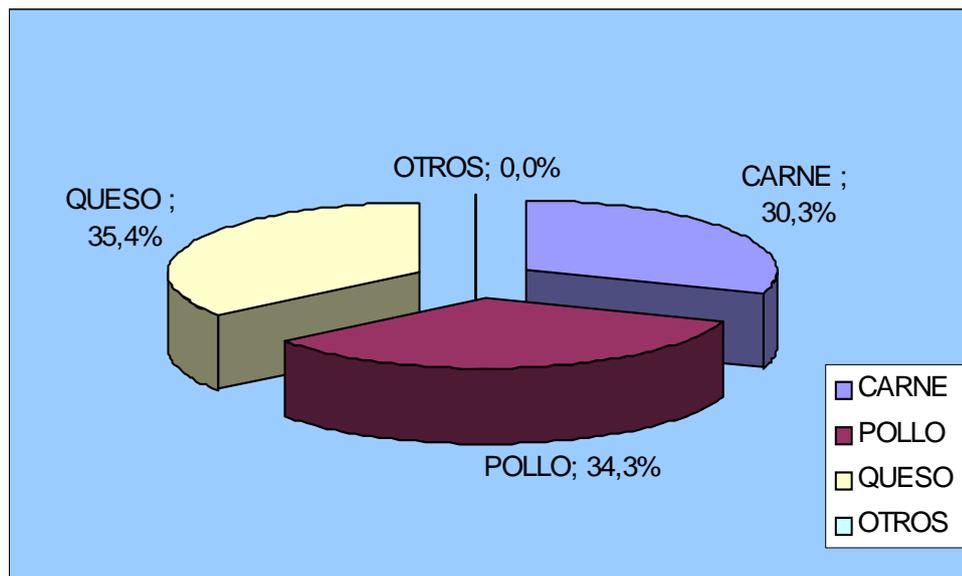


Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

1.5.1.3. Gustos y Preferencias.

El Distrito Metropolitano de Quito en los actuales momentos se ha caracterizado por la comercialización de varios platos típicos de las diferentes regiones del país, no obstante, cabe señalar que el instante se presta oportuno para la creación de una Fábrica de Empanadas de Harina de Maíz, tanto que el consumidor capitalino tiene gusto y preferencia; información obtenida de la Investigación de Campo donde su forma equitativa se muestra en la preferencia, como podemos observar en el GRAFICO 15.

GRÁFICO No 15.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Se puede observar que no existe una gran diferencia entre los diferentes rellenos que las personas que han consumido Empanadas de Maíz, ya que el 35,4% han consumido con relleno de Queso, el 34,3% de Pollo y el 34,3% ha probado con relleno de Carne.

1.5.1.4. Niveles de Ingresos y Precios.

Ingresos:

Como podemos observar en el CUADRO No.13 tabla que nos brindan las Estadísticas del Banco Central, el sector de manufactura y específicamente el sub-sector Productos Alimentos Diversos ha tenido un incremento, si bien no es abrumador, ha logrado obtener un crecimiento y cabe poner en consideración que es el tercer rubro más importante en su sector.

**CUADRO No 13.
PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA
(Miles de dólares)**

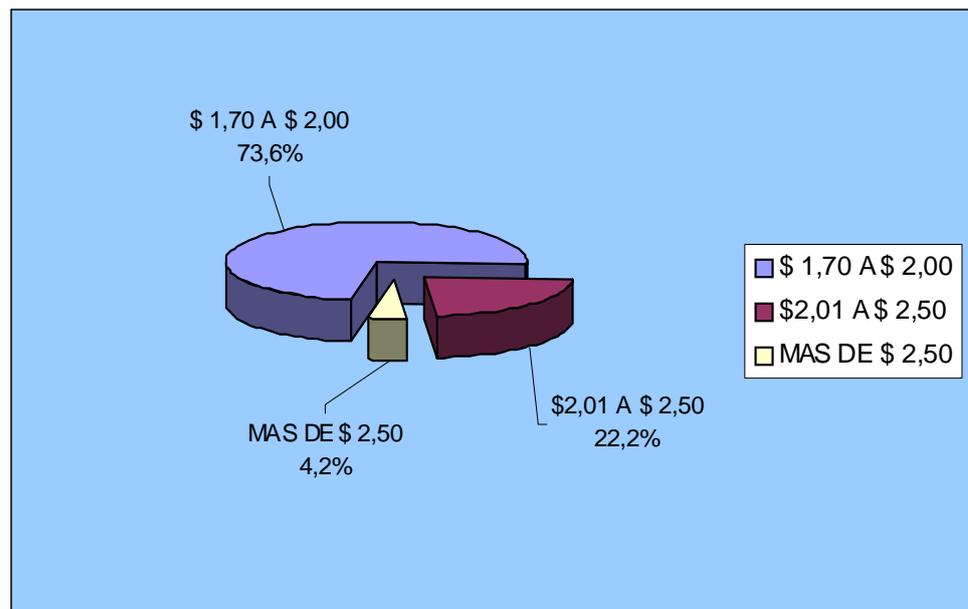
Ramas de actividad CIIU CN \ Años	2007 (prev)	2008 (prev)
A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	2.342.770	2.430.872
B. Explotación de minas y canteras	2.476.716	2.486.768
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	3.125.613	3.267.593
9. Carnes y pescado elaborado	1.093.434	1.142.638
10. Cereales y panadería	94.875	96.108
11. Elaboración de azúcar	119.128	131.993
12. Productos alimenticios diversos	322.178	328.621
13. Elaboración de bebidas	96.751	100.524
14. Elaboración de productos de tabaco	8.243	8.243
15. Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	463.215	489.618
16. Producción de madera y fabricación de productos de madera	290.395	300.559
17. Papel y productos de papel	113.131	117.091
18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico	229.191	242.026
19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos	191.995	200.251
20. Fabricación de maquinaria y equipo	97.806	104.163
21. Industrias manufactureras n.c.p.	5.272	5.758
D. Suministro de electricidad y agua	191.045	203.463
I. Otros servicios	3.454.392	3.568.387
J. Servicios gubernamentales	1.012.701	1.051.184
K. Servicio doméstico	33.866	34.374
Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente	-590.904	-627.238
Otros elementos del PIB	2.747.218	2.905.290
PRODUCTO INTERNO BRUTO	22.126.622	23.066.808

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Precios:

El estado del mercado determina que el 74,1% de las personas que consumen este tipo de bocadillo pagan por este tipo de producto señalado en un rango de \$1,40 a \$1,60 por unidades; debiendo señalar también que el 73,6% de los encuestados están dispuestos a pagar por una bandeja de 4 unidades entre \$1,70 a \$2,00, un 22,2% esta dispuesto a pagar de \$2,01 a \$2,50 y 4,2% más de \$2,50, como podemos observar en GRAFICO No 15.

GRÁFICO No 16.



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

1.5.2. Comportamiento Histórico de la Demanda.

Las familias ubicadas en las diferentes ciudades del País por tradición o basadas en costumbres religiosas, preparan eventos típicos de bocadillos para consumo familiar (Tamales, Quimbolitos, Empanadas, Bolas de Verde, entre otros);

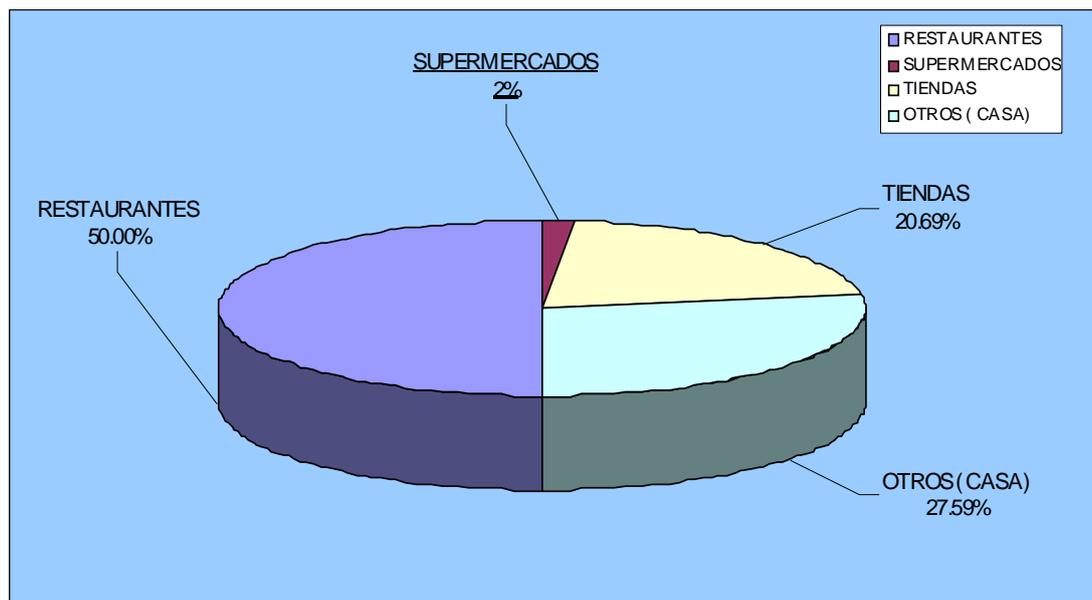
Las Empanadas de Harina de Maíz es un bocadillo típico de la serranía ecuatoriana, producto que se lo ha venido comercializando en forma restringida a lo largo del tiempo en los diferentes Restaurantes.

Con el fin de llegar a determinar el comportamiento histórico de este tipo de productos, no se dispone de información estadística, sin embargo de la Investigación de Campo se ha llegado a determinar que se está comercializando en Restaurantes, tiendas y en forma reducida en supermercados. Esta particularidad se da por la falta de cultura de Compra en Supermercados.

Además luego de conversar e indagar con personas se ha logrado establecer ciertas particularidades, sobre el comportamiento del consumidor en el Distrito Metropolitano de Quito los cuales hablan de los inicios de el consumo de las Empanadas de Harina de Maíz tan solo como un producto realizado en sus hogares, pero a lo largo de los tiempos se ha visto el desarrollo de Restaurantes los cuales han sido creados por familias las cuales han mantenido la tradición del consumo de productos tradicionales, y ha desarrollado una comercialización de estos, tal es que en la actualidad y luego de realizada la Investigación de Mercado se pudo establecer que un 50% del total de los encuestados consume estos apetitosos bocadillos en Restaurantes de la Ciudad, especialmente en el Centro y Sur del Distrito Metropolitano de Quito, seguido por las personas que continúan consumiendo el producto en cada uno de sus hogares llegando a establecerse que el 27,59% de los encuestados lo continúan haciendo, pero como punto importante se puede decir que un mercado todavía no explotado es el de los Supermercados ya que tan solo un 2% de los encuestados lo

ha realizado la adquisición de las Empanadas de Harina de Maíz en estos.

GRÁFICO No 17



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

1.5.3. Demanda Actual del Producto.

Para poder establecer la demanda actual del producto se ha analizado, primero las familias que han consumido las empanadas de Harina de Maíz de las encuestas realizadas el 79,5% contestó que si, es decir que de el universo 183.804 familias, se pudo deducir que 146.124 familias las ha consumido luego se ha visto la frecuencia con que este porcentaje de la población lo hacen.

Se ha basado el cálculo de la Demanda Anual en el número de las familias que consumen empanadas en bandejas de 4 unidades y 5 unidades con la frecuencia que lo hacen, es decir si es diario por los días que tiene un año, y lo mismo se realizó con la el consumo quincenal, semanal y mensual; por tanto y en consideración a la Investigación de Campo existe un comportamiento de compra de las Empanadas de Maíz en bandeja esta dado en un 10,3% que las adquieren en presentaciones de 4 unidades que representan 402.367 familias, se ha basado el calculo de la demanda anual en la multiplicación de de las familias y un 11,3% que las obtienen en presentaciones de 5 unidades que representan 441.432 familias, como se muestra en el CUADRO No 14

CUADRO No 14.

		FAMILIAS QUE CONSUMEN EMPANADAS	FAMILIAS QUE ADQUIEREN EN BAND 4 UNIDAD	FAMILIAS QUE ADQUIEREN EN BAND 5 UNIDAD
	% FRECUENCIA	146.124	10,30%	11,30%
DIARIO	3,40%	4.968	186.780	204.914
SEMANAL	1,70%	2.484	13.305	14.597
QUINCENAL	17,20%	25.133	62.130	68.162
MENSUAL	77,60%	113.392	140.153	153.760
			402.367	441.432
				FAMILIAS

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

En el CUADRO 15, se demuestra el número de bandejas de 4 y 5 unidades; con el fin de conocer el número de Empanadas en función de unidades, tenemos una demanda el 2008 de 3.209.887 Empanadas de Harina de Maíz.

CUADRO No 15.- DEMANDA EMPANADAS

BANDEJAS DE 4 UNIDADES			
	% FRECUENCIA	FRECUENCIA	TOTAL
DIARIO	3,4%	512	186.780
SEMANAL	1,7%	256	13.305
QUINCENAL	17,2%	2589	62.130
MENSUAL	77,6%	11679	140.153
TOTAL BANDEJAS			402.367

BANDEJAS DE 5 UNIDADES			
	% FRECUENCIA	FRECUENCIA	TOTAL
DIARIO	3,4%	561	204.914
SEMANAL	1,7%	281	14.597
QUINCENAL	17,2%	2840	68.162
MENSUAL	77,6%	12813	153.760
TOTAL BANDEJAS			441.432

TOTAL EMPANADAS BANDEJAS 4 UNID.	1.609.469
----------------------------------	------------------

+

TOTAL EMPANADAS BANDEJAS 5 UNID.	2.207.161
----------------------------------	------------------

TOTAL EMPANADAS	3.816.630
------------------------	------------------

Fuente: Investigación de Campo
 Elaborado por: Diego Velasco / 2008

1.5.4. Proyección de la Demanda.

Para poder realizar la proyección de la demanda por personas se utilizó la demanda actual que es 146.124 familias, se la realizó para 6 años, es decir hasta el 2013, para elaborarla se considero los porcentajes de crecimiento población para el Distrito Metropolitano de Quito, según la Unidad de Estudios del DMPT-MDMQ la cual prevé que la tasa de crecimiento hasta el año 2010 será de 2,2%, pero como la queremos hasta el año 2013 se procedió a utilizar la tasa de 2,1% la cual rige hasta el año 2015, dando como resultado el CUADRO No.16

CUADRO No 16.

AÑO	NÚMERO DE FAMILIAS	CRECIMIENTO	TASA CRECIMIENTO
2008	146124	3215	2,2%
2009	149339	3285	
2010	152624	3358	
2011	155982	3276	2,1%
2012	159258	3344	
2013	162602	3415	

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Para poder proyectar la cantidad de unidades de Empanadas de Harina de Maíz, vimos las mismas consideraciones que para el CUADRO No.16, es decir del año 2008 al 2010 tomamos la tasa de crecimiento de 2,2%, y del año 2011 al 2013 se utilizo la tasa de crecimiento de 2,1% según la Unidad de Estudios del DMPT-MDMQ, como se puede observar en CUADRO 17

CUADRO No 17.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EMPANADAS

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
TOTAL EMPANADAS EN BANDEJAS 4 UNID.	1.609.469	1.645.200	1.681.723	1.717.039	1.753.097	1.789.912
TOTAL EMPANADAS EN BANDEJAS 5 UNID.	2.207.161	2.256.160	2.306.246	2.354.678	2.404.126	2.454.612
TOTAL DEMANDA DE EMPANADAS	3.816.630	3.901.359	3.987.969	4.071.717	4.157.223	4.244.524

Fuente: Investigación de Campo (Encuestas)
Elaborado por: Diego Velasco / 2008

Se ha establecido que la Demanda para el año 2009 asciende a 3'901.359 Empanadas de Harina de Maíz, llegando hasta el año 2013 con una Demanda de 4'244.524 Empanadas; es importante poner en conocimiento que del total de la producción de Empanadas el 42,2% corresponde a las Bandejas de 4 unidades mientras que el 57,8% representan las Bandejas de 5 unidades.

1.6. Análisis de la Oferta.

“OFERTA

Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo , en un período dado de tiempo y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como la tecnología , la disponibilidad de recursos , los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes.

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender(o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida

Oferta también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos.

Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros.”⁷

1.6.1. Factores que Afectan la Oferta.

1.6.1.1. Número y Capacidad de Producción de los Competidores.

Principalmente el mercado del Distrito Metropolitano de Quito en su mayoría está cubierto por restaurantes; pero tenemos marcas dentro del mercado del Distrito Metropolitano de Quito en los principales Supermercados entre los que tenemos:

CUADRO No 18

NOMBRE	CANTIDAD DE LOCALES
Supermaxi	15
Megamaxi	4
Mi Comisariato	4
Santa María	5
Comisariatos otros: FF.AA y Policia	4

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

En los se que pueden ver las siguientes marcas:

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

CUADRO No 19

NOMBRE DE MARCA	FACUNDO
PRODUCTO	EMPANADAS DE MAIZ

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 20

NOMBRE DE MARCA	FACUNDO
PRODUCTO	EMPANADAS DE MOROCHO

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 21

NOMBRE DE MARCA	DELISA		
PRODUCTO	EMPANADAS DE MOROCHO DE POLLO	EMPANADAS DE MOROCHO DE CARNE	EMPANADAS DE MOROCHO DE QUESO

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 22

NOMBRE DE LA MARCA	BELEN
PRODUCTO	EMPANADAS DE YUCA CON QUESO

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

Es muy visible dentro de nuestra Investigación de Campo el Mercado de los Supermercados es un sector que no ha sido explotado es por eso que según nuestras encuestas tan solo un 5% de los Encuestados realiza la compra en estos, representando un nicho de mercado por explotar, puesto que la mayoría de Encuestados realiza la compra en Restaurantes del Distrito Metropolitano de Quito.

Además se ha visto ingresar en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito una franquicia de origen Argentino conocido como SOLO EMPANADAS, el cual hasta la fecha posee ya dos locales en la ciudad.

1.6.1.2. Incursión de Nuevos Competidores.

Entre los principales nuevos competidores en la actualidad, podría ser la conformación de microempresas familiares, o la formación Alianzas entre los principales Restaurantes los cuales realicen una producción en mayor escala y no tan solo para el consumo de sus clientes habituales lo cual permita unir capitales lo que les provea mayor participación del mercado., tratando con esto de tratar de satisfacer la demanda insatisfecha en el mercado.

1.6.1.3. Precios de los Productos o Servicios Relacionados.

El estudio de mercado determina que el 74,1% de las personas que consumen este tipo de bocadillo pagan por este producto señalado en un rango de \$1,40 a \$1,60 por unidades, precios con los cuales son comercializados en los principales Restaurantes, pero también hay empresas que comercializan en Supermercados Empanadas de Harina de Maíz y similares en bandejas

CUADRO No 23.- PRECIO PRODUCTOS RELACIONADOS

NOMBRE DE MARCA	FACUNDO
PRODUCTO	EMPANADAS DE MAIZ
PESO	500 gr.
PRECIO	\$ 2,73

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco



CUADRO No 24

NOMBRE DE MARCA	FACUNDO
PRODUCTO	EMPANADAS DE MOROCHO
PESO	500 gr.
PRECIO	\$ 2,87

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 25

NOMBRE DE MARCA	DELISA		
PRODUCTO	EMPANADAS DE MOROCHO DE POLLO	EMPANADAS DE MOROCHO DE CARNE	EMPANADAS DE MOROCHO DE QUESO
PESO	250 gr.		
PRECIO	\$ 1.92	\$ 1.92	\$ 1.82
UNIDADES	4	4	4

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 26

NOMBRE DE LA MARCA	BELEN
PRODUCTO	EMPANADAS DE YUCA CON QUESO
PESO	250 gr.
PRECIO	\$ 1,50
UNIDADES	8

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

1.6.2. Comportamiento Histórico de la Oferta.

Desde hace muchos años atrás se ha visto un comportamiento referente a la oferta, bastante arraigado a la elaboración de estos productos tan solo en los hogares del Distrito Metropolitano, tradición que han conservado varias familias.

En la Serranía Ecuatoriana se elabora estos productos para consumo familiar, pero al observar la acogida que proporciona

este tipo de deliciosos bocadillos, han visto la posibilidad de comercializar las familias que han recibido las recetas como legados familiares, dando lugar a la conformación de Microempresas y Restaurantes que han tratado de satisfacer la demanda de la población del Distrito Metropolitano.

El principal canal de comercialización de las Empanadas de Harina de Maíz, han sido los Restaurantes que se han ubicado principalmente en la Zona Centro y Sur del Distrito Metropolitano de Quito

1.6.3. Oferta Actual.

Se ha procedido a calcular la oferta actual tomando como punto de referencia nuestro universo de 183.804 familias, los resultados obtenidos en la Investigación de Campo se aprecia que el producto lo comercializan en Restaurantes el 50%, Tiendas 20.7%, debiendo señalar que este producto son elaborados en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito, sin embargo, el 1.7% esta siendo comercializado en Supermercados.

CUADRO No 27.- OFERTA ACTUAL

	% DE LUGARES DONDE HAN CONSUMIDO	FAMILIAS QUE HAN CONSUMIDO 146124	% CALIFICADO EXCELENTE 12,70%
RESTAURANTES	50,00%	73062	
SUPERMERCADOS	1,70%	2484	315
TIENDAS	20,70%	30248	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco/2008

El 12.7% de las personas encuestadas han calificado el producto adquirido de excelente, por tanto el momento se presenta oportuno para comercializar las Empanadas de Harina de Maíz, preparadas con materia prima de calidad y un sabor tradicional, debiendo señalar que la competencia esta centrada en los supermercados, toda vez que están comercializando en fundas y/o bandejas.

La Oferta actual de Empanadas de Harina de Maíz es de 8.421 unidades, que se demuestra en el CUADRO 28 de conformidad con las frecuencias obtenidas en la Investigación de Campo.

CUADRO No 28.

	% FRECUENCIA	FRECUENCIA	TOTAL
DIARIO	3,4%	11	3.909
SEMANAL	1,7%	5	278
QUINCENAL	17,2%	54	1.300
MENSUAL	77,6%	245	2.933
TOTAL UNIDADES			8.421

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

Para poder establecer la Oferta por unidades se ha procedido a multiplicar la frecuencia diaria por 365 días que tiene el año, para la frecuencia semanal se multiplico por 52 semanas que posee el año, a la frecuencia quincenal se multiplico por 24 quincenas del año y la mensual a multiplicar por 12 meses del año, todo se elaboro con la finalidad de establecer la Oferta Anual de las Empanadas de Harina de Maíz.

Se ha podido establecer que del total de producción un 42,2% corresponde a la presentación de Empanadas en Bandejas de 4 unidades y el 57,8% representan a la presentación de Bandejas de 5 unidades, lo que obtuvimos la oferta en función de Bandejas,

así las de 4 unidades son 888 y las de 5 unidades son 973 bandejas.

CUADRO No 29.- OFERTA EN BANDEJAS

TOTAL UNIDADES		8.421
EMPANADAS EN BANDEJAS DE 4 UNIDADES	EMPANADAS EN BANDEJAS DE 5 UNIDADES	
	3.554	4.867
BANDEJAS	888	BANDEJAS 973

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

1.6.4. Proyección de la Oferta.

Información estadística sobre la oferta de las Empanadas de Harina de Maíz no existe pero se pudo obtener información de las personas que trabajan en supermercados y específicamente en perchas, las personas que se encargan de cambiar o poner los productos en cada una de ellas, se dijo que el incremento de estos productos en percha no tiene una variación grande es por eso que se ha estipulado un crecimiento de un 1% en la oferta de productos, pero cabe poner en consideración que se ha tenido que hacer una investigación apegada a preguntar sobre el comportamiento de productos similares al de las Empanadas de Harina de Maíz, porque en el mercado se pudo encontrar una marca que elabora y comercializa el producto que es FACUNDO.

CUADRO No 30.- PROYECCION DE LA OFERTA EN UNIDADES

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
TOTAL EMPANADAS EN BANDEJAS 4 UNID.	3.554	3.589	3.625	3.661	3.698	3.735
TOTAL EMPANADAS EN BANDEJAS 5 UNID.	4.867	4.916	4.965	5.015	5.065	5.116
TOTAL OFERTA DE EMPANADAS	8.421	8.505	8.590	8.676	8.763	8.851

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

Para poder establecer la Proyección de la Oferta por unidades se ha procedido a multiplicar la frecuencia diaria por 365 días que tiene el año, para la frecuencia semanal se multiplico por 52 semanas que posee el año, a la frecuencia quincenal se multiplico por 24 quincenas del año y la mensual a multiplicar por 12 meses del año, proceso se lo realizó para cada uno de los años tomando un porcentaje de crecimiento del 1% todo se elaboro con la finalidad de establecer la Oferta Anual de las Empanadas de Harina de Maíz llegando a obtenerse la Oferta en Unidades hasta el año 2013.

1.7. Determinación de la Demanda Insatisfecha.

CUADRO No 31.- PROYECCION DEMANDA INSATISFECHA DE UNIDADES

	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
AÑO 2008	3.816.630	8.421	3.808.209
AÑO 2009	3.901.359	8.505	3.892.854
AÑO 2010	3.987.969	8.590	3.979.379
AÑO 2011	4.071.717	8.676	4.063.040
AÑO 2012	4.157.223	8.763	4.148.460
AÑO 2013	4.244.524	8.851	4.235.674

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

Como podemos observar la Demanda Insatisfecha es alta sin embargo, se pretende iniciar con una producción de conformidad con nuestra capacidad de 5% de esta Demanda Insatisfecha, es decir que para el año 2009 nuestra capacidad estará en el orden de 194.643 empanadas que comparado con el año 2013 hay un incremento de producción de 8% como se muestra en CUADRO 32.

CUADRO No 32.- PROYECCIÓN DEMANDA INSATISFECHA POR ATENDER EN UNIDADES

	DEMANDA INSATISFECHA	% DEMANDA POR ATENDER	DEMANDA OBJETIVO
AÑO 2008	3.808.209	5%	190.410
AÑO 2009	3.892.854	5%	194.643
AÑO 2010	3.979.379	5%	198.969
AÑO 2011	4.063.040	5%	203.152
AÑO 2012	4.148.460	5%	207.423
AÑO 2013	4.235.674	5%	211.784

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco

1.8. Análisis del Precio en el Mercado del Producto.

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio".

1.8.1. Comportamiento Histórico y Tendencias.

Se puede establecer que en precios existen en el mercado existe solo una marca que comercializa las Empanadas de Harina de

Maíz, es por eso que de la Investigación de Campo se pudo observar que el precio que la personas ha pagado ha estado entre: \$1,40 a \$1,60 ha sido la gran mayoría de encuestados ya que el 74,1%, pero en su mayoría son precios pagados en Restaurantes tradicionales de el Distrito Metropolitano de Quito, existe también encuestados que han pagado de \$1,61 a \$1,80 pero en menor porcentaje ya que este tiene un 12,1% y tan solo un 1,7%, ha pagado sobre \$1,81.

Pero en el mercado se encuentra una marca que elabora y comercializa las Empanadas de Harina de Maíz, que es FACUNDO, pero existen otras marcas o empresas que poseen productos similares.

CUADRO No 33

NOMBRE DE MARCA	FACUNDO
PRODUCTO	EMPANADAS DE MAÍZ
PESO	500 gr.
PRECIO	\$ 2,73

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diego Velasco.



1.8.2. Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios.

La creciente demanda de China, India, Rusia, Brasil y otros países emergentes, cuyas economías están creciendo a tasas elevadas, se ha traducido en un drástico aumento de los precios de los productos agrícolas como el trigo, la soya, el maíz y de productos minerales y metales básicos.

En el caso de las Empanadas de Harina de Matiz un factor preponderante que podría tener gran influencia sería el precio de la Harina de Maíz, ingrediente trascendental del producto, pero en la actualidad existen un problema, que si bien no solo sucede en el Ecuador ocurre en todo el mundo puesto que existe una crisis Alimentaría a escala Mundial, problema que puede ocasionar repercusión en el precio final del Producto.

1.9. Mercadeo y Comercialización.

1.9.1. Estrategia de Precio.

Se utilizará la estrategia del liderazgo de precios, es decir que se comercializará las a precios bajos para satisfacer las necesidades de todos los consumidores.

Además nos enfocaremos a tener buenas negociaciones con nuestros proveedores con la finalidad de obtener los mejores precios para lograr vender a menor valor que la competencia.

1.9.2. Estrategia de Promoción.

Las estrategias de promoción serán las siguientes:

MARKETING DIRECTO Y BTL:

1. **CREACION DE EVENTOS.-** Se refiere a la creación de eventos que atraiga clientes, como la firma
2. **BTL.-** Son medios no tradicionales que se encargan de informa sobre el negocio o producto de formas no convencionales. Ejemplo: utilización de Globos Publicitarios o anuncio en los principales Avenidas con publicidad en autobuses.

MATERIAL POP:

1. **FLAYERS.-** Son hojas volantes que se distribuyen en diferentes puntos para informar de promociones o de eventos a realizarse.
2. **Banners.-** Es información grafica para publicitar sobre el negocio en diferentes lugares o eventos.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS.- Realizar alianzas estratégicas con empresas de turismo como agencias, aerolíneas, hoteles entre otros

Finalmente la mejor estrategia que se empleará para vender estos productos será el ofrecimiento de degustaciones a los clientes

actuales y potenciales para que conozcan el sabor y aprecien el valor nutritivo de las Empanadas.

1.9.3. Estrategia de Producto.

Las Empanadas de Harina de Maíz tiene la particularidad de ser un producto de elaboración con receta familiar. El que tendrá el sabor como de haber elaborado en casa

Se va a comercializar las Empanadas en Bandejas de 4 unidades y 5 unidades el mismo que tendrá un peso aproximado de 200 y 250 gramos respectivamente

PRESENTACIONES

CUADRO No 34

Artículos	Bandeja	Bandeja
Empanadas de Carne	4 unid.	5 unid
Empanadas de Pollo	4 unid.	5 unid
Empanadas de Queso	4 unid.	5 unid

Elaborado por: Diego Velasco.

1.9.4. Estrategia de Plaza.

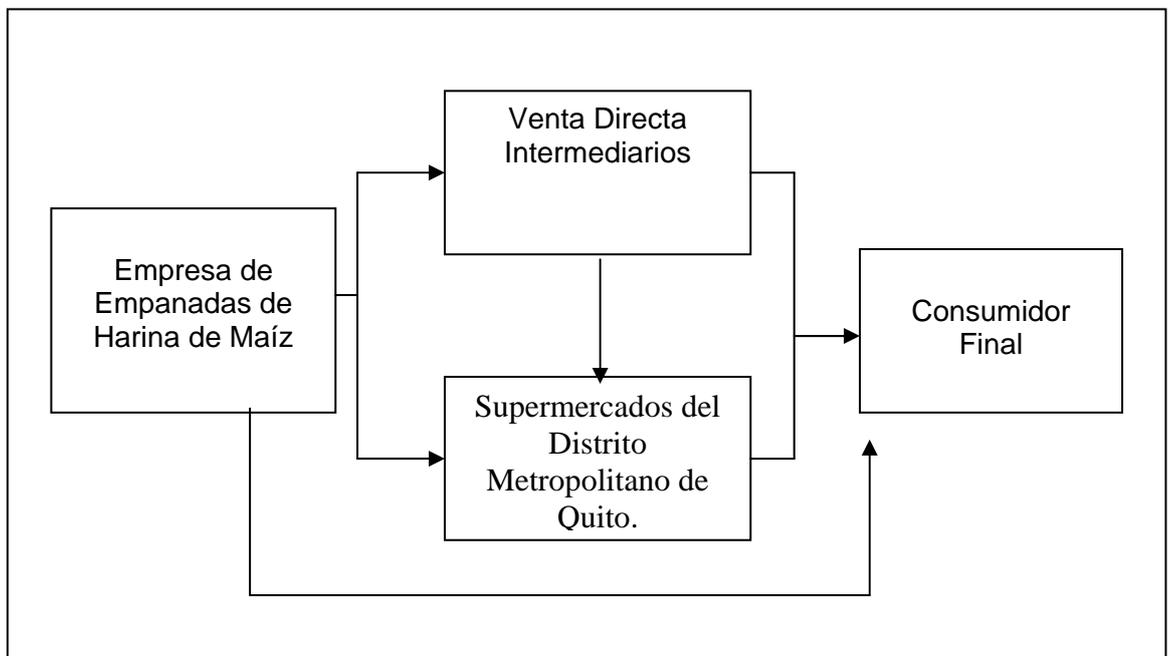
El lugar en donde se elaborará las Empanadas de Harina de Maíz será el sector norte específicamente en la Urbanización Ñaquito Alto, porque vemos la facilidad de encontrarnos en un punto de la ciudad el cual nos va a permitir tener acceso a cualquier parte del Distrito Metropolitano de Quito, teniendo como principal ruta, hacia cualquier punto de la ciudad la Av.Occidental.

Además la fábrica contará con un local en donde se expenderá al por menor y al por mayor con degustaciones y promociones en las que incentivará a las personas a que consuman estos productos

1.10. Canales de Distribución.

1.10.1. Cadena de Distribución.

CUADRO No 35.- CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: Diego Velasco

1.11. Determinación de Márgenes de Precios.

Existen varios autores que consideran distintas maneras de determinar el precio de un bien o servicio pero para el caso del proyecto se ha establecido un margen de utilidad de un 50% del costo de producción, como podemos ver en los siguientes cuadros.

EMPANADAS DE POLLO

CUADRO No 36

costo unitario	0.35
margen utilidad	20%
precio venta	0.42
Precio Bandeja 4 unidades	1.68

Elaborado por: Diego Velasco

EMPANADAS DE CARNE

CUADRO No 37

costo unitario	0.4
margen utilidad	20%
precio venta	0.48
Precio Bandeja 4 unidades	1.92

Elaborado por: Diego Velasco

EMPANADAS DE QUESO

CUADRO No 38

costo unitario	0.31
margen utilidad	20%
precio venta	0.37
Precio Bandeja 4 unidades	1.488

Elaborado: Diego Velasco

CAPÍTULO II

ESTUDIO TÉCNICO

CAPÍTULO II ESTUDIO TÉCNICO

“Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Que materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?.

Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora-hombre; hora-maquinaria; etc.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.”⁸

2.1. Tamaño del Proyecto

“El objetivo de este punto consiste en determinar el tamaño o dimensionamiento que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto.”⁹

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal.

⁸ <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>

⁹ <http://unamosapuntos.mexico.com.mx/>

Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

Al definir el tamaño del proyecto es necesario indicar directamente los aspectos como las inversiones y costos que se van a efectuar en el proyecto para establecer la capacidad de la fábrica y la rentabilidad que logrará alcanzar para así satisfacer los requerimientos de los consumidores.

2.1.1. Factores Determinantes del Proyecto.

2.1.1.1. Condiciones del Mercado.

De acuerdo a los datos de la investigación de mercado en la que se obtuvo una demanda insatisfecha poblacional y de productos para el año 2008 es de 3.808.209 empanadas; de las cuales en bandejas de 4 unidades son 1.607.064 empanadas y en bandejas de 5 unidades son 2.201.145 empanadas, se pretende iniciar con el 5% de la mencionada demanda insatisfecha como se indica en el CUADRO 39.

CUADRO No 39

	DEMANDA INSATISFECHA	% DEMANDA POR ATENDER	DEMANDA OBJETIVO
AÑO 2008	3.808.209	5%	190.410
AÑO 2009	3.892.854	5%	194.643
AÑO 2010	3.979.379	5%	198.969
AÑO 2011	4.063.040	5%	203.152
AÑO 2012	4.148.460	5%	207.423
AÑO 2013	4.235.674	5%	211.784

Elaborado: Diego Velasco

2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros.

“Los recursos para cubrir las necesidades de un proyecto industrial de iniciativa privada pueden provenir de dos fuentes principales:

- ❖ Del capital social suscrito y pagado por los accionistas de la empresa.
- ❖ De los créditos que se pueden obtener de instituciones bancarias o financieras y de proveedores.”¹⁰

Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños, sería aconsejable seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y mejores rendimientos de capital.

La disponibilidad de Recursos Financieros con los que se dispone para la creación de la empresa de Empanadas de Maíz son recursos propios y de terceros o financieros.

En cada provincia del Ecuador y en especial en la ciudad de Quito se puede encontrar varias instituciones financieras como: Bancos, Mutualistas, cooperativas, Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento, etc.; en las cuales se puede acudir a solicitar un préstamo cumpliendo con los requisitos que exigen para tener acceso a un crédito, además debemos analizar la institución, porque cada una tienen diferentes formas o condiciones como son: las tasas de interés, el monto, plazos, entre otros.

La empresa de fabricación de Empanadas de Maíz va a financiarse a través del Banco Nacional de Fomento, ya que es una entidad que incentiva el desarrollo del sector productivo del

¹⁰ <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>

Ecuador y adicionalmente concede condiciones especiales y favorables de crédito. Se adjunta información en **ANEXO 2**.

2.1.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra.

“El número de personas necesarias para la operación del proyecto debe calcularse con base en el programa de producción y en la operación de los equipos, está en función de los turnos de los trabajadores necesarios y de las operaciones auxiliares, tales como mantenimiento de materiales, limpieza, supervisión, etc.

El personal necesario en la operación de una planta puede clasificarse en:

- ❖ **Mano de obra directa:** Aquella que interviene directamente en la transformación de insumos a productos.
- ❖ **Mano de obra indirecta:** Aquella que no tiene una relación directa con la producción del artículo; Realiza tareas auxiliares. Ejemplo: limpieza, supervisión, etc.
- ❖ **Personal de administración y venta:** Es aquel que se dedica a la administración de la planta, y a la venta y comercialización del producto final.”¹¹

La tasa de desocupación total de la ciudad de Quito en el mes de Abril del 2008 obtuvo un valor del 6,7% (según datos del INEC), se puede apreciar que existe un porcentaje en el que las personas se encuentran desocupadas y por consiguiente existe suficiente mano de obra que estén dispuestas a trabajar, ya que una de las metas del proyecto es generar fuentes de empleo.

La empresa necesitará personal como administrador, empacador, cocineros, vendedores, entre otros, los cuales se requiere que tengan conocimiento en el área de bocaditos o repostería para

¹¹ <http://www.nafin.gob.mx/>

que logren un mejor desempeño en la organización; y en los actuales momentos existe mano de obra calificada y no calificada.

2.1.1.4. Disponibilidad de Tecnología.

Para la elaboración de las empanadas se necesitará implementos muy tradicionales como son: pailas de acero, cocinas industriales, menaje de cocina, entre otros; para mantener el sabor y la frescura de los productos y así lograr una mejor diferenciación de la competencia al fabricar las empanadas con recetas familiares y la utilización de recursos de nuestra país.

Al no necesitar de una alta tecnología todos los implementos de cocina se pueden encontrar en cualquier distribuidora de la ciudad de Quito a precios cómodos y al alcance de todos los consumidores.

2.1.1.5. Disponibilidad de Insumos y Materia Prima.

La materia prima se la puede encontrar en Supermercados, Mercados y Bodegas en el Distrito Metropolitano de Quito, además existe gran variedad de productos e insumos que se requiere para la fabricación y elaboración de las Empanadas de Maíz.

2.1.1.6. Economías de Escala.

“Se conocen como economías de escala las reducciones en los costos de operación de una planta industrial, estas reducciones se deben a incrementos en el tamaño, a aumentos en el período de operación por diversificación de la producción o bien a la extensión de las actividades empresariales, a través del uso de facilidades de organización, producción o comercialización de otras empresas.

Las economías de escala pueden ser resultado de diversos aspectos, a mayor escala se obtiene:

- ❖ Menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada
- ❖ Mayor rendimiento por persona ocupada
- ❖ Menores costos unitarios de producción
- ❖ Mejor utilización de otros insumos
- ❖ Utilización de procesos más eficientes que reducen los costos de operación.”¹²

Se prevé que durante los primeros años de creada la empresa llegar a un punto de Economías de Escala sería difícil, ya que como inicios la empresa está enfocada a satisfacer el 5% del Total de la Demanda Insatisfecha obtenida luego del Estudio de Mercado, al tiempo que no estaríamos en capacidad de realizar una producción a gran escala, lo que nos permita reducir nuestros costos fijos unitarios.

2.1.2. Capacidad de Producción.

“Capacidad de producción es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.

Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión (Ej.: Adquisición de una máquina adicional).

¹² <http://unamosapuntos.mexico.com.mx/>

Cuando una línea de producción está formada por varias máquinas o estaciones de trabajo, la capacidad de producción de la planta está determinada por la máquina o la estación más lenta (la que tenga una menor capacidad de producción).”¹³

Con los recursos humanos, financieros, infraestructura, materia prima e insumos, entre otros; que contará la fábrica de Empanadas de Maíz deberá orientarse al 5% de su demanda insatisfecha, pero a mediano plazo se lo puede hacer porque se pretende ir incrementando este porcentaje para satisfacer las necesidades de los consumidores.

2.1.2.1. Tamaño Óptimo del Proyecto.

Para lograr el tamaño del proyecto es necesario conocer que debe orientarse al 5% de la demanda insatisfecha para así lograr obtener una adecuada capacidad instalada y alcanzar un programa de producción en el se alcance a maximizar sus condiciones o formas técnicas.

2.2. Localización del Proyecto.

“El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.”¹⁴

El objetivo que persigue es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo

¹³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n>

¹⁴ <http://unamosapuntos.mexico.com.mx/>

plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa posible cambiar de domicilio

El estudio comprende la definición de criterios y requisitos para ubicar el proyecto, la enumeración de las posibles alternativas de ubicación y la selección de la opción más ventajosa posible para las características específicas del mismo

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada.

2.2.1. Macrolocalización.

“La macrolocalización consiste en la ubicación de la organización en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.”¹⁵

2.2.1.1. Justificación.

Según datos proyectados del INEC para el 2008 en la ciudad de Quito, cantón de la Provincia de Pichincha, tiene 2.093.458 habitantes con una tasa de crecimiento poblacional del 2%, por lo que en los actuales momentos en cada barrio o sector de la ciudad capital se está desarrollando la infraestructura, servicios básicos y comerciales mediante la creación de microempresas, pues la gran mayoría de quiteños están buscando nuevas fuentes de ingreso para solventar los gastos de sus familias.

¹⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n>



2.2.2. Microlocalización.

“La microlocalización es la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las Instalaciones en el terreno elegido”.¹⁶

2.2.2.1. Criterios de Selección de Alternativas.

2.2.2.1.1. Transporte y Comunicaciones.

Los productos serán entregados a los diferentes supermercados cuando la venta sea al por mayor y cuando es al por menor en el mismo local de la fábrica se podrá comercializar los productos tradicionales para así satisfacer la demanda de los consumidores. Los servicios de comunicaciones son accesibles ya sean teléfonos convencionales o móviles porque la empresa va estar ubicada en un sector urbano; y esto facilitará la comunicación permanente entre proveedores, clientes, etc.

¹⁶ <http://unamosapuntos.mexico.com.mx/>

2.2.2.1.2. Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento.

Las fuentes de abastecimiento de la materia prima se las realizará en Supermercados, Mercados y Bodegas en el Distrito Metropolitano de Quito, existe gran variedad de productos e insumos que se requiere para la fabricación o elaboración de las Empanadas de Maíz.

2.2.2.1.3. Cercanía al Mercado.

El mercado objeto de estudio es entregar productos a las distintos Supermercados; y así atender los requerimientos de los consumidores directamente en la fábrica en la zona geográfica del proyecto; otorgando productos elaborados con recetas familiares alcanzando así la diferenciación de la competencia, pues se expenderá con precios bajos, presentaciones adecuadas para el consumidor y cumpliendo con toda la normatividad que la ley exige para brindar seguridad al vender un producto garantizado.

2.2.2.1.4. Estructura Impositiva y/o Legal.

❖ Estructura Legal

Para la Creación de la Fábrica de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano Quito existen leyes, Reglamentos, Ordenanzas y Disposiciones Municipales que rigen la implementación de este tipo de empresas

Se debe seguir los siguientes pasos principales para la legalización del negocio en los que se debe obtener:

- El Registro Único de contribuyentes (RUC).
- La Patente Municipal.
- El Registro Sanitario de los productos.
- Permiso Sanitario.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.

❖ Estructura Impositiva

En la “Ley de Régimen Tributario Interno”, dice que todos aquellos impuestos que los ciudadanos del Ecuador están en la obligación de pagar al Estado Ecuatoriano son: el Impuesto del Valor Agregado (IVA), el de Renta (IR), Donaciones, Herencias, entre otros.

Con los aspectos anteriormente mencionados la empresa está en la obligación de pagar cada mes el Impuesto de Valor Agregado y el Impuesto a la Renta cada año para así lograr cumplir con todos los aspectos normativos que exige la Ley.

2.2.2.1.5. Disponibilidad de Recursos Básicos.

“La infraestructura mínima necesaria para la ubicación del proyecto está integrada por los siguientes elementos: fuentes de suministro de agua; facilidades para la eliminación de desechos; disponibilidad de energía eléctrica y combustible; servicios públicos diversos; etc.

Fuentes de suministro de agua. El agua es un insumo prácticamente indispensable en la totalidad de las actividades productivas. Su influencia como factor de localización depende del balance entre requerimientos y disponibilidad presente y futura. Ésta influencia será mínima si hay agua en cantidad y calidad requeridas en la mayor parte de las localizaciones posibles.

Disponibilidad de energía eléctrica y combustible. Éste suele ser un factor determinante en la localización industrial, ya que la mayor parte de los equipos industriales modernos utilizan energía.

Si bien es cierto que la energía eléctrica es transportable, la inversión necesaria puede no justificarse para una sola industria, debido a las tarifas elevadas para determinados propósitos industriales.

Servicios públicos diversos. Otros importantes servicios públicos requeridos son: facilidades habitacionales, caminos-vías de acceso y calles, servicios médicos, seguridad pública, facilidades educacionales, red de drenaje y alcantarillado etc.”¹⁷

La disponibilidad de servicios básicos es esencial para la marcha de un proyecto ya que en el sector de estudio cuenta con: Agua potable, Luz Eléctrica, Líneas telefónicas convencionales y celulares, Hospitales públicos y privados, Escuelas y Colegios públicos y privados, Bomberos, Policía comunitaria en cada barrio, Instituciones Financieras y además existen lugares donde comercializan gas, entre otros.

Estos servicios permitirán el buen funcionamiento de la empresa pues esto es esencial para el éxito o fracaso del proyecto.

2.2.2.1.6. Posibilidad de Eliminación de Desechos.

“Facilidades para la eliminación de desechos. Para algunas plantas industriales la disponibilidad de medios naturales para la eliminación de ciertos desechos resulta indispensable, por lo que su localización queda subordinada a la existencia de éstos medios. En determinadas áreas, los reglamentos locales y gubernamentales limitan o regulan la cantidad o la naturaleza de los desechos que pueden arrojarse a la atmósfera o a corrientes y lechos acuosos, circunstancia que puede orientar a otros posibles lugares para la localización de una determinada planta.”¹⁸

¹⁷ <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>

¹⁸ <http://www.nafin.gob.mx/>

Los desechos se depositarán en fundas industriales negras para que sean recogidas por el personal de aseo dispuesto por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en las horas y días dispuestos por este organismo.

2.2.3. Matriz Locacional.

Existe el método cualitativo por puntos, definido por el profesor Sapag, en su libro "Preparación y Evaluación de Proyectos" Pág.190, par determinar la localización más apropiada de un proyecto. Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización.

Para elaborar la matriz locacional se procedió a enumerar los factores más importantes, inmediatamente se dio pesos asignados dando una sumatoria de uno , luego se puso una calificación del uno al diez (donde el 10 es el valor más importante), después se realiza una multiplicación con cada calificación por el peso asignado y finalmente se realiza las sumas correspondientes y la que alcance mayor valor será la mejor alternativa de localización del proyecto.

2.2.3.1. Selección Alternativa Óptima.

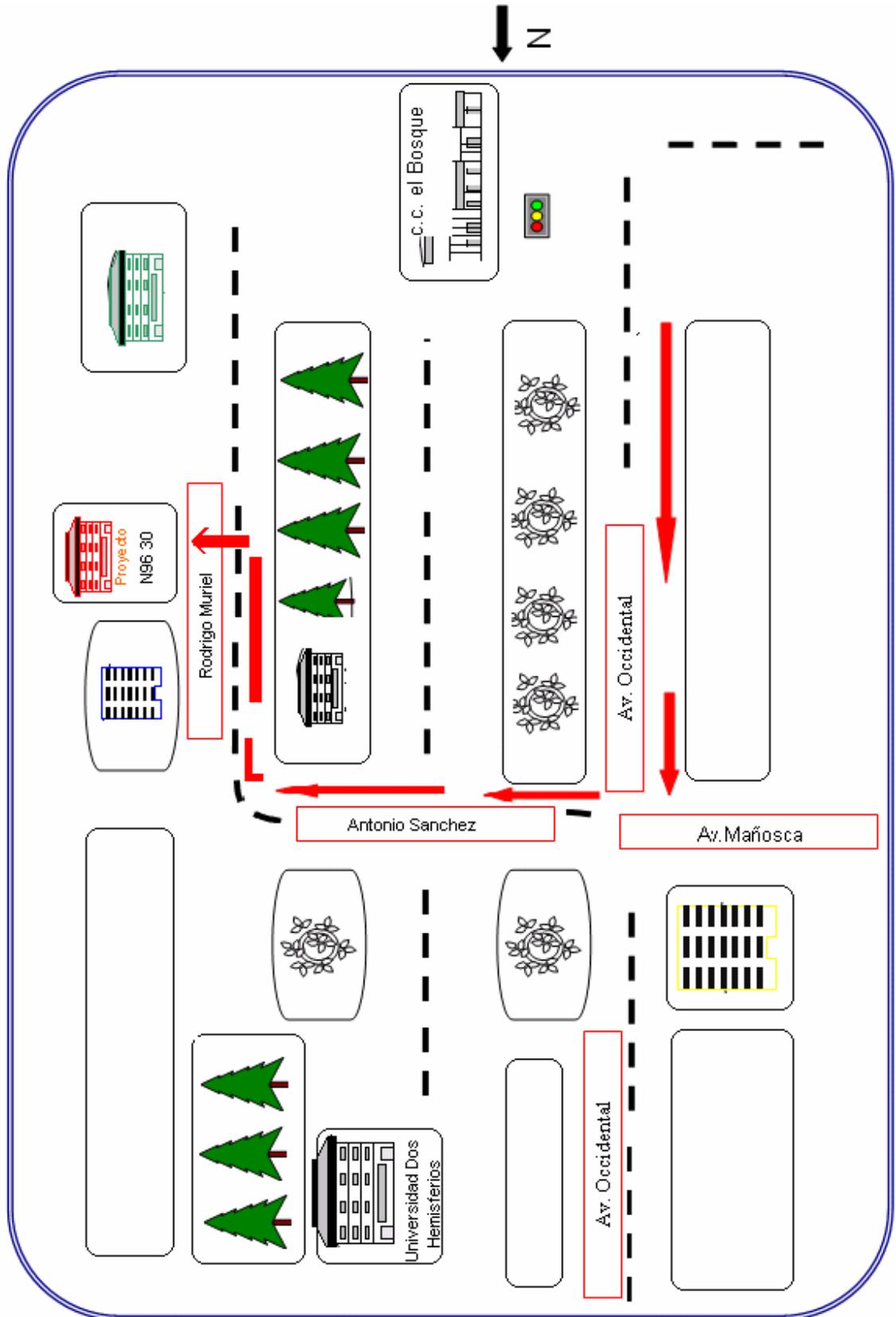
CUADRO No 40.- SELECCIÓN ALTERNATIVA ÓPTIMA

FACTORES	PESO ASIGNADO	IÑAQUITO ALTO		CALDERON	
		CALIFICACION	CALIF.PONDERADA	CALIFICACION	CALIF.PONDERADA
Materia Prima Disponible	0.26	9	2.34	7	1.82
Medios de Transporte	0.16	8	1.28	6	0.96
Mano de Obra Disponible	0.14	8	1.12	8	1.12
Servicios Básicos	0.24	8	1.92	9	2.16
Cercanía al Mercado	0.12	9	1.08	7	0.84
Medios de Comunicación	0.08	7	0.56	8	0.64
TOTAL	1		8.3		7.54

Elaborado por: Diego Velasco

Al realizar la matriz locacional se selecciona a la que mayor puntaje haya obtenido como es el barrio de Iñaquito Alto donde existe mayor posibilidad de adquirir la materia prima y la cercanía al mercado objeto de estudio es la más adecuada para el cumplimiento de los objetivos de la implantación de la empresa de confites tradicionales.

2.2.3.2. Plano de Microlocalización.



2.3. Ingeniería del Proyecto.

“El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”¹⁹.

“La temática se centra en los aspectos de compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos que permiten la operación de la empresa. Para una consistente definición de la Ingeniería del Proyecto se debe estar de acuerdo en la existencia de etapas de la ingeniería, ya que desde que ocurre la idea de elaborar un producto hasta la definición de su proceso de producción, siempre hay que realizar diferentes estudios, investigaciones e intentos preliminares”²⁰.

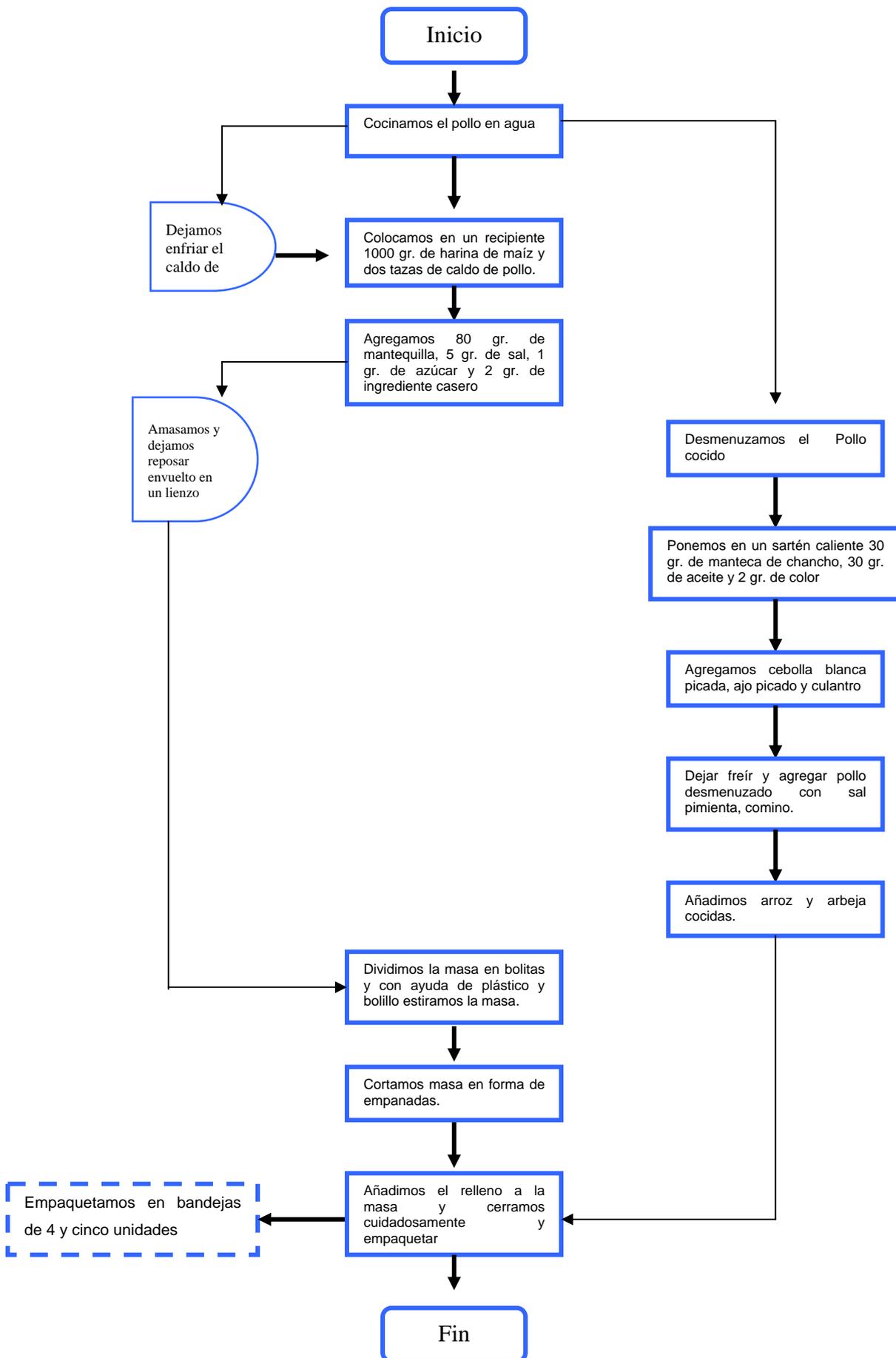
2.3.1. Proceso de Producción del Producto.

2.3.1.1. Diagramas de Flujo.

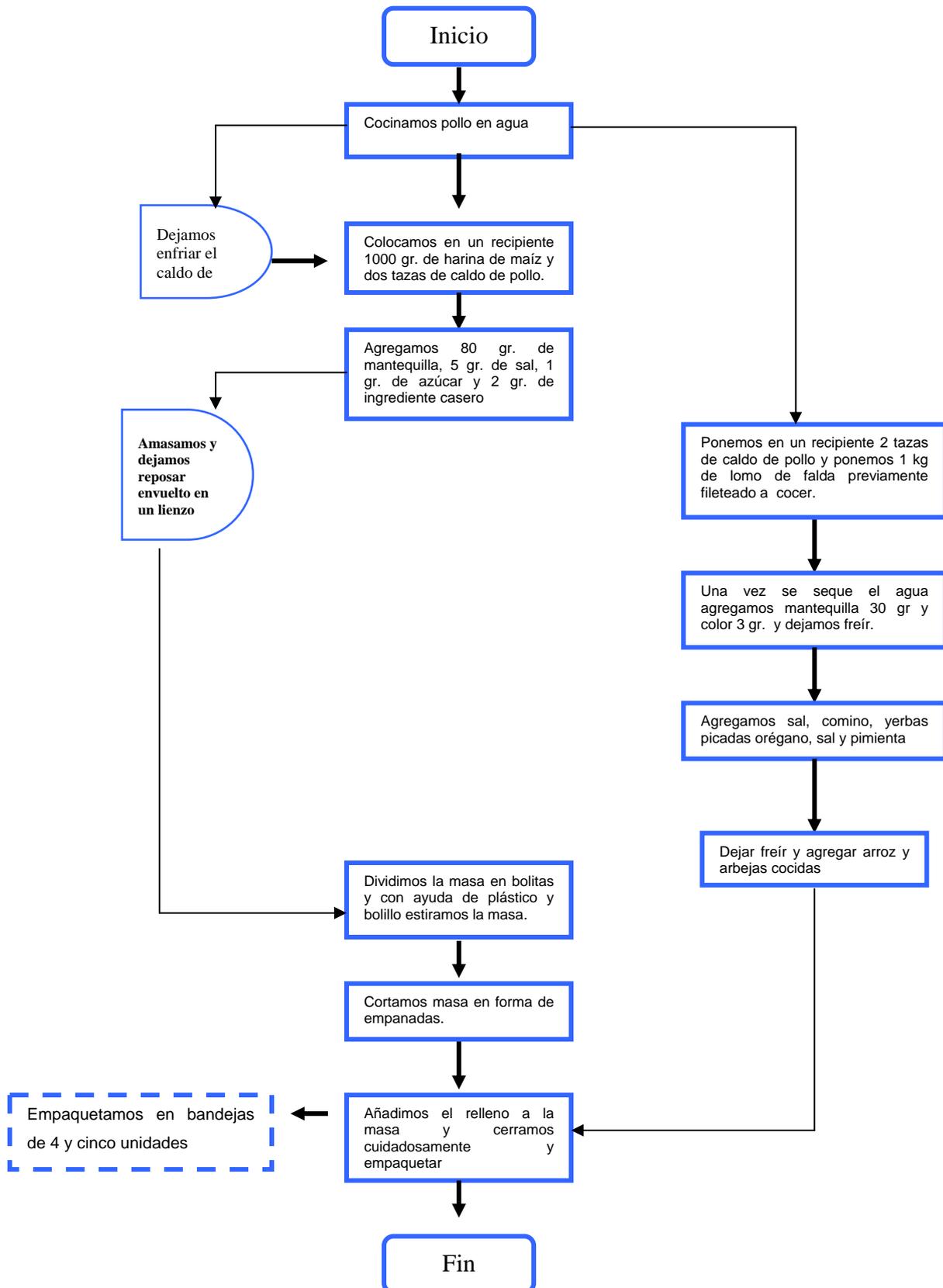
¹⁹ http://www.uca.edu.sv/deptos/dae/estudio_tecnico_en_la_formulacion_de_proyectos.

²⁰ Diseño y Evaluación de Proyectos. Econ. Edilberto Meneses Álvarez

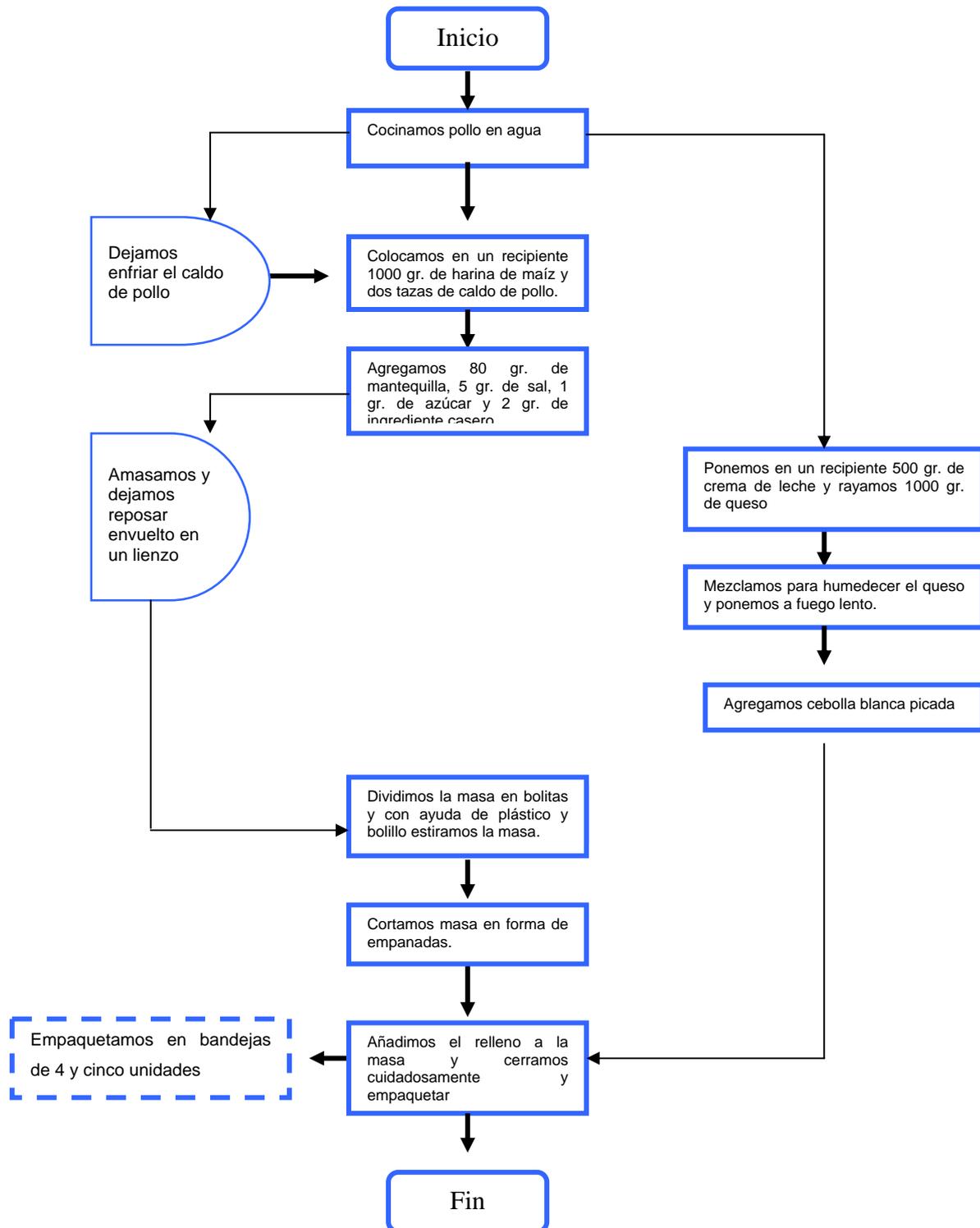
Producto → Empanadas de Pollo



Producto → Empanadas de Carne



Producto → Empanadas de Queso



2.3.1.2. Requerimiento de Mano de Obra.

La empresa de Empanadas de Maíz iniciará sus actividades con siete personas divididas en las siguientes funciones:

- ❖ Personal Administrativo:
Administrador.
- ❖ Mano de Obra Directa:
Cocineros
Empacador
- ❖ Mano de Obra Indirecta:
Vendedor
Cajero

Se contratará a un contador externo (CBA) quien elaborará los respectivos balances para la presentación de las diferentes instituciones de control.

CUADRO No 41.- REQUERIMIENTO MANO DE OBRA

Cargos del Personal	No.- de Personas	SUELDO	Sueldo Y Beneficios Sociales Mensuales	Costo Total Anual
Administrador	1	400	531,93	6.383,20
Cocinero	2	400	531,93	6.383,20
Vendedores	1	200	282,63	3.391,60
Empacador	1	200	282,63	3.391,60
Cajero	1	200	200,00	2.400,00
Contador Externo	1	150	150,00	1.800,00
Total		1.550	1.979,12	23.749,60

Elaborado por: Diego Velasco

2.3.1.3. Requerimiento de Maquinaria.

La maquinaria e implementos con los que contará la empresa serán los siguientes:

CUADRO No 42.- REQUERIMIENTO MAQUINARIA

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Valor	Total
Cocina industrial en acero inox.	1	217,00	217,00
Campana Extractora olores	1	146,01	146,01
Congelador 15 pies	1	669,07	669,07
Vitrina Congelador 12 pies	1	852,01	852,01
Tanques de gas	6	35,87	215,22
Menaje de Cocina	1	244,82	244,82
Pailas	3	56,20	168,60
Ollas	3	114,16	342,48
Balanzas	2	29,33	58,66
Empaquetadora	1	199,34	199,34
Repuestos y Accesorios			1000,00
Total			4.113,21

Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 43

Equipo de Computación y Almacén	Cantidad	Valor	Total
Equipo de Computación	1	784,45	784,45
Teléfono	2	72,66	145,32
Caja Registradora	1	392,00	392,00
Calculadoras	2	8,00	16,00
Fax	1	127,07	127,07
Total			1.464,84

Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 44

Adecuaciones	UNIDADES	COSTO
Oficina	1	650,00
Galpón	1	710,00
Bodega General	1	950,00
Total		2.310,00

Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 45

Muebles y Enseres	Cantidad	Valor	Total
Escritorio	1	230,00	230,00
Escritorio Pequeño	1	50,00	50,00
Mesa	3	80,00	240,00
Papelera	3	18,00	54,00
Anaqueles	1	125,00	125,00
Sillón Oficina	1	140,00	140,00
Sillones	2	135,00	270,00
Total			1.109,00

Elaborado por: Diego Velasco

2.3.1.4. Cálculo de Requerimiento de Materia Prima, Insumos, etc.

- **Materia Prima Actual**

Para el requerimiento de Materia Prima se tomó en consideración el número de empanadas obtenido en el Cálculo de la Demanda Insatisfecha por atender, el cual nos dio como resultado 194.643 Empanadas, a la vez de considerarse la información de la Investigación de Mercado la que dio los porcentajes de la preferencia de las personas por cada uno de los rellenos a ofrecerse por la Empresa dando como resultado el número de Empanadas a producirse para cada uno de los tres rellenos como se muestra el CUADRO No.46

Preferencia de los Rellenos de Empanadas

CUADRO No 46

AÑO 2009		
RELLENO	PORCENTAJE DE PREFERENCIA	NUMERO A PRODUCIR
POLLO	36,10%	70.266
CARNE	34,70%	67.541
QUESO	29,20%	56.836
	TOTAL	194.643

Elaborado: Diego Velasco

Fuente: Investigación de Mercado

Se tomó como punto de partida la cantidad de 60 Empanadas para la estimación de la cantidad de materia prima necesaria, luego se realizó una proyección para calcular el total, es importante el costo de cada uno de los productos esta considerado el precio de mercado de estos.

Empanadas de Pollo Año 2009

CUADRO No 47

Producto	UNID	Valor Unit. (USD)	Cantidad	Cantidad Anual	Valor Anual Total(USD)
Harina de Maíz	KG	1,450	1,00	1225,80	1777,41
Pollo	KG	3,000	1,00	1225,80	3677,39
Arveja	KG	1,100	0,10	122,58	134,84
Arroz	KG	0,980	0,10	122,58	120,13
Mantequilla	KG	3,500	0,80	98,06	343,22
Sal	KG	0,420	0,005	6,13	2,57
Azúcar	KG	0,900	0,001	1,23	1,10
Especias	KG	0,300	0,001	1,23	0,37
Agua	LIT	0,001	0,50	612,90	0,59
Total			60 Empanadas	70.266 Empanadas	6057,63

Elaborado por: Diego Velasco

Empanadas de Carne Año 2009

CUADRO No 48

Producto	UNID	Valor Unit. (USD)	Cantidad	Cantidad Anual	Valor Anual Total(USD)
Harina de Maíz	KG	1,450	1,00	1173,88	1702,12
Punta de Cadera	KG	4,730	1,00	1173,88	5552,44
Arveja	KG	1,100	0,10	117,39	129,13
Arroz	KG	0,980	0,10	117,39	115,04
Mantequilla	KG	3,500	0,80	93,91	328,69
Sal	KG	0,420	0,005	5,87	2,47
Azúcar	KG	0,900	0,001	1,17	1,06
Especies	KG	0,300	0,000	1,17	0,35
Agua	LIT	0,001	0,50	586,94	0,57
Total			60 Empanadas	67.541 Empanadas	7831,86

Elaborado por: Diego Velasco

Empanadas de Queso Año 2009

CUADRO No 49

Producto	UNID	Valor Unit. (USD)	Cantidad Anual	Valor Anual Total(USD)
Harina de Maíz	KG	1,450	995,93	1444,10
Queso	KG	1,650	995,93	1643,28
Crema de Leche	KG	3,000	99,59	298,78
Sal	KG	0,420	4,98	2,09
Azúcar	KG	0,900	1,00	0,90
Especies	KG	0,300	1,00	0,30
Agua	LIT	0,001	497,96	0,48
Total			56.836 Empanadas	3389,92

Elaborado: Diego Velasco

CUADRO No 50.- REQUERIMIENTO MATERIA PRIMA AÑO 2009

Producto	UNID	Valor Unit. (USD)	Cantidad Anual	Valor Anual Total(USD)
Harina de Maíz	KG	1,450	3395,60	4923,62
Pollo	KG	3,000	1225,80	3677,39
Punta de Cadera	KG	4,730	1173,88	5552,44
Queso	KG	1,650	995,93	1643,28
Crema de Leche	KG	3,000	99,59	298,78
Arveja	KG	1,100	239,97	263,96
Arroz	KG	0,980	239,97	235,17
Mantequilla	KG	3,500	191,97	671,91
Sal	KG	0,420	16,98	7,13
Azúcar	KG	0,900	3,40	3,06
Especias	KG	0,300	3,40	1,02
Agua	LIT	0,001	1697,80	1,65
Total				17.279,44

Elaborado por: Diego Velasco

- **Materia Prima Proyectada.**

Para realizar la proyección de requerimiento de Materia Prima se consideró la preferencia por cada uno de los relleno, según información obtenida en la Investigación de Mercado dando como resultado el CUADRO No 51.

CUADRO No 51

	DEMANDA POR ATENDER	EMPANADAS A PRODUCIR		
		POLLO	CARNE	QUESO
AÑO 2009	194.643	70.266	67.541	56.836
AÑO 2010	198.969	71.828	69.042	58.099
AÑO 2011	203.152	73.338	70.494	59.320
AÑO 2012	207.423	74.880	71.976	60.568
AÑO 2013	211.784	76.454	73.489	61.841

Elaborado: Diego Velasco

Fuente: Investigación de Mercado

Acogiendo la información del CUADRO 51 se ha procedido a realizar la proyección para el requerimiento de materia prima hasta el año 2013, tanto en unidades como en dólares

**Proyección de Requerimiento Materia Prima para Empanadas
de Pollo Año 2013**

CUADRO No 52

REQUERIMIENTO EN UNIDADES						
Producto	UNID	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Harina de Maíz	KG	1.225,80	1.238,06	1.250,44	1.262,94	1.275,57
Pollo	KG	1.225,80	1.238,06	1.250,44	1.262,94	1.275,57
Arveja	KG	122,58	123,81	125,04	126,29	127,56
Arroz	KG	122,58	123,81	125,04	126,29	127,56
Mantequilla	KG	98,06	99,04	100,03	101,04	102,05
Sal	KG	6,13	6,19	6,25	6,31	6,38
Azúcar	KG	1,23	1,24	1,25	1,26	1,28
Especias	KG	1,23	1,24	1,25	1,26	1,28
Agua	LIT	612,90	619,03	625,22	631,47	637,78

Elaborado por: Diego Velasco

Se calculó el total de Materia Prima iniciando desde el año 2009 hasta el año 2013 como podemos ver en el CUADRO No.52 en el que se muestra el Requerimiento de cada uno de los Ingredientes necesarios para producir las Empanadas de Pollo, pero también se ha establecido el Requerimiento en dólares, para adquirir la materia Prima como se detalla en el CUADRO No.53.

Proyección de Requerimiento en Dólares

CUADRO No 53

REQUERIMIENTO EN DOLARES (USD)					
Producto	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Harina de Maíz	1.777,41	1.795,18	1.813,13	1.831,26	1.849,58
Pollo	3.677,39	3.714,17	3.751,31	3.788,82	3.826,71
Arveja	134,84	136,19	137,55	138,92	140,31
Arroz	120,13	121,33	122,54	123,77	125,01
Mantequilla	343,22	346,66	350,12	353,62	357,16
Sal	2,57	2,60	2,63	2,65	2,68
Azúcar	1,10	1,11	1,13	1,14	1,15
Especias	0,37	0,37	0,38	0,38	0,38
Agua	0,59	0,60	0,61	0,61	0,62
Total	6.057,63	6118,21	6179,39	6241,19	6303,60

Elaborado: Diego Velasco

**Proyección de Requerimiento Materia Prima para Empanadas
de Carne Año 2013**

CUADRO No 54

		REQUERIMIENTO EN UNIDADES				
Producto	UNID	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Harina de Maíz	KG	1.173,88	1.185,62	1.197,47	1.209,45	1.221,54
Lomo de Falda	KG	1.173,88	1.185,62	1.197,47	1.209,45	1.221,54
Arveja	KG	117,39	118,56	119,75	120,94	122,15
Arroz	KG	117,39	118,56	119,75	120,94	122,15
Mantequilla	KG	93,91	94,85	95,80	96,76	97,72
Sal	KG	5,87	5,93	5,99	6,05	6,11
Azúcar	KG	1,17	1,19	1,20	1,21	1,22
Especies	KG	1,17	1,19	1,20	1,21	1,22
Agua	LIT	586,94	592,81	598,74	604,72	610,77

Elaborado: Diego Velasco

Se ha calculado el total de Materia Prima hasta el año 2013 como podemos ver en el CUADRO No.54 en el que se muestra el Requerimiento de cada uno de los Ingredientes necesarios para producir las Empanadas de Carne, pero también se ha establecido el Requerimiento en dólares, para adquirir la materia Prima como se detalla en el CUADRO No.55.

Proyección de Requerimiento en Dólares

CUADRO No 55

		REQUERIMIENTO EN DOLARES (USD)				
Producto		AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Harina de Maíz		1.702,12	1.719,14	1.736,34	1.753,70	1.771,24
Pollo		5.552,44	5.607,97	5.664,05	5.720,69	5.777,89
Arveja		129,13	130,42	131,72	133,04	134,37
Arroz		115,04	116,19	117,35	118,53	119,71
Mantequilla		328,69	331,97	335,29	338,65	342,03
Sal		2,47	2,49	2,51	2,54	2,57
Azúcar		1,06	1,07	1,08	1,09	1,10
Especies		0,35	0,36	0,36	0,36	0,37
Agua		0,57	0,58	0,58	0,59	0,59
Total		7831,87	7910,19	7989,29	8069,19	8149,88

Elaborado: Diego Velasco

**Proyección de Requerimiento Materia Prima para Empanadas
de Queso Año 2013**

CUADRO No 56

REQUERIMIENTO EN UNIDADES						
Producto	UNID	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Harina de Maíz	KG	995,93	1.005,89	1.015,95	1.026,11	1.036,37
Queso	KG	995,93	1.005,89	1.015,95	1.026,11	1.036,37
Crema de Leche	KG	99,59	100,59	101,59	102,61	103,64
Sal	KG	4,98	5,03	5,08	5,13	5,18
Azúcar	KG	1,00	1,01	1,02	1,03	1,04
Especias	KG	1,00	1,01	1,02	1,03	1,04
Agua	LIT	497,96	502,94	507,97	513,05	518,18

Elaborado: Diego Velasco

Se ha calculado el total de Materia Prima para los cinco primeros años como podemos ver en el CUADRO No.56 en el que se muestra el Requerimiento de cada uno de los Ingredientes necesarios para producir las Empanadas, pero también se ha establecido el Requerimiento monetario en dólares, necesarios para adquirir la materia Prima como se detalla en el CUADRO No.57.

Proyección de Requerimiento en Dólares

CUADRO No 57

REQUERIMIENTO EN DOLARES (USD)					
Producto	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Harina de Maíz	1.444,10	1.458,54	1.473,12	1.487,85	1.502,73
Queso	1.643,28	1.659,71	1.676,31	1.693,07	1.710,00
Crema de Leche	298,78	301,77	304,78	307,83	310,91
Sal	2,09	2,11	2,13	2,15	2,18
Azúcar	0,90	0,91	0,91	0,92	0,93
Especias	0,30	0,30	0,30	0,31	0,31
Agua	0,48	0,49	0,49	0,50	0,50
Total	3.389,92	3.423,82	3.458,06	3.492,64	3.527,57

Elaborado: Diego Velasco

CUADRO No 58.- SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS

Suministros, Servicios y otros gastos	UNIDAD	precio	AÑOS				
			UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Fijo: Consumo de agua	mensual	25,000	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Fijo: Consumo de energía	mensual	30,000	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Fijo: Consumo telefónico e Internet	mensual	20,000	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Fijo: Combustibles	mensual	30,000	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Fijo: Arriendo instalaciones	mensual	350,000	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Fijo: Útiles de oficina y limpieza	mensual	30,000	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Costo variable :Agua para producción	m3	0,994	300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
Energía (CON ADICIONALES)	Kw/h	0,080	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
Etiquetas	etiqueta	15,000	38,00	38,38	38,76	39,15	39,54
Bandejas	bandeja	5,000	22,00	22,22	22,44	22,67	22,89
			Requerimiento monetario Valor en Dólares				
Suministros, Servicios y otros gastos	Precio Unit.		AÑOS				
			UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Fijo: Consumo de agua	25,000		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Fijo: Consumo de energía	30,000		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Fijo: Consumo telefónico e Internet	20,000		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Fijo: Combustibles	30,000		720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Fijo: Arriendo instalaciones	350,000		4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Fijo: Útiles de oficina y limpieza	30,000		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Costo variable :Agua para producción	0,994		298,31	301,30	304,31	307,35	310,43
Energía (CON ADICIONALES)	0,080		28,80	29,09	29,38	29,67	29,97
Etiquetas	15,000		570,00	575,70	581,46	587,27	593,14
Bandejas	5,000		110,00	111,10	112,21	113,33	114,47
Total suministros y servicios			7.187,11	7.197,18	7.207,36	7.217,63	7.228,01

Elaborado por: Diego Velasco

2.3.1.5. Estimación de las Inversiones

Se ha hecho una estimación de las inversiones la cuales de \$ 35.803,12 considerando Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo el que se calculo para tres meses, como se muestra en CUADRO 59.

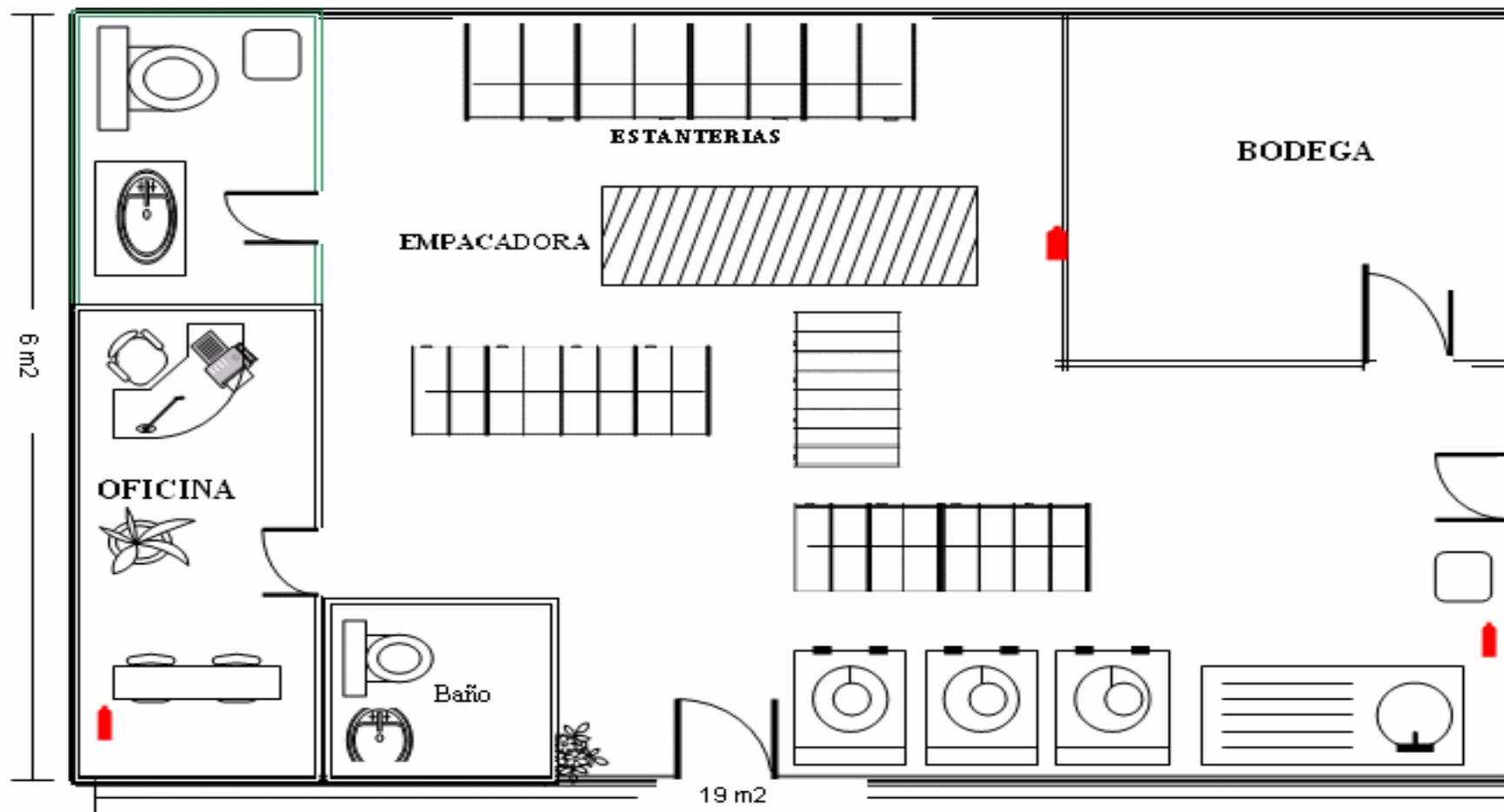
CUADRO No.59

Estimación de la Inversión		
Activos Fijos	Valor	Total
Maquinaria y Equipo	4.113,21	
Vehículo	11.000,00	
Equipo de Computación y Almacén	1.464,84	
Muebles y Enseres	1.109,00	
Adecuaciones	2.310,00	
Total Activos Fijos		19.997,05
Activos Diferidos	Valor	Total
Investigación y Estudio	800,00	
Gasto de Constitución	2.000,00	
Gasto de Organización	800,00	
Total Activos Intangibles		3.600,00
Capital de Trabajo	Valor	Total
Materiales Directos	4.339,44	
Mano de Obra Directa e Indirecta	6.096,23	
Suministros y Servicios	1.796,78	
Total del Capital de Trabajo		12.232,44
Total de las Inversiones		35.829,49

Elaborado por: Diego Velasco

Del total de la Estimación en Inversiones, los Activos Fijos representa el 55,81%, los Activos Diferidos representan el 10,05% y el Capital de Trabajo el 34,14%

2.3.2. Distribución en Planta de la Maquinaria y Equipo.



2.3.3. Calendario de Ejecución del Proyecto.

CUADRO No 60.- CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

ACTIVIDADES	Tiempo en Meses							
	Seis	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Siete
Elaboración del Proyecto								
Contacto con Proveedores								
Trámites en el Banco								
Obtener el R.U.C.								
Obtener el permiso de funcionamiento en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito								
Permiso Sanitario								
Permiso de los Bomberos								
Crédito Aprobado								
Compra de Maquinaria								
Compra de Materia Prima								
Requerimiento de Personal								
Capacitación del Personal								
Pruebas de Degustación								
Inicio de Actividades								

Elaborado por: Diego Velasco

2.4. Aspectos Ambientales.

2.4.1. Legislación Vigente.

En la Constitución de la República del Ecuador se creó un artículo para la conservación y protección del medio ambiente y es el siguiente:

“Art. 86.- El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.

Se declaran de interés público y se regularán conforme a la ley:

La preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país.

La prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos naturales y los requisitos que para estos fines deberán cumplir las actividades públicas y privadas.

El establecimiento de un sistema nacional de áreas naturales protegidas, que garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de los servicios ecológicos, de conformidad con los convenios y tratados internacionales”.²¹

Además existen otras leyes que se debe regir en varias instituciones públicas como es la del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito que de acuerdo a la ordenanza metropolitana N.- 0118 es obligación cada año sacar el “Permiso Sanitario de Funcionamiento” en la cual rige a parte de realizarse los exámenes médicos de rutina, se debe capacitar en “Buenas Prácticas de Manipulación Higiénica de Alimentos” para garantizar que los productos que se van a comercializar estén en buen estado y cumplan con la normatividad que exigen las leyes del país.

²¹ www.ecuaworld.com.ec/ecuador_constitucion.htm

De acuerdo a las disposiciones del art. 35 de la “Ley de la Defensa contra Incendios” es necesario sacar este certificado de funcionamiento cada año para lograr proteger de mejor manera a la empresa en caso de suceder algún incidente innecesario y tener todo el equipo e implementos contra incendios.

2.4.2. Medidas de Mitigación.

Las medidas de mitigación que la empresa debe realizar son las siguientes:

Al elaborar las Empanadas se tomará en cuenta todas las seguridades externas (vidrios, plásticos, fundas, etc.) para evitar que el smog de los vehículos contamine a las Empanadas de Maíz y así garantizar su sabor y frescura.

Revisar periódicamente las instalaciones de gas para impedir que exista alguna fuga que provoque un incendio.

Realizar el aseo permanente de la empresa y llevar uniformes adecuados para la elaboración de los productos y así evitar que se contaminen los productos para cumplir con toda la normatividad que exige el reglamento sanitario.

Almacenar la materia prima en bodegas que no sean húmedas, es decir que los lugares de almacenamiento deben estar en buenas condiciones.

CAPÍTULO III
LA EMPRESA Y SU
ORGANIZACIÓN

CAPÍTULO III LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1. La Empresa.

3.1.1. Nombre o Razón Social.

La Razón Social de la empresa tomará el nombre de Diego Andrés Velasco Álvarez “Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada” para lograr identificar a la empresa y poder realizar transacciones comerciales cumpliendo con la normatividad que exigen las leyes del país, por lo tanto el nombre comercial de la Fábrica de Empanadas de Harina de Maíz en el Distrito Metropolitano de Quito se llamará:



EMPAMAÍZ E.U.R.L será el nombre de la Fábrica y se ha elegido el Slogan de las Empanadas de Harina de Maíz “COMO HECHAS EN CASA”

3.1.2. Titularidad de Propiedad de la Empresa.

“Cuando se constituye legalmente una empresa, es importante tomar en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

- El número de socios que desean iniciar el negocio.
- La cuantía del capital social (aportaciones por socio)
- Las responsabilidades que se adquieren frente a terceros
- Los gastos de constitución de la empresa
- Los trámites a realizar para implantarla legalmente
- Las obligaciones fiscales que se deberán afrontar
- Las diferentes obligaciones labores que se adquieren”²²

La empresa de Empanadas de Harina de Maíz funcionará como empresa unipersonal de acuerdo al Registro Oficial N.- 196 del 26 de enero del 2006.

En el artículo uno menciona que toda persona natural con capacidad legal puede realizar actos de comercio en cualquier actividad económica que no este prohibida por la ley. Se adjunta información en **ANEXO 3.**

Para constituir la empresa unipersonal se debe seguir los siguientes pasos:

- ❖ Abrir una “Cuenta de Integración de Capital” en un banco a favor de la empresa.

²² ALCARAZ Rafael: El Emprendedor de Éxito, segunda edición, 2001, México, Editorial McGraw-Hill

- ❖ El Representante Legal deberá acudir donde un notario para realizar una escritura pública de constitución.
- ❖ Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el Representante Legal se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.
- ❖ Cumpliendo con los requerimientos de ley el funcionario de lo civil debe hacer una publicación en algún medio de mayor aceptación del país acerca de la constitución de la empresa.
- ❖ Si existiere alguna persona que se opusiera para la constitución de la empresa tiene un plazo de 20 días para dar a conocer su desacuerdo.
- ❖ El juez de lo civil autorizará la legalidad de la empresa y permitirá que el gerente- propietario inscriba en el Registro Mercantil, para que después realice todo los trámites que exige la ley.

- **Tipo de Empresa (Sector/Actividad).**

“El tipo de empresa (giro) es el objetivo u ocupación principal de una empresa. Existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar:

- **Comercial:** Se dedica fundamentalmente a la compraventa de un producto determinado.
- **Industrial:** Toda empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.
- **Servicios:** Las empresas que ofrezcan un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro”.²³

²³ ALCARAZ Rafael: El Emprendedor de Éxito, segunda edición, 2001, México, Editorial McGraw-Hill

Por lo anotado anteriormente la actividad de la Empresa de Empanadas de Harina de Maíz es una actividad netamente industrial.

El sector en cual se encuentra ubicado el proyecto según el Sector es la Industria Manufacturera y Sub-sector Elaboración y Productos Alimenticios y Bebidas:

CUADRO No 61

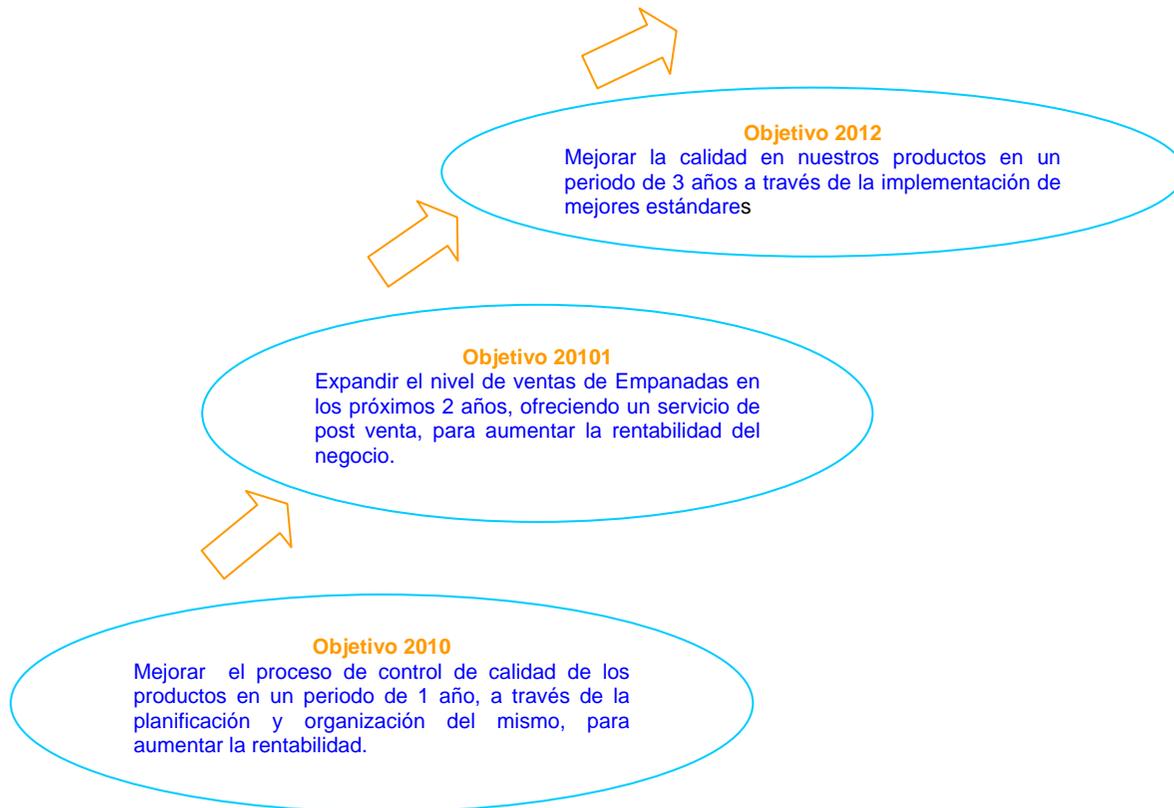
CODIGO	SECTOR
D	INDUSTRIA MANUFACTURERA
15	Elaboración de productos alimenticios y bebidas.
154	Elaboración de productos alimenticios n.c.p.
15419	Elaboración de productos de panadería n.c.p. (Inclusive la elaboración de churros, pre-pizzas, masas fritas. Etc. en establecimientos de hasta 10 ocupados inclusive)

Fuente: Código Industrial Internacional Uniforme (CIU).

3.2. Base Filosófica de la Empresa.

3.2.1. Visión.

La visión representa como la organización se va a proyectar en el futuro a través de las metas y valores de cada miembro que conforma la empresa.



VISIÓN 2013

“Ser la empresa líder en el Distrito Metropolitano de Quito entregando productos de buena calidad, con responsabilidad, ética, puntualidad y profesionalismo; a través del mejoramiento continuo”.

3.2.2. Misión.

"La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades; por tanto, es aquello que todos los que componen la empresa u organización se sienten impelidos a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión del empresario o de los ejecutivos, y por ello, la misión es el marco de referencia que orienta las acciones, enlaza lo deseado con lo posible, condiciona las actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas".²⁴

Se debe considerar algunos aspectos básicos para elaborar la misión y son los siguientes:

❖ **A que se dedicará la empresa:**

La empresa se dedicará a la fabricación y comercialización de Empanadas de Harina de Maíz.

❖ **Productos y/ o servicios que genera:**

Empanadas de Harina de Maíz: con relleno de Carne; Pollo y Queso.

❖ **Mercado que satisface:**

Mayoristas: Supermercados del Distrito Metropolitano de Quito.

Minoristas: Consumidor Final

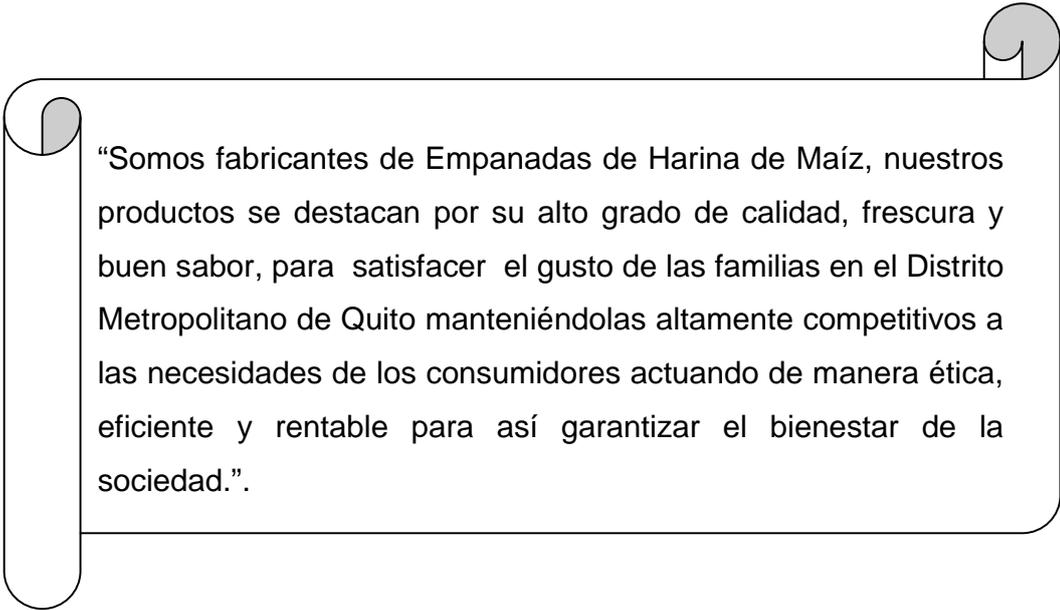
❖ **Compromiso social:**

Ofrecer Empanadas de Harina de Maíz frescos y de buena calidad.

²⁴ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>

Otorgar productos que tengan diferentes presentaciones, de acuerdo a las preferencias y necesidades de los clientes para así lograr ser más productivos.

MISIÓN



“Somos fabricantes de Empanadas de Harina de Maíz, nuestros productos se destacan por su alto grado de calidad, frescura y buen sabor, para satisfacer el gusto de las familias en el Distrito Metropolitano de Quito manteniéndolas altamente competitivos a las necesidades de los consumidores actuando de manera ética, eficiente y rentable para así garantizar el bienestar de la sociedad.”.

3.2.3. Objetivos Estratégicos.

1. Mejorar el proceso de control de calidad de los productos en un periodo de 1 año, a través de la planificación y organización del mismo, para aumentar la rentabilidad.
2. Expandir el nivel de ventas de Empanadas en los próximos 2 años, ofreciendo un servicio de post venta, para aumentar la rentabilidad del negocio.
3. Mejorar la calidad en nuestros productos en un periodo de 3 años a través de la implementación de mejores estándares

4. Implementar una cultura de mejora continua en la organización en un período de 4 años, a través de la capacitación continua del personal, para obtener una ventaja competitiva ante la industria.

3.2.4. Estrategia Empresarial.

- ❖ Las estrategias que la empresa va a emplear son las siguientes:
La estrategia de Diferenciación que se utilizará será a través de la elaboración y comercialización de productos tradicionales o típicos de la ciudad de Quito en la preparación pues se utilizará recetas familiares para lograr obtener una mejor ventaja competitiva y así satisfacer las necesidades de los consumidores.
- ❖ Se empleará la estrategia de Liderazgo en precios porque se ofrecerá Empanadas de Harina de Maíz a precios competitivos, se realizará descuentos cuando la compra sea al por mayor, se ofrecerá degustaciones del producto para que sea más conocido y exista mayores ventas y así lograr obtener una mayor producción y una buena participación del mercado.
- ❖ La estrategia de liderazgo en precios permitirá que existan más consumidores que adquieran el producto, ya sea al por menor o al por mayor.
- ❖ A los miembros de la organización se les debe incentivar a través de comisiones adicionales, reconocimientos por las ventas realizadas, hacer que formen parte de las decisiones que la empresa tome para así hacerles sentir parte de la misma.

Principios y Valores.

“Los valores son principios intangibles que son una reflexión de las necesidades de la gente, ajustadas por la realidad del mundo en el que vive”²⁵.

Los principios y valores dan un sentido ético y noble a la actividad de la empresa, comprometiendo a todo el personal a una cultura corporativa por medio del cumplimiento de los mismos.

VALORES

HONESTIDAD.- Al realizar cada una de las actividades, priorizando el imprescindible cuidado de los intereses de clientes y demás personas que hacen parte de la empresa.

CREATIVIDAD.- Como la herramienta que nos permite mejorar constante e incesantemente, satisfaciendo las necesidades no manifestadas y beneficiar a clientes.

RESPONSABILIDAD.- Con el manejo de material, insumos y demás actividades que la empresa maneja.

LEALTAD.- Con el compromiso de cumplir con las expectativas de clientes y exigencias del mercado.

²⁵ STATON, ETZEL, WALTER: Fundamentos de Marketing, Edición 11, 2001, Editorial McGrawHill

CREDIBILIDAD.- Como fortaleza empresarial que garantiza la seguridad de la inversión de clientes en nuestra gestión.

PRINCIPIOS

“Expresan la posición ética de la empresa y las responsabilidades hacia los grupos implicados (proveedores, accionistas, clientes, consumidores, competencia, comunidad... etc.) que asume la empresa. Con frecuencia, los principios sirven como referencia para las compañías que desean una cultura corporativa coherente.”²⁶

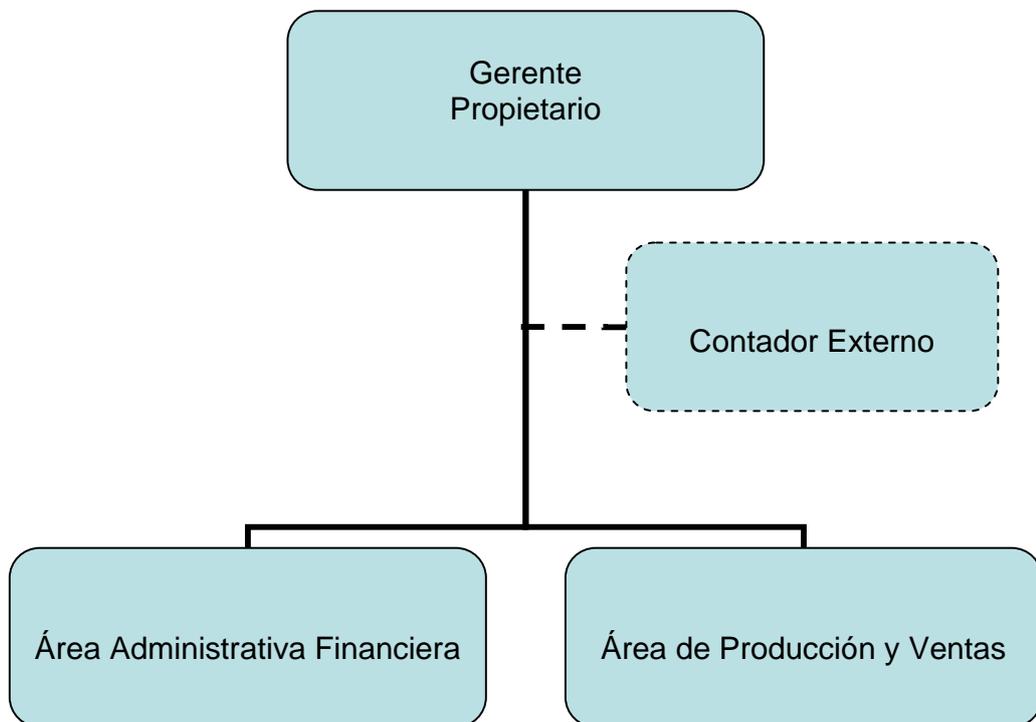
- Transparencia y comunicación franca y leal además del respeto mutuo, como directrices del accionar.
- Sana competencia y fiel cumplimiento de las disposiciones legales vigentes.
- Mantener como referencias continuas para la toma de decisiones, la satisfacción del cliente tanto externo como interno y la orientación a resultados.
- Desarrollo e Implementación de sistemas para mejorar el servicio al cliente, la productividad interna y las interacciones del mercado.

²⁶ Principios Fundamentales de la Etica Empresarial

- Capacitación para incrementar la capacidad competitiva de las personas logrando competitividad.

3.3. Organización Administrativa.

3.3.1. Organigrama Estructural.



3.3.2. Descripción de Funciones.

Funciones del Gerente Propietario

Estará a cargo del Gerente Propietario, el cual será el delegado de la planificación, organización, dirección, control y evaluación de las operaciones que ejecuta la empresa para cumplir con los objetivos que se han trazado; así como de mantener un clima laboral favorable en la empresa y tomar cada una de las decisiones que sean necesarias para llevar a cabo en forma eficiente la producción y comercialización de Empanadas de Harina de Maíz, analizando cada uno de los factores internos y externos que influyen en el correcto desarrollo de la empresa.

Funciones del Área Administrativa Financiera:

Frente a ésta unidad administrativa quién estará a cargo de la misma será la cajero/a de la empresa cuyas funciones serán:

- Reportar periódicamente las actividades a la gerencia.
- Llevar la nómina del personal y realizar todas aquellas actividades que se relacionen con el IESS, SRI, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, entre otras instituciones públicas y privadas.
- Llevará un registro de ingresos y egresos de materia prima, insumos, suministros y materiales para la empresa.
- Se encargará de recibir el dinero y realizará los respectivos balances diarios de la empresa.

Funciones del Área de Producción y de Ventas

- ❖ Llevarán un registro de entrada y salida de los insumos.
- ❖ Seleccionarán y clasificarán la materia prima y los demás insumos que se requieran para la elaboración de los productos.
- ❖ Producción de Empanadas de Harina de Maíz con rellenos de Carne, Pollo y Queso.
- ❖ Empacar los productos en sus respectivas presentaciones.
- ❖ Actualizar los proveedores de materia prima e insumos de materiales así como de clientes actuales y potenciales.
- ❖ Seguimiento periódicamente a los clientes

Funciones del Contador Externo:

- ❖ Realizar la presentación mensual de Declaraciones de Impuestos, los que tenga obligación con el SRI.
- ❖ Presentación de información pertinente a obligaciones con demás organismos bajo los cuales este la empresa controlada.
- ❖ Seguimiento de Gastos e Ingresos, Mensual.
- ❖ Presentación de Balances Mensuales.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO

4.1. Presupuestos.

“Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Funciones de los presupuestos

- ❖ La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.
- ❖ El control presupuestario es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.
- ❖ Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización²⁷.

4.1.1. Presupuesto de Inversión.

4.1.1.1. Activos Fijos.

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

Para que un bien sea considerado activo fijo debe cumplir las siguientes características:

²⁷ <http://www.monografias.com/trabajos3/presupuestos/presupuestos.shtml>

1. Ser físicamente tangible.
2. Tener una vida útil relativamente larga (por lo menos mayor a un año o a un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor).
3. Sus beneficios deben extenderse, por lo menos, más de un año o un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor. En este sentido, el activo fijo se distingue de otros activos (útiles de escritorio, por ejemplo) que son consumidos dentro del año o ciclo operativo de la empresa.
4. Ser utilizado en la producción o comercialización de bienes y servicios, para ser alquilado a terceros, o para fines administrativos. En otras palabras, el bien existe con la intención de ser usado en las operaciones de la empresa de manera continua y no para ser destinado a la venta en el curso normal del negocio”²⁸.

MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO No 62

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Valor	Total
Cocina industrial en acero inox.	1	217,00	217,00
Campana Extractora olores	1	146,01	146,01
Congelador 15 pies	1	669,07	669,07
Vitrina Congelador 12 pies	1	852,01	852,01
Tanques de gas	6	35,87	215,22
Menaje de Cocina	1	244,82	244,82
Pailas	3	56,20	168,60
Ollas	3	114,16	342,48
Balanzas	2	29,33	58,66
Empaquetadora	1	199,34	199,34
Repuestos y Accesorios			1000,00
Total			4.113,21

Elaborado por: Diego Velasco

²⁸ <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>

**EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y ALMACÉN
CUADRO No 63**

Equipo de Computación y Almacén	Cantidad	Valor	Total
Equipo de Computación	1	784,45	784,45
Teléfono	2	72,66	145,32
Caja Registradora	1	392,00	392,00
Calculadoras	2	8,00	16,00
Fax	1	127,07	127,07
Total			1.464,84

Elaborado: Diego Velasco

ADECUACIONES

CUADRO No 64

Adecuaciones	UNIDADES	COSTO
Oficina	1	650,00
Galpón	1	710,00
Bodega General	1	950,00
Total		2.310,00

Elaborado: Diego Velasco

MUEBLES Y ENSERES

CUADRO No 65

Muebles y Enseres	Cantidad	Valor	Total
Escritorio	1	230,00	230,00
Escritorio Pequeño	1	50,00	50,00
Mesa	3	80,00	240,00
Papelera	3	18,00	54,00
Anaqueles	1	125,00	125,00
Sillón Oficina	1	140,00	140,00
Sillones	2	135,00	270,00
Total			1.109,00

Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 66.- ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos	Valor	Total
Maquinaria y Equipo	4.113,21	
Vehículo	11.000,00	
Equipo de Computación y Almacén	1.464,84	
Muebles y Enseres	1.109,00	
Adecuaciones	2.310,00	
Activos Fijos Total		19.997,05

Elaborado por: Diego Velasco

En **ANEXO 4** se adjunta Proformas, sobre la información de Activos Fijos.

4.1.1.2. Activos Intangibles.

“Se entiende por activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen; patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, estudios que tiendan a mejorar el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa, etc”²⁹.

CUADRO No 67.- ACTIVOS DIFERIDOS

Activos Diferidos	Valor	Total
Investigación y Estudio	800,00	
Gasto de Constitución	2.000,00	
Gasto de Organización	800,00	
Total Activos Intangibles		3.600,00

Elaborado: Diego Velasco

²⁹ Gabriel Baca Urbina. Evaluación de Proyectos.

4.1.1.3. Capital de Trabajo.

“Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transformen otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituirá el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es el llamado pasivo circulante, De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar³⁰.

CUADRO No 68.- CAPITAL DE TRABAJO

Capital de Trabajo	Valor	Total
Materiales Directos	4.339,44	
Mano de Obra Directa e Indirecta	6.096,23	
Suministros y Servicios	1.796,78	
Total del Capital de Trabajo		12.232,44

Elaborado por: Diego Velasco

El Capital de Trabajo esta compuesto por Materiales Directos en los que ha considerado la Materia Prima necesaria para producir Empanadas de Harina de Maíz, Mano de Obra Directa e Indirecta que representa el 49,84% del total del Capital de Trabajo y también se ha

³⁰ Gabriel Baca Urbina. Evaluación de Proyectos

considerado Suministros y Materiales que representan 14,69% del Total, porcentaje menor frente a Mano de Obra Directa e Indirecta.

El cálculo de Capital de Trabajo se la realizó considerando un tiempo de tres meses., en el que se estipula materiales directos o materia prima, mano de obra directa e indirecta y la cantidad de suministros y servicios necesarios para poder tener producción durante los tres primeros meses de funcionamiento.

La estimación Total de la Inversión asciende a \$ 35.670,66 la que se resume en el CUADRO 69

CUADRO No 69.- ESTIMACION TOTAL DE INVERSIONES

Estimación de la Inversión		
Activos Fijos	Valor	Total
Maquinaria y Equipo	4.113,21	
Vehículo	11.000,00	
Equipo de Computación y Almacén	1.464,84	
Muebles y Enseres	1.109,00	
Adecuaciones	2.310,00	
Total Activos Fijos		19.997,05
Activos Diferidos	Valor	Total
Investigación y Estudio	800,00	
Gasto de Constitución	2.000,00	
Gasto de Organización	800,00	
Total Activos Intangibles		3.600,00
Capital de Trabajo	Valor	Total
Materiales Directos	4.339,43	
Mano de Obra Directa e Indirecta	6.096,23	
Suministros y Servicios	1.796,78	
Total del Capital de Trabajo		12.232,44
Total de las Inversiones		35.829,49

Elaborado por: Diego Velasco

4.1.2. Cronograma de Operación.

CUADRO No 70.- CRONOGRAMA DE OPERACIÓN

CRONOGRAMA DE INVERSIONES					Años										
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	Vida Útil	Cero	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Siete	Ocho	Nueve	Diez
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES															
Oficina	1	650,00	650,00	10	650,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	650,00
Galpón	1	710,00	710,00	10	710,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	710,00
Bodega General	1	950,00	950,00	10	950,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	950,00
TOTAL			2.310,00		2.310,00			0	0	0	0	0	0	0	2.310,00
MAQUINARIA Y EQUIPO															
Cocina industrial en acero inox.	1	217,00	217,00	10	217,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	217,00
Campana Extractora olores	1	146,01	146,01	10	146,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	146,01
Congelador 15 pies	1	669,07	669,07	10	669,07	0	0	0	0	0	0	0	0	0	669,07
Vitrina Congelador 12 pies	1	852,01	852,01	10	852,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	852,01
Tanques de gas	6	35,87	215,22	10	215,22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	215,22
Menaje de Cocina	1	244,82	244,82	10	244,82	0	0	0	0	0	0	0	0	0	244,82
Pailas	3	56,20	168,60	10	168,60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	168,60
Ollas	3	114,16	342,48	10	342,48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	342,48
Balanzas	2	29,33	58,66	10	58,66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	58,66
Empaquetadora	1	199,34	199,34	10	199,34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	199,34
Teléfono	2	72,66	145,32	10	145,32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	145,32
Caja Registradora	1	392,00	392,00	10	392,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	392,00
Calculadoras	2	8,00	16,00	10	16,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16,00
Fax	1	127,07	127,07	10	127,07	0	0	0	0	0	0	0	0	0	127,07
Vehículo	1	11.000,00	11.000,00	5	11000,00	0	0	0	0	11.000,00	0	0	0	0	11.000,00
Repuestos y Accesorios			1.000,00	5	1.000	0	0	0	0	1.000,00	0	0	0	0	1.000,00
Equipo de Computación	1	784,45	784,45	3	784,45	0	0	784,45	0	0	784,45	0	0	784,45	0
TOTAL			16.578,05		16.578,05			784,45		12.000,00	784,45			784,45	15.793,60
MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES															
Escritorio	1	230,00	230,00	10	230,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	230,00
Escritorio Pequeño	1	50,00	50,00	10	50,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50,00
Mesa	3	80,00	240,00	10	240,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	240,00
Papelera	3	18,00	54,00	10	54,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	54,00
Anaqueles	1	125,00	125,00	10	125,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	125,00
Sillón Oficina	1	140,00	140,00	10	140,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	140,00
Sillones	2	135,00	270,00	10	270,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	270,00
TOTAL			1.109,00		1.109,00										1.109,00
TOTAL			19.997,05		19.997,05			784,45		12.000,00	784,00			784,45	19.213,00

Elaborado por: Diego Velasco

Se ha iniciado con el valor a ser invertido en Construcciones e Instalaciones que se constituyen por una Oficina, un Galpón y la Bodega General en lo que se prevé una inversión de \$2.140,00 con una vida útil de 10 años, en el caso de Maquinaria y Equipo se ha establecido una inversión la cual también se establece una vida útil de 10 años además de un vehículo el cual tiene una vida útil de 5 años y un valor de \$11.000,00, adicionando un Equipo de Computación el cual tiene una vida útil de 3 años cuya inversión es de \$784,45, también se considera en este cronograma Muebles y Enseres necesarios para el funcionamiento para la Empresa en las que se estima tener una inversión de \$1.109,00

4.1.3. Presupuestos de Operación.

“Tienen en cuenta la planeación detallada de las actividades que se desarrollarán en el período siguiente al cual se elaboran y, su contenido se resume en un Estado de Ganancias y Pérdidas. Entre estos presupuestos se pueden destacar:

- ❖ **Presupuestos de Ventas:** Generalmente son preparados por meses, áreas geográficas y productos.
- ❖ **Presupuestos de Producción:** Comúnmente se expresan en unidades físicas. La información necesaria para preparar este presupuesto incluye tipos y capacidades de máquinas, cantidades económicas a producir y disponibilidad de los materiales.
- ❖ **Presupuesto de Compras:** Es el presupuesto que prevé las compras de materias primas y/o mercancías que se harán durante determinado período. Generalmente se hacen en unidades y costos³¹

³¹ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>

4.1.3.1. Presupuestos de Ingresos.

Con la finalidad de poder estimar el Total Ingresos, se ha tomado la información obtenida en la Investigación de Mercado en la cual obtuvimos que nuestra empresa va a atender el 5% del Total de la Demanda Insatisfecha en el Distrito Metropolitano de Quito, dando como resultado el CUADRO 71, en el que se detalla también el total a producir para cada uno de los distintos rellenos durante los primeros cinco años de producción.

Se ha considerado un valor constante en rubro otros ingresos, cantidad que es conservadora ya que es un ingreso adicional que la empresa espera percibir por concepto de venta directa en la fábrica a los clientes que se acerquen al adquirir por unidades el producto tal como se detalla:

CUADRO No 71.- PRESUPUESTO DE INGRESOS

BANDEJAS DE EMPANADAS	2009	2010	2011	2012	2013
Empanadas de Pollo (Bandeja de 4 unid)	7413	7578	7737	7900	8066
Precio de Venta	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Total Ingresos \$ (USD)	11.130,72	11.378,11	11.617,32	11.861,56	12.110,93
Empanadas de Pollo (Bandeja de 5 unid)	8123	8303	8478	8656	8838
Precio de Venta	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
Total Ingresos \$ (USD)	13.006,96	13.296,06	13.575,60	13.861,00	14.152,40
Empanadas de Carne (Bandeja de 4 unid)	7126	7284	7437	7593	7753
Precio de Venta	1,55	1,55	1,55	1,55	1,55
Total Ingresos \$ (USD)	11.070,65	11.316,72	11.554,64	11.797,55	12.045,58
Empanadas de Carne (Bandeja de 5 unid)	7808	7981	8149	8320	8495
Precio de Venta	1,65	1,65	1,65	1,65	1,65
Total Ingresos \$ (USD)	12.862,16	13.148,04	13.424,46	13.706,69	13.994,85
Empanadas de Queso (Bandeja de 4 unid)	5996	6129	6258	6390	6524
Precio de Venta	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40
Total Ingresos \$ (USD)	8.394,63	8.581,21	8.761,62	8.945,82	9.133,89
Empanadas de Queso (Bandeja de 5 unid)	6570	6716	6857	7002	7149
Precio de Venta	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Total Ingresos \$ (USD)	9.878,30	10.097,86	10.310,16	10.526,91	10.748,22
TOTAL INGRESO BANDEJAS \$ (USD)	66.343,52	67.818,03	69.243,79	70.699,55	72.185,99

OTROS INGRESOS	2009	2010	2011	2012	2013
Empanadas de Pollo	3282	3282	3282	3282	3282
Precio de Venta	0,55	0,55	0,55	0,55	0,55
Total Ingresos \$ (USD)	1.805,00	1.805,00	1.805,00	1.805,00	1.805,00
Empanadas de Carne	2892	2892	2892	2892	2892
Precio de Venta	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60
Total Ingresos \$ (USD)	1.735,00	1.735,00	1.735,00	1.735,00	1.735,00
Empanadas de Queso	2920	2920	2920	2920	2920
Precio de Venta	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Total Ingresos \$ (USD)	1.460,00	1.460,00	1.460,00	1.460,00	1.460,00
TOTAL OTROS INGRESOS \$ (USD)	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00

TOTAL BANDEJAS Y OTROS INGRESOS \$ (USD)	71.343,52	72.818,03	74.243,79	75.699,55	77.185,99
---	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaborado por: Diego Velasco

Dentro del Presupuesto de Ingresos se ha considerado el detalle de cada una de las bandejas que la Empresa fabricará y comercializará sean estas de Pollo, Carne y Queso en sus presentaciones de 4 y 5 unidades, llegando a establecerse en el año 2009 un total de \$66.343,42 pero que hasta el año 2013 tendrá un crecimiento de un 8,8% estimándose un ingreso de \$72.185,88.

Se ha considerado en el rubro de Otros Ingresos un monto constante en el proyecto, siendo esta una cantidad conservadora que asciende a \$5.000,00; que estará compuesta por las Empanadas de Harina de Maíz tanto de Pollo, Carne y Queso que se venderán en la Fábrica directamente a clientes las que estarán listas para consumirse.

4.1.3.2. Presupuestos de Egresos.

CUADRO No 72.- PRESUPUESTO DE EGRESOS

Egresos	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN	27.054,21	27.227,01	27.401,53	27.577,79	27.755,82
Mano de Obra Directa	9.774,80	9.774,80	9.774,80	9.774,80	9.774,80
Materiales Directos	17.279,41	17.452,21	17.626,73	17.802,99	17.981,02
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	14.043,16	14.053,23	14.063,40	14.073,68	14.084,05
Mano de Obra Indirecta	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Suministros, Servicios y Otros gastos	7.187,11	7.197,18	7.207,36	7.217,63	7.228,01
Depreciaciones	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76
Amortizaciones	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Mantenimiento	385,29	385,29	385,29	385,29	385,29
Total Costos de Producción	41.097,37	41.280,24	41.464,93	41.651,47	41.839,88
Gastos					
Gastos Administrativos	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20
Sueldos	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20
Gastos de Ventas	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60
Sueldos	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60
Gastos Financieros	1.949,60	1.559,68	1.169,76	779,84	389,92
Intereses	1.949,60	1.559,68	1.169,76	779,84	389,92
Total Gastos	13.524,40	13.134,48	12.744,56	12.354,64	11.964,72
TOTAL EGRESOS	54.621,80	54.414,75	54.209,52	54.006,14	53.804,63

Elaborado por: Diego Velasco

Como rubro que mayor incidencia tiene en el presupuesto de Egresos son los Costos de Producción y principalmente los Costos Directos de Producción cuyo componente esencial son los Materiales Directos en los que se considera su Materia Prima cuyo valor representan el 42,05% del Total de Costos de Producción y Mano de Obra Directa que constituye el 23,78%, vemos también otros Costos que son los Indirectos de Producción además de estimar otros gastos como los Administrativos, Financieros y de Ventas.

CUADRO No 73
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVO	INVERSIÓN	VIDA UTIL	% DEPRECIACIÓN	VALOR ANUAL
Adecuaciones	2.310,00	10	10,00%	231,00
Vehiculo	11.000,00	5	20,00%	2200,00
Maquinaria y Equipo	4.113,21	10	10,00%	411,32
Equipo de Computación	784,45	3	33,33%	261,46
Equipo de Almacén	680,39	5	20,00%	136,08
Muebles y Enseres	1.109,00	10	10,00%	110,90
TOTAL				3.350,76

Elaborado: Diego Velasco

CUADRO No 74
MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos	Mantenimiento		
	Valor	Porcent.Mant	Mant.(USD)
Maquinaria y Equipo	4.113,21	2%	82,26
Vehículo	11.000,00	2%	220,00
Equipo de Computación y Almacén	1.464,84	1%	14,65
Muebles y Enseres	1.109,00	2%	22,18
Adecuaciones	2.310,00	2%	46,20
Total Activos Fijos	19.997,05	TOTAL	385,29

Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 75
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

AMORTIZACION INTANGIBLES			
Activos Diferidos	Valor	Porcent. Amortizac	Amortizac. (USD)
Investigación y Estudio	800.00	20%	160.00
Gasto de Constitución	2,000.00	20%	400.00
Gasto de Organización	800.00	20%	160.00
Total Activos Intangibles	3,600.00	Total	720.00

Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 76.- CUADRO RESUMEN DE INGRESOS Y EGRESOS

	TOTAL INGRESOS	TOTAL EGRESOS	BENEFICIO NETO
AÑO 0			- 35.829,49
AÑO 1	71.343,52	54.621,80	16.721,72
AÑO 2	72.818,03	54.414,75	18.403,28
AÑO 3	74.243,79	54.209,52	20.034,27
AÑO 4	75.699,55	54.006,14	21.693,41
AÑO 5	77.185,99	53.804,63	23.381,36

Elaborado por: Diego Velasco

Tenemos Beneficios Netos positivos durante el horizonte del Proyecto el cual se ha considerado hasta el año 2013, teniendo un crecimiento anual promedio de 9%, con excepción del año 0 que tenemos un Beneficio Neto negativo por ser el momento que se realiza la Inversión Inicial.

4.1.3.3. Estructura de Financiamiento.

“La empresa puede trabajar con un capital aportado por sus dueños (capital propio), o bien por aportes realizados por terceros a la sociedad, en calidad de préstamo (capital ajeno).

Podemos decir, por lo general, que cuando la empresa opta por la utilización de capital ajeno sobre el propio, lo hace por que el

contexto externo le permite obtener una renta mayor si coloca su capital propio en el mercado de capitales (lo invierte), y trabaja para su operatoria con capital de terceros (la tasa de ese préstamo debería ser inferior al que obtiene la empresa de invertir su propio capital)".

El financiamiento se lo obtendrá del Banco Nacional de Fomento cuya tasa de interés será de el 12,9% a un plazo de 5 años cuya Amortización se muestra en el CUADRO No 78, el mismo que será utilizado para financiar Maquinaria y Equipo además del vehiculo de la Empresa.

CUADRO No 77. ESTRUCTURA DE CAPITAL

Capital Propio	20.716,28	58%
Préstamo	15.113,21	42%

Elaborado por: Diego Velasco

CUADRO No 78

Amortización de Préstamo

CORTO PLAZO	
intereses	5.848,81
CAPITAL	15.113,21
INTERES	12,9%
PLAZO	5
GRACIA	-
Amortización	17.074,70
Intereses	3.329,57
Cuotas	20.404,27

Año	Principal	Intereses	Cuota corto plazo
			15.113,21
1	3.022,64	1.949,60	12.090,57
2	3.022,64	1.559,68	9.067,93
3	3.022,64	1.169,76	6.045,28
4	3.022,64	779,84	3.022,64
5	3.022,64	389,92	0,00

Elaborado por: Diego Velasco

Como se muestra del Total de la Inversión la Empresa tendrá un Capital Propio del 58% y el Préstamo representa el 42%, que se será cancelado en cinco años cuyo costo de Capital es de \$ 5.848,81

4.1.4. Punto de Equilibrio.

“Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa; entendiendo por costos variables aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc.

Sin embargo la realidad es otra, el punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa; entendiendo por costos variables aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc”.³²

³² <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/30/epe.htm>

Para obtener el punto de equilibrio se lo hace a través de la siguiente fórmula:

❖ Punto de Equilibrio en unidades monetarias USD \$=

$$\frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

❖ Punto de Equilibrio en unidades =

$$\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio} - \text{Costo}}$$

En el siguiente cuadro se representará el punto de equilibrio en unidades y en valores monetarios por cada producto que se va a fabricar:

CUADRO No 79.- PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Concepto/años	2009	2010	2011	2012	2013
COSTOS FIJOS	25.418,54	25.045,39	24.672,23	24.299,07	23.925,91
COSTOS VARIABLES	26.854,91	27.029,92	27.206,67	27.385,19	27.565,50
COSTOS TOTALES	52.273,45	52.075,30	51.878,90	51.684,26	51.491,41
INGRESOS TOTALES	71.343,52	72.818,03	74.243,79	75.699,55	77.185,99
PE \$	40.762,08	39.830,33	38.942,85	38.072,09	37.217,39

Elaborado: Diego Velasco

$$\text{Punto de Equilibrio Económico} = \frac{25.418,54}{1 - \frac{26.854,91}{71.343,52}} = 40.762,08$$

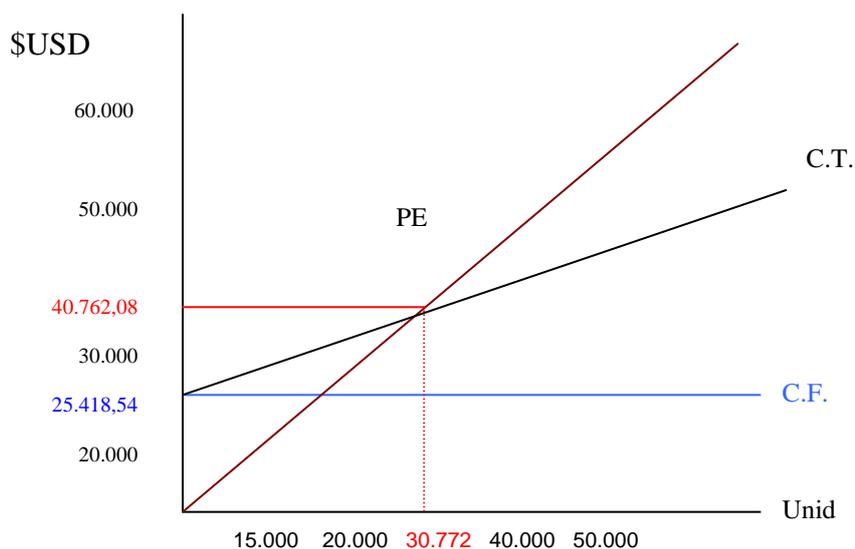
Se ha calculado del Punto de Equilibrio Económico el cual nos muestra en cada uno de los años la cantidad de unidades monetarias necesarias que el proyecto necesita para alcanzar este Punto

CUADRO No 80
PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTIVO

UNIDADES FISICAS PRODUCIDAS PARA ALCANZAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
Producto / Años	2009	2010	2011	2012	2013
Empanadas de Pollo (Bandeja de 4 unid)	4.078	3.982	3.892	3.803	3.716
Empanadas de Pollo (Bandeja de 4 unid)	5.819	5.668	5.526	5.387	5.252
Empanadas de Carne (Bandeja de 4 unid)	4.666	4.531	4.406	4.285	4.168
Empanadas de Carne (Bandeja de 4 unid)	4.458	4.363	4.271	4.182	4.094
Empanadas de Queso (Bandeja de 4 unid)	3.693	3.603	3.518	3.434	3.353
Empanadas de Queso (Bandeja de 5 unid)	5.273	5.128	4.994	4.863	4.736
Otros	2.736	2.702	2.667	2.632	2.597
TOTAL	30.722	29.977	29.273	28.586	27.916

Elaborado: Diego Velasco

En este cuadro se ha calculado las Bandejas de las distintas presentaciones que serán necesarias producir para alcanzar el Punto de Equilibrio Económico. Se adjunta el detalle en **ANEXO 5**.



4.2. Estados Financieros Pro Forma

Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

4.2.1. Estado de Resultados

“Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos en un periodo determinado.

El estado de resultados esta compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.”³³

³³ WWW.mitecnologico.com/Main/ConceptoEstadosdeResultados

CUADRO No 81.- ESTADO DE RESULTADOS

	AÑOS				
	2009	2010	2011	2012	2013
(+) Ingreso por ventas netas	71.343,52	72.818,03	74.243,79	75.699,55	77.185,99
(-) Costos de Ventas	41.097,40	41.280,26	41.464,96	41.651,50	41.839,91
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	30.246,12	31.537,76	32.778,83	34.048,05	35.346,08
(-) Gastos administrativos	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20
(-) Gastos de ventas	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	18.671,32	19.962,96	21.204,03	22.473,25	23.771,28
(-) Gastos financieros	1.949,60	1.559,68	1.169,76	779,84	389,92
(-) Otros egresos	0	0	0	0	0
(+) Otros ingresos	0	0	0	0	0
(=) Utilidad antes de participación	16.721,72	18.403,28	20.034,27	21.693,41	23.381,36
(-) 15 % participación de trabajadores	2.508,26	2.760,49	3.005,14	3.254,01	3.507,20
(=) utilidad antes impuesto a la renta	14.213,46	15.642,79	17.029,13	18.439,40	19.874,15
(-) Impuesto la renta 25%	3.553,37	3.910,70	4.257,28	4.609,85	4.968,54
(=) UTILIDAD NETA	10.660,10	11.732,09	12.771,85	13.829,55	14.905,62
Reserva legal (10% utilidad)	1.066,01	1.173,21	1.277,18	1.382,95	1.490,56

Elaborado por: Diego Velasco

Podemos ver que en todos los años en el horizonte del proyecto el cual esta establecido hasta el año 2013, tenemos Utilidad. El Balance de Resultados esta compuesto por el Costo de ventas que representa el 54,21% del total de Ingresos por ventas, los gastos administrativos un 10,60%, el gasto de Ventas 4,39%. La Utilidad Neta constituye el 19,31% del total de Ingresos por ventas

4.2.2. Flujos Netos de Fondos.

“El flujo de fondos es una tabla en la cual subdividimos los ingresos y egresos mes a mes para tener el resultado en base caja de la empresa que es en definitiva lo que nos interesa; es en sí una forma de medir la conveniencia o no de las inversiones.”³⁴

4.2.2.1. Del Proyecto del Inversionista (Con Crédito)

La proyección del Flujo es importante ya que la evaluación del proyecto se efectúa sobre los resultados que en ella se determinen, mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

Los elementos básicos del flujo de caja son: los egresos iniciales de fondos inversiones, los ingresos y egresos de operación, el momento en que ocurren los ingresos y egresos”.³⁵

³⁴ www.Infopyme.prodo.imm.gub.uy

³⁵ MENESES, Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos, segunda edición, 2001, Quito – Ecuador, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

CUADRO No 82.- FLUJO NETOS DE FONDOS DEL INVERSIONISTA

CONCEPTO	AÑOS					
	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
+ Ingresos de la operación	-	71.343,52	72.818,03	74.243,79	75.699,55	77.185,99
- Costo de operación		-41.097,40	-41.280,26	- 41.464,96	-41.651,50	-41.839,91
- Depreciación		-3.350,76	-3.350,76	- 3.350,76	-3.350,76	- 3.350,76
- Amortización		- 720,00	-720,00	- 720,00	-720,00	- 720,00
- Pago intereses por los créditos recibidos		-1.949,60	-1.559,68	-1.169,76	-779,84	- 389,92
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	24.225,76	25.907,32	27.538,31	29.197,45	30.885,40
- Participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	-3.633,86	-3.886,10	-4.130,75	-4.379,62	- 4.632,81
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	20.591,90	22.021,23	23.407,57	24.817,84	26.252,59
- Impuesto a la renta 25%	-	- 5.147,97	-5.505,31	- 5.851,89	- 6.204,46	- 6.563,15
UTILIDAD NETA	-	15.443,92	16.515,92	17.555,68	18.613,38	19.689,44
+ Depreciación	-	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76
+ Amortización	-	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
- Valor de la inversión	- 23.597,05	-	-	- 784,45	-	- 12.500,00
- Capital de trabajo	-12.232,44	-	-	-	-	-
+ Crédito recibido	15.113,21	-	-	-	-	-
- Pago del capital (amortización del principal)		- 3.022,64	- 3.022,64	-3.022,64	- 3.022,64	- 3.022,64
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	- 20.716,28	16.492,04	17.564,03	17.819,34	19.661,49	8.237,56

4.2.2.2. Flujo de Fondos del Proyecto (Sin Crédito)

CUADRO No 83.- FLUJO NETOS DE FONDOS (SIN CRÈDITO)

CONCEPTO	AÑOS					
	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
+ Ingresos de la operación	-	71.343,52	72.818,03	74.243,79	75.699,55	77.185,99
- Costo de operación	-	-41.097,40	- 41.280,26	-41.464,96	-41.651,50	-41.839,91
- Depreciación	-	-3.350,76	-3.350,76	- 3.350,76	-3.350,76	-3.350,76
- Amortización	-	-720,00	-720,00	- 720,00	- 720,00	-720,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	26.175,37	27.467,01	28.708,08	29.977,29	31.275,32
- Participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	-3.926,31	-4.120,05	-4.306,21	-4.496,59	-4.691,30
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	22.249,06	23.346,96	24.401,87	25.480,70	26.584,02
- Impuesto a la renta 25%	-	-5.562,27	-5.836,74	-6.100,47	-6.370,18	-6.646,01
UTILIDAD NETA	-	16.686,80	17.510,22	18.301,40	19.110,53	19.938,02
+ Depreciación	-	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76
+ Amortización	-	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
- Valor de la inversión	- 35.829,49	-	-	784,45	-	12.500,00
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	- 35.829,49	20.757,55	21.580,97	21.587,71	23.181,28	11.508,77

Se ha Calculado el Flujo de Fondos del Inversionista en el cual se hace constar el servicio de deuda que la empresa tendrá que pagar para poder , en comparación con el flujo de fondos sin crédito, el cual no tiene este pago por servicio de deuda, esto se a realizado para mostrar que aún sin crédito el proyecto el viable.

4.3. Evaluación Financiera.

3.3.1. Determinación de la Tasa de Descuento.

La tasa de descuento denominada →TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), pues en el libro de Gabriel Baca Urbina, “Evaluación de Proyectos” dice que es importante determinar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de caja futuros que permitan expresarlos en términos de valor actual y compararlos con la inversión inicial.

$$\text{TMAR} = \text{Tasa Pasiva} + \text{Premio al Riesgo}$$

$$\text{TMAR} = 11,34\% + 5\%$$

Para la determinación de esta tasa en la parte de accionistas se colocó la tasa de interés que pagan los Bonos del Estado el cual a la fecha es de 11,34% más el premio al riesgo el cual se ha considerado un 5% y en la parte de crédito el valor de la tasa que cobra el banco siendo en este caso el 12,9%.Obteniendo un TMAR GLOBAL de 14,90% como se puede ver en CUADRO No 84

CUADRO No 84.- DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
FINANCIAMIENTO :	%	TMAR	PONDERACION
ACCIONISTAS/EMPRESARIOS	58%	16,34%	9,48%
CREDITO	42%	12,90%	5,42%
TMAR GLOBAL			14,90%

Elaborado por: Diego Velasco

4.3.2. Criterios de Evaluación.

4.3.2.1. Valor Actual Neto.

En el libro de Nicko Romero, “Formulación y Evaluación de Proyectos” dice que el VAN es el monto equivalente del flujo del efectivo, computado al momento actual o presente, denominado periodo de tiempo cero o inicial, descontado a una tasa de descuento, el VAN mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión

Los criterios de rentabilidad según el VAN nos dicen lo siguiente:

INDICADOR	TOMA DE DECISIÓN
VAN > 0	Acepta el proyecto
Van < 0	No se acepta el proyecto
Van = 0	Es indiferente su ejecución o no

Para el cálculo del VAN se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FN_n}{(1+i)^n}$$

En donde:

- ❖ i = Costo Promedio Ponderado de Capital, Costo de Oportunidad, o Tasa de Descuento
- ❖ n = Vida útil del proyecto
- ❖ FN = Flujo Neto

CUADRO No 85.- CÁLCULO VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	TOTAL INGRESOS	TOTAL EGRESOS	BENEFICIO NETO	BENEFICIO ACTUALIZADO
CERO		35.829,49	- 35.829,49	-35.829,49
UNO	71.343,52	54.621,80	16.721,72	14.501,54
DOS	72.818,03	54.414,75	18.403,28	13.840,80
TRES	74.243,79	54.209,52	20.034,27	13.066,90
CUATRO	75.699,55	54.006,14	21.693,41	12.270,43
CINCO	77.185,99	53.804,63	23.381,36	11.469,25

VAN \$USD	29.319,43
------------------	------------------

TMAR	14,90%
-------------	---------------

Elaborado por: Diego Velasco

Como podemos observar el Valor Actual Neto nos dio un valor mayor que cero, lo que nos indica que luego de recuperada la inversión tenemos una rentabilidad de \$ 28.273,86, por lo que el proyecto resulta rentable y puede ejecutarse. Debiendo también tomando en cuenta el costo de oportunidad que también se gana.

4.3.2.2. Tasa Interna de Retorno.

“Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto de una inversión sea igual a cero.

Este método considera que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR. mayor.

Las críticas a este método parten en primer lugar de la dificultad del cálculo de la TIR. (Haciéndose generalmente por iteración), aunque las hojas de cálculo y las calculadoras modernas (las llamadas financieras) han venido a solucionar este problema de forma fácil. También puede calcularse de forma relativamente sencilla por el método de interpolación lineal.

La TIR. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un VAN. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada”³⁶

Para el cálculo del TIR se utilizó la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (TM - tm) * \left(\frac{Van_tm}{Van_tm - VAN_TM} \right)$$

En donde:

- ❖ tm = Menor tasa de descuento
- ❖ TM = Mayor tasa de descuento
- ❖ $Van\ tm$ = Van de la tasa menor
- ❖ $VAN\ TM$ = Van de la tasa mayor

³⁶ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>

CUADRO No 86.- CÁLCULO DE LA TIR

año	beneficio neto	TASA DE DESCUENTO		
		43%	45%	44,31%
0	-35.829,49	-35829,49	-35829,49	-35.829,49
1	16.721,72	11.693,51	11.532,22	11.587,50
2	18.403,28	8.999,60	8.753,05	8.837,17
3	20.034,27	6.851,18	6.571,58	6.666,54
4	21.693,41	5.187,81	4.907,45	5.002,23
5	23.381,36	3.910,12	3.647,79	3.736,06
		812,72	-417,41	0,00

$$TIR = 0.43 + (0.45 - 0.43) * \left(\frac{812,72}{812,72 - (-417,41)} \right)$$

TIR = 44,31%

Se ha podido establecer la TIR, basándonos en un método probabilístico, es decir pudimos realizar distintas pruebas con valores de distintas tasa de descuento que permitan acercarse a cero, pero este cálculo también tuvo la ayuda de una calculadora financiera, llegando a una TIR de 44,31%.

Hemos obtenido una Tasa Interna de retorno positiva lo cual nos indica que es Proyecto es rentable, es mayor que la TMAR la cual esta en el orden del 14,90%, mostrando que el proyecto resulta rentable.

4.3.2.3. Período de Recuperación de la Inversión.

“El conocimiento del período de tiempo necesario para recuperar la inversión, es un criterio tan importante como el de la rentabilidad, para inducir a realizar la inversión.

Toda opción de invertir está asociada a la posibilidad de comparar el costo de oportunidad del dinero con el riesgo de la inversión; por eso, los proyectos deben ser debidamente sustentados y atractivos en sus rendimientos para poder ser ejecutados”.³⁷

“El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada período de su vida útil. Las mejores inversiones son aquellas que tienen el menor plazo real de recuperación. Este es un criterio de liquidez antes que de rentabilidad”.³⁸

CUADRO No 86.- PERÍODO DE RECUPERACIÓN

	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIOS	
AÑOS	ACTUALIZADOS	ACTUALIZADOS	ACTUALIZADOS	ACUMULADO
0		35.829,49	-35.829,49	
1	61.871,06	47.369,53	14.501,54	14.501,54
2	54.765,24	40.924,43	13.840,80	28.342,34
3	48.423,84	35.356,94	13.066,90	41.409,24
4	42.817,90	30.547,47	12.270,43	53.679,67
5	37.862,00	26.392,76	11.469,25	65.148,92

Elaborado: Diego Velasco

³⁷ COSTALES, Bolívar: Diseño, elaboración y evaluación de proyectos, tercera edición, 2003, Quito – Ecuador, ESPE-Escuela Politécnica del Ejército.

³⁸ MENESES, Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos, segunda edición, 2001, Quito – Ecuador, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

$$\text{PERÍODO...RECUPERACION} = \left(\frac{35.829,49 - 28.342,34}{13.066,90} \right)$$

$$\text{PERÍODO DE RECUPERACION} = 0,57 * 12 = 7$$

$$\text{PERÍODO DE RECUPERACION} = 2 \text{ AÑOS } 7 \text{ MESES}$$

4.3.2.4. Relación Beneficio / Costo.

La Relación Beneficio / Costo indica el beneficio que se va a obtener por cada unidad monetaria, es decir el valor que se gana por cada dólar invertido.

Para determinar la Relación Beneficio / Costo se utilizará la siguiente fórmula:

$$RBC = \left(\frac{\sum_{i=0}^n \frac{Bt}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ct}{(1+i)^n} + I_0} = \frac{VAN_ingresos}{VAN_egresos} \right)$$

En donde:

- ❖ Bt = Beneficio Total
- ❖ Ct = Costo Total
- ❖ i = Tasa de Descuento

CUADRO No 87.- RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0		35.829,49
1	61.871,06	47.369,53
2	54.765,24	40.924,43
3	48.423,84	35.356,94
4	42.817,90	30.547,47
5	37.862,00	26.392,76
TOTALES	245.740,05	216.420,62

Elaborado: Diego Velasco

$$RELACION BENEFICIO COSTO = \left(\frac{245.740,05}{216.420,62} \right)$$

RELACION BENEFICIO / COSTO = 1,14

Se ha obtenido un Beneficio Costo Beneficio de 1,14, lo que nos indica que por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad de 14 centavos de dólar, lo que nos muestra que el proyecto tiene una relación Beneficio/Costo buena, mostrando su rentabilidad.

4.3.2.5. Análisis de Sensibilidad.

”Los análisis de sensibilidad de los proyectos de inversión tienen por finalidad mostrar los efectos que sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) tendría una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto (por ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la

mano de obra, el de las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.), y, a la vez, mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

Un proyecto de inversión puede ser aceptable bajo las condiciones previstas en el mismo, pero podría no serlo si en el mercado las variables de costo variarían significativamente al alza o si las variables de ingreso cambiarían significativamente a la baja. Por ejemplo ¿cuál sería la TIR si el costo de las materias primas aumentara o disminuyera en 10%, 20% o en 50% con respecto a los estimados en el proyecto? ¿Esta nueva TIR está por encima o por debajo de nuestra TIO (Tasa de Interés de Oportunidad)? En consecuencia ¿es o no conveniente realizar el proyecto?, y si lo es ¿qué holguras o márgenes de maniobra administrativa se tienen ante la eventualidad de que se presenten tales cambios?.³⁹

CUADRO No 88.- ANALISIS DE SENSIBILIDAD

VARIABLES	VARIACION	TIR	VAN	PRRI	EVALUACION
PROYECTO		44,31%	29.319,43	2 AÑOS 7 MESES	VIABLE
AUMENTO COSTO MATERIA PRIMA	20%	40,49%	26,322,39	2 AÑOS 10 MESES	VIABLE
AUMENTO SUELDOS	10%	40,69%	25,467,68	2 AÑOS 9 MESES	VIABLE
AUMENTO COSTO MANO DE OBRA	20%	36,64%	21,216,62	3 AÑOS	SENSIBLE
AUMENTO SUMINIST. Y SERV	30%	41,90%	27,449,57	2 AÑOS 9 MESES	VIABLE
DISMINUCION VOL. VENTAS	-20%	41,34%	29,828,92	2 AÑOS 10 MESES	NO SENSIBLE

Elaborado por: Diego Velasco

³⁹ www.geocities.com/gilberto-roja

El análisis de sensibilidad permite ver que el VAN y el TIR nos dan valores positivos los cuales indican que la variación porcentual del 20% es ideal, inclusive en la disminución del volumen de ventas en ese porcentaje el proyecto no se ve realmente afectado, en el caso de el aumento de sueldos y mano de obra se ve una disminución del VAN y disminuye la TIR.

En el aspecto de evaluación se concluye que el proyecto es “no sensible” lo que quiere decir que es rentable y si en el caso se presentará “sensible” se tendría que aplicar nuevos mecanismos o estrategias que permitan mejorar estas variaciones, como la posibilidad de Alianzas Estratégicas con Aerolíneas las que nos provean mayores ingresos y tratar de que estas variaciones tengan la menor incidencia posible.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

- De acuerdo a los datos obtenidos del estudio de mercado afirman que el 79,5% de la población quiteña les agrada consumir Empanadas de Harina de Maíz.

- Inicialmente se pretende atender el 5% de la demanda insatisfecha y a mediano plazo esta previsto aumentar la producción y obviamente incrementar el porcentaje de la demanda insatisfecha en un 1% en cada año, ya que actualmente no existen empresas que abastecen en su totalidad el mercado, por lo que es una gran oportunidad el realizar este proyecto.

- Para la elaboración de las Empanadas de Harina de Maíz no se empleará maquinaria de alta tecnología sino que serán elaboradas con implementos tradicionales como si fueran hechas en casa con recetas familiares diferenciándonos de similares productos por su frescura y el sabor.

- En el aspecto organizacional el personal deberá cumplir los estándares exigidos para cada puesto o función a desempeñar, además deben cumplir los objetivos con los respectivos principios y valores para así lograr elaborar y comercializar productos de calidad.

- La Tasa Interna de Retorno es mayor que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) lo cual indica que el proyecto es rentable y por ende es viable para su implantación.
- El período de recuperación de la inversión va hacer en un lapso de tiempo corto que va a permitir que la empresa pueda incrementar su producción y la capacidad instalada.

5.2. Recomendaciones.

- Se recomienda la ejecución del proyecto porque es viable y existe demanda de la Empanadas de Harina de Maíz y actualmente las empresas que existen no abastecen en su totalidad, la demanda existente en el mercado.

- Al existir un gran segmento de mercado de personas que consumen Empanadas de Harina de Maíz se lo debe mantener o incrementarlo ofreciendo productos de calidad, además se debe aplicar la estrategia de comunicación con medios publicitarios y participar en eventos relacionados con el negocio.

- Capacitar al personal periódicamente para que estén preparados a cualquier cambio que se presente en la organización y así lograr un mejor ambiente de trabajo y que se logre ser una empresa líder en el mercado.

- De igual forma se recomienda mantener una permanente vigilancia a cada uno de los indicadores financieros que nos permitan por medio de un monitoreo constante evaluar la evolución del negocio y si se debe tomar acciones correctivas con el fin de impedir la no rentabilidad del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ALCARAZ Rafael: El Emprendedor de Éxito, segunda edición, 2001, México, Editorial McGraw-Hill
- ❖ Artículo 86: Constitución Política de la República del Ecuador
- ❖ BACA Gabriel: Evaluación de Proyectos, 4ta Edición, 2003, México, McGrawHill.
- ❖ Instructivo societario. Superintendencia de Compañías. Intendencia Jurídica.
- ❖ Reglamento de Registro Oficial del Ministerio de Salud Público.
- ❖ Reglamento General para la aplicación de la ley Contra Incendios
- ❖ COSTALES Bolívar: Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos, 2003, Quito – Ecuador.
- ❖ JUMBO, Betty: Se necesitan árboles, 6 de enero del 2007, artículo de El Comercio
- ❖ LOJAN Leoncio: El Verdor de los Andes Ecuatorianos, 2003, Quito – Ecuador, Proyecto Apoyo al Desarrollo Forestal Comunitario DFC/FAO.
- ❖ MENESES, Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos, segunda edición, 2001, Quito – Ecuador, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- ❖ RAYBURN, Gayle: Contabilidad y Administración de Costos, sexta edición, 2001, México, McGrawHill.
- ❖ ROBBINS, De CENSO: Fundamentos de Administración, tercera edición, 2002, México, Editorial McGrawHill.
- ❖ SAPAG Nassir, SAPAG Reinaldo: Preparación y Evaluación de Proyectos, Edición 4, McGrawHill
- ❖ STANTON, ETZEL, WALKER: Fundamentos de Marketing, Edición 11, McGrawHill
- ❖ Sierra Bravo. Tesis doctorales y trabajos de investigación científica. Cap. 8. Estudio particular de las fuentes de información..
- ❖ Tucker Irvin Fundamentos de Economía, , Tercera Edición, Thomson Learning.
- ❖ <http://www.monografias.com>.
- ❖ <http://es.wikipedia.org>
- ❖ <http://www.geocities.com>
- ❖ <http://unamosapuntos.mexico.com>
- ❖ <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>.
- ❖ <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera>.

ANEXOS

ANEXOS 1

ESTUDIO DE MERCADO

Normatividad Sanitaria, Técnica y Comercial

Servicio de Rentas Internas

Según la resolución N.- 0074 de la Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, permitió determinar las normas de la obtención y actualización del Registro Único de Contribuyentes, RUC.

Para la inscripción de la organización, deberán presentar los siguientes requisitos:

- ✓ Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal
- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- ✓ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper. de Compañías
- ✓ Adicionalmente se deberá adjuntar Carta suscrita por el contador del sujeto pasivo (con copia de cédula de identidad adjunta), certificando su relación laboral o contractual con el contribuyente.

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos que se encuentren a nombre del sujeto pasivo:

- ✓ Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción; o,
- ✓ Contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción, legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato; o,
- ✓ Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción.

- ✓ Cuando no sea posible entregar cualquiera de los documentos antes señalados a nombre del sujeto pasivo, se deberá presentar una comunicación al SRI indicando que se ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble (carta de cesión).⁴⁰

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

PATENTE MUNICIPAL

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico. Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386 código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001. Art. III 33 al III. 46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de 1997); R.O. 234 del 29 de Dic. De 2000

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año. (Ventanilla Única)

PATENTE PERSONAS JURÍDICAS (Requisitos)

- ❖ Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- ❖ Escritura de constitución de la compañía original y copia de la Superintendencia de Compañías.
- ❖ Original y copia de la Resolución • Copia de la Cédula de ciudadanía

Ministerio de Salud Pública

A través del Decreto Ejecutivo 1583 se consignó el Reglamento de Registro y Control Sanitario junto con el Ministerio de Salud Pública facultado para conceder, suspender, cancelar y renovar el Registro Sanitario, por intermedio de sus subsecretarías, direcciones provinciales y del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, en los lugares en los cuales éstos estén funcionando para que el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación lo acredite.

Los requisitos para la obtención del Registro Sanitario son:⁴¹

⁴⁰ Servicio de Rentas Internas

⁴¹ Reglamento de Registro Oficial del Ministerio de Salud Pública.

- a. Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio;
- b. Nombre o razón social y dirección del fabricante;
- c. Nombre y marca (s) del producto;
- d. Descripción del tipo de producto; y,
- e. Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos), los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.

Bomberos

Que la Ley de Defensa Contra Incendios, Promulgada en el Registro Oficial No. 815 de Abril 19 de 1979 y el Reglamento General para la aplicación de la Ley de Defensa Contra Incendios, publicada en el Registro Oficial No. 834 de mayo 17 de 1979, establecen al necesidad de emitir un Reglamento de Prevención de Incendios:

Que es obligación del Estado Ecuatoriano proteger la vida y patrimonio de los ciudadanos ecuatorianos Que es imperativo señalar normas y condiciones técnicas con la finalidad de adoptar medidas necesarias para prevenir flagelos⁴²

EDIFICIOS INDUSTRIALES O FABRILES

Art. 177. Aquellos edificios industriales o fabriles que, a la expedición del presente reglamento, se encuentran en funcionamiento deberán cumplir con todas las normas de seguridad contra incendios que se detallan a continuación: y, en cuanto a aquellas que estructural o constructivamente sean impracticables pueden ser reemplazados por medidas adicionales o complementarias que, previa aceptación del Cuerpo de Bomberos, sustituyen eficientemente a las exigidas.

⁴² Reglamento General para la aplicación de la ley Contra Incendios

Superintendencia de Compañías

Compañías de Responsabilidad Limitada⁴³

Requisitos:

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 01.Q.DSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2001) y su reforma constante en la Resolución No. 02.Q.DSC.006 (R.O. 566 de 30 de abril del 2002). De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de

⁴³ Instructivo societario. Superintendencia de Compañías. Intendencia Jurídica.

enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía (Arts. 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal. Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe el Art. 9 del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, publicado en el R.O. 159 de 9 de febrero de 1961

ANEXOS 2

ESTUDIO TÉCNICO

ANEXO 2

REQUISITOS GENERALES PARA OBTENER UN CRÉDITO CON FONDOS PROPIOS - BNF

Personas Naturales:

- Copia cédula ciudadanía actualizada y certificado de votación del solicitante, del garante y de sus cónyuges.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) de ser pertinente.
- Documentos que acrediten que el solicitante y el garante posean bienes (Copia matrículas de vehículos, carta de pago del impuesto predial, etc.).
- Proformas o cotizaciones de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo.
- El solicitante que opte por un crédito superior a los USD 50.000, deberá presentar un proyecto de factibilidad, justificando mediante un estudio de mercado, técnico y financiero, la viabilidad del proyecto.
- En el caso de obras de infraestructura presentar el presupuesto de construcción que deberá ser otorgado por un profesional.
- Contrato de arriendo legalizado o copias de escrituras del lugar donde se desarrollará la inversión.
- Tener cuenta corriente o libreta de ahorros en el Banco Nacional de Fomento y mantenerlas activas.
- Para el caso de préstamos con garantía hipotecaria, presentar copia certificada de las escrituras de la propiedad, Certificado del Registrador de la Propiedad, carta de pago del Impuesto Predial del presente año. (Si el préstamo será garantizado con hipoteca no es necesario la presentación de Garante).

- En préstamos pecuarios se debe presentar el certificado de registro de marca conferido por la FEDEGAN y/o AGSO y/o CONEFA, como también el último certificado de vacunación contra la Fiebre Aftosa.

Personas Jurídicas:

- Adicionalmente a los documentos indicados en líneas precedentes, se deberá presentar los siguientes:
- Documentos que acrediten su constitución y existencia legal actualizada.
- Nombramiento actualizado del o de los representantes legales de la empresa.
- Autorización de la Junta General de Accionistas, para la contratación del préstamo, indicando el monto y destino, así como para gravar los bienes de la empresa a favor del BNF.
- Registro Único de Contribuyentes RUC.
- Certificado del IESS en el que conste que las obligaciones patronales se encuentran al día.
- Certificado de la Superintendencia de Compañías de encontrarse al día con las obligaciones a dicha Institución.
- Copia de los estados financieros presentados a la Superintendencia de Compañías, del último ejercicio económico.

LÍNEA DE CRÉDITO: COMERCIAL- FONDOS PROPIOS BNF

Crédito de Producción	Modalidad I	Modalidad II	Modalidad III	Modalidad IV
Monto de financiamiento	Hasta USD 20.000	Hasta USD 50.000	Hasta USD 100.000	Hasta USD 150.000
Tipo de cliente	A – B	A – B	A	A
Financiamiento del proyecto de inversión por parte del BNF	Hasta el 90%	Hasta el 80%	Hasta el 80%	Hasta el 80%

Destino Sector Pequeña Industria, Artesanía, Turismo, Comercio y Servicio:	Plazo	Periodo de Gracia
Compra de materias primas y materiales para la producción de bienes finales	Hasta 2 años	Sin período de gracia
Compra de insumos inherentes a la prestación de un servicio claramente definido	Hasta 2 años	Sin período de gracia
Adquisición de productos de consumo final o bienes terminados sean de fabricación nacional o extranjera destinados para la reventa en forma legal (mercaderías)	Hasta 2 años	Sin período de gracia
Compra de maquinarias, equipos, implementos, motores y herramientas, nuevos.	Hasta 5 años	Hasta 1 año
Excepcionalmente se podrá financiar la adquisición de maquinaria reconstruida, siempre y cuando el proveedor sea una casa comercial legalmente constituida y otorgue un certificado de vida útil del bien de al menos tres años	Hasta 3 años	Hasta 1 año
Compra de muebles, enseres, menaje para la utilización en la actividad	Hasta 2 años	Sin período de gracia
Construcciones, mejoras territoriales, obras de infraestructura, adecuaciones e instalaciones	Hasta 6 años	Hasta 1 año

GARANTÍAS

- Las garantías pueden ser hipotecarias, prendarias, quirografarias o una combinación de ellas, manteniendo la relación garantía/préstamo mínima del 140%.
- En los créditos de hasta USD 7.000 se aceptará la garantía quirografaria.
- En créditos superiores a USD 7.000, se exigirá garantía hipotecaria.

TASAS DE INTERES

CREDITO COMERCIAL	
	TASA INTERES
CLIENTE A	
De \$ 500 hasta \$ 100.000	12 . 90%

ANEXOS 3

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN



REGISTRO OFICIAL
ORGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR
Administración del señor Dr. Alfredo Palacio González
Presidente Constitucional de la República

Jueves, 26 de enero de 2006 - R. O. No. 196
TRIBUNAL CONSTITUCIONAL
DR. RUBÉN DARIO ESPINOZA DIAZ
DIRECTOR

LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Sección 1ª.

De las Generalidades y Naturaleza Jurídica

Art. 1.- Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Art. 2.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

La persona que constituya una empresa de esta clase no será responsable por las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo los casos que se mencionan a continuación, en que el gerente-propietario responderá con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa:

1. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
2. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;
3. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
4. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;

5. Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;
6. Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
7. Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee; y,
8. En los demás casos establecidos en la ley.

Art. 3.- El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal.

El Registrador Mercantil llevará un libro especial denominado "Registro de empresas unipersonales de responsabilidad limitada", que formará parte del Registro Mercantil, en el que se inscribirán los actos constitutivos de las empresas mencionadas y sus posteriores reformas o modificaciones.

La inscripción de la empresa en el Registro Mercantil surtirá los efectos de la matrícula de comercio.

Art. 4.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

La persona natural a quien pertenece una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se llama "gerente-propietario".

Aunque tuviere formada sociedad conyugal al constituirse la empresa, el gerente-propietario o la gerente-propietaria se reputará, respecto de terceros, esto es, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

No obstante, si el matrimonio se disolviera por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser tomado en cuenta para el cálculo de los respectivos gananciales, y el cónyuge que no hubiere sido el gerente-propietario, o sus herederos, adquirirán un crédito contra la empresa por los gananciales de aquel,

que deberá pagarse en el plazo de un año después de la disolución de la sociedad conyugal.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada que se constituyere antes del matrimonio, no formará parte de la respectiva sociedad conyugal posterior, ni en todo ni en parte, salvo que expresamente se lo hubiere incorporado en el haber de la sociedad conyugal, mediante capitulaciones matrimoniales.

Art. 5.- No podrán constituir empresas unipersonales de responsabilidad limitada, las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio.

Art. 6.- Una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

Las empresas unipersonales de responsabilidad limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. En caso de contravención de esta norma, además de la nulidad correspondiente, el gerente-propietario responderá personalmente por todas las obligaciones de dichas empresas.

Art. 7.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente-propietario.

Sección 2ª.

De la Denominación

Art. 8.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa.

Por nombre del "gerente-propietario" se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

Art. 9.- La denominación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye propiedad suya, de su uso exclusivo, que no podrá enajenarse ni aún en caso de liquidación.

Art. 10.- Ninguna empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá adoptar una denominación igual o semejante al de otra preexistente, aunque ésta manifieste su consentimiento y aún cuando fueren diferentes los domicilios u objetos respectivos.

Las disposiciones de este artículo no se aplican a las semejanzas que pudieren ocasionarse por personas homónimas o entre varias empresas de un mismo gerente-propietario.

Art. 11.- La protección y la defensa de la denominación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, sólo podrá realizarse judicialmente.

Art. 12.- Salvo los casos de los pagarés, letras de cambio, cheques y más instrumentos similares, los documentos por los que la empresa contraiga derechos, con la firma del gerente-propietario o de algún apoderado suyo, deberán indicar, además de la denominación de la empresa, el domicilio principal de la misma, su plazo de duración y la cuantía de su capital empresarial.

Si se quebrantare esta disposición, el gerente-propietario responderá personalmente por la o las obligaciones contraídas por la empresa en el documento en el que no se hubieren hecho las indicaciones antedichas.

Sección 3ª.

De la Nacionalidad y Domicilio

Art. 13.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

El domicilio principal de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará en el lugar que se determine en el acto de su constitución y puede diferir del domicilio de su gerente-propietario así como del lugar de explotación de su negocio.

Art. 14.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tendrá un solo domicilio principal no obstante las sucursales o establecimientos que tuviere dentro del territorio nacional.

Si la empresa tuviere fuera de su domicilio principal una sucursal o cualquier otro establecimiento que estuviere administrado por algún factor designado según el Código de Comercio, el lugar en que funcione tal sucursal o establecimiento constituirá también domicilio de la empresa, pero sólo para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos ejecutados o celebrados en dicho domicilio o con directa relación al mismo.

Sección 4ª.

Del Objeto

Art. 15.- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es la actividad económica organizada a que se deba dedicar, según el acto de su constitución.

Tal objeto comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial.

Art. 16.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades:

- a) Bancarias;
- b) De seguros;
- c) De capitalización y ahorro;
- d) De mutualismo;
- e) De cambio de moneda extranjera;
- f) De mandato e intermediación financiera;
- g) De emisión de tarjetas de crédito de circulación general;
- h) De emisión de cheques viajeros;
- i) De financiación o de compra de cartera;
- j) De arrendamiento mercantil;
- k) De fideicomiso mercantil;
- l) De afianzamiento o garantía de obligaciones ajenas;
- m) De captación de dineros de terceros; y,

n) De ninguna de las actividades a que se refieren las leyes de: Mercado de Valores; General de Instituciones del Sistema Financiero; de Seguros; y, ni las que requieran por ley de otras figuras societarias.

En caso de violación a estas prohibiciones, el gerente-propietario será personal e ilimitadamente responsable de las obligaciones de la empresa y, además, sancionado con arreglo al Código Penal.

Art. 17.- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser concretado en forma clara y precisa en el acto constitutivo de la misma.

Será ineficaz la disposición en cuya virtud, el objeto de la empresa se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o no permitidas por la ley.

Art. 18.- Para la realización de su objeto empresarial la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá ejecutar y celebrar toda clase de actos y contratos relacionados directamente con el mismo y todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir con las obligaciones derivadas de su existencia y de su actividad, así como los que tengan por objeto asegurar el cumplimiento de dichas obligaciones.

La empresa no podrá ejecutar ni celebrar otros actos o contratos distintos de los señalados en el inciso anterior, salvo los que ocasional o aisladamente puedan realizarse con fines de inversión en inmuebles, en depósito en instituciones financieras y en títulos valores con cotizaciones en bolsa.

Se prohíbe toda captación de dineros o recursos del público por parte de la empresa, inclusive las que tuvieren por pretexto o finalidad el apoyo o el mejor desarrollo del objeto de la empresa, aún cuando se realizaren bajo las formas de planes, sorteos, promesas u ofertas de bienes o servicios.

La empresa podrá constituir cauciones de toda clase para asegurar el cumplimiento de sus propias obligaciones, tales como prendas, hipotecas o fideicomisos mercantiles sobre sus bienes propios; pero, se prohíbe expresamente, bajo pena de nulidad, que la empresa otorgue fianzas y avales o constituya prendas, hipotecas u otras cauciones para asegurar el cumplimiento de obligaciones ajenas.

Salvo el caso de las cauciones prohibidas por el inciso anterior, los actos o contratos ejecutados o celebrados con violación a este artículo obligarán a la empresa, pero el gerente-propietario o los apoderados que los hubieren ejecutado o celebrado serán

personal, solidaria e ilimitadamente responsables frente a los terceros de buena fe por los perjuicios respectivos, y, en su caso, sancionados conforme al Código Penal.

Sección 5ª.

Del Plazo

Art. 19.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado.

Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara.

El plazo de la empresa puede restringirse o prorrogarse de manera expresa de conformidad con esta Ley.

Una vez vencido el plazo de duración de la empresa, ésta deberá disolverse y liquidarse, a no ser que con anterioridad se hubiere otorgado ya la correspondiente escritura pública que contuviere la prórroga respectiva; pero, si dicha escritura no se inscribiere en el Registro Mercantil dentro de los doce meses posteriores a su otorgamiento, la empresa deberá necesariamente liquidarse sin más dilación.

Sección 6ª.

Del Capital

Art. 20.- El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

Dicho capital deberá fijarse en el acto constitutivo de manera clara y precisa, y en moneda de curso legal.

Para conformar el capital antedicho sólo podrá aportarse efectivo o numerario.

Dicho capital podrá aumentarse o disminuirse de conformidad con esta Ley.

El capital a que se refiere este artículo, es decir el inicial, el aumentado o el disminuido, se llama "capital empresarial" o "capital asignado".

Art. 21.- El capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.

Si en cualquier momento de su existencia la empresa resultare tener un capital asignado inferior al mínimo antedicho, en función de la remuneración básica

unificada que entonces se hallare vigente, el gerente-propietario deberá proceder a aumentar dicho capital dentro del plazo de seis meses. Si dentro de este plazo la correspondiente escritura pública de aumento de capital asignado no se hubiere inscrito en el Registro Mercantil, la empresa entrará inmediatamente en liquidación.

Art. 22.- El capital empresarial podrá aumentarse por cualesquiera de los siguientes medios:

1. Por nuevo aporte en dinero del gerente-propietario; y,
2. Por capitalización de las reservas o de las utilidades de la empresa.

Art. 23.- El capital de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá disminuirse en los siguientes casos:

1. Si el capital de la empresa, después de la reducción, resultare inferior al mínimo establecido en esta Ley; y,
2. Si la disminución determinare que el activo de la empresa fuera inferior al pasivo.

Art. 24.- La persona que constituya una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará obligada a la entrega total del correspondiente aporte dinerario.

Art. 25.- Todo aporte en dinero que se haga en la constitución de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada o en cualquier aumento de su capital deberá estar a disposición de ella o entregarse a la misma, según el caso, en el cien por ciento de su valor, al momento del otorgamiento de la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo o el correspondiente aumento de capital.

Art. 26.- Todo aporte en dinero que se haga a favor de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye título traslativo de dominio.

Art. 27.- La entrega del aporte dinerario hecho en la constitución de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada operará, de pleno derecho, al momento de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil.

Art. 28.- En los aumentos de capital, la entrega del aporte dinerario se efectuará una vez que se haga efectivo el numerario o el correspondiente cheque con la debida provisión de fondos, o mediante el respectivo depósito hecho por el gerente-propietario en una cuenta bancaria de la empresa, antes del otorgamiento de la escritura pública correspondiente.

Art. 29.- En la constitución de la empresa el gerente-propietario hará su aporte en dinero, mediante depósito en una cuenta especial de la empresa en formación, la

misma que será abierta en un banco bajo la designación especial de "Cuenta de Integración de Capital" de la empresa respectiva. El banco conferirá un certificado que acredite el depósito antedicho, el mismo que deberá agregarse como documento habilitante a la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo.

En los aumentos de capital en que se hicieren aportes en dinero no será necesaria la apertura de la cuenta especial mencionada en el inciso primero, bastando para el efecto que los dineros respectivos sean entregados a la empresa en los términos de esta Ley.

Sección 7ª.

De la Constitución, Aprobación e Inscripción

Art. 30.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa desee incluir.

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuviere formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a fin de que en la misma deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución. La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

Art. 31.- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.

La solicitud se someterá al correspondiente sorteo legal.

Si se hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura antedicha en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

Tal extracto será elaborado por el juez y contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del artículo anterior.

Cumplida la publicación, el gerente-propietario pedirá que se agregue a los autos la foja en que la misma se hubiere efectuado y el juez así lo ordenará para los efectos de la debida constancia.

Art. 32.- Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier acreedor personal del gerente-propietario y, en general, cualquier persona que se considere perjudicada por la constitución de la empresa, deberá oponerse fundamentadamente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.

Las oposiciones se tramitarán en un solo juicio verbal sumario y, mientras el asunto no se resolviera, la tramitación de la constitución de la empresa quedará suspendida.

En el caso de oposición deducida por cualquier acreedor personal, si el gerente-propietario pagare el crédito motivo de la oposición, el juicio terminará ipso-facto y el trámite de la constitución de la empresa deberá continuar. En los demás casos se estará a la resolución judicial.

Si la oposición no tuviere fundamento, el juez la rechazará de plano sin necesidad de sustanciarla.

Art. 33.- Vencido el plazo establecido en el artículo anterior sin que se presentare oposición, o si ésta cesare o fuere desechada por el juez, éste aprobará la constitución de la empresa y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma, la cual se practicará archivándose en dicho registro una copia auténtica de la escritura respectiva y una copia certificada de la correspondiente resolución judicial, sin necesidad de la fijación a que se refiere el artículo 33 del Código de Comercio.

Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueren a operar.

Para efectos de este artículo se inscribirán la correspondiente escritura pública de constitución y la respectiva resolución judicial, archivando en el Registro Mercantil copias auténticas de las mismas.

Art. 34.- Si en la sentencia correspondiente se estimare fundada la oposición, el juez negará la aprobación y dispondrá que el aporte dinerario del gerente-propietario sea devuelto al mismo por la institución del sistema financiero en que se hallare depositado.

Art. 35.- Contra la sentencia del juez aceptando la oposición a la constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, o declarándola infundada, sólo se concederá el recurso de apelación ante la Corte Superior del respectivo distrito, la que resolverá por los méritos de los autos, en el término improrrogable de diez días.

Art. 36.- El cambio de denominación, la prórroga o restricción del plazo, el cambio de domicilio o de objeto empresarial, el aumento o disminución del capital asignado, la apertura de sucursales y la liquidación voluntaria de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberán instrumentarse por escritura pública, con la correspondiente declaración del gerente-propietario, y someterse al procedimiento establecido en los artículos 31, 32, 33, 34 y 35 de esta Ley; debiendo tomarse las anotaciones correspondientes a los márgenes de la escritura de constitución de la empresa y de su inscripción en el Registro Mercantil.

Salvo el caso previsto en el artículo 37 de esta Ley, la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá transformarse a ninguna de las sociedades reguladas por la Ley de Compañías.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá enajenar la totalidad de sus activos y pasivos, o la mayor parte de ellos, cumpliendo las disposiciones previstas en la ley.

Art. 37.- En caso de muerte del gerente-propietario, la empresa pasará a pertenecer a sus sucesores, según la ley o el testamento respectivo.

Si por virtud de la ley o del testamento la empresa pasare a ser de propiedad de una sola persona, como heredero o como legatario, la misma podrá continuar su existencia hasta el vencimiento de su plazo, pero anteponiendo a su denominación específica los términos de "sucesor de"; para lo cual se requerirá de la previa

declaración por escritura pública del heredero o legatario, la misma que se someterá al trámite de los artículos 31, 32, 33, 34 y 35 de esta Ley, debiendo tomarse las anotaciones correspondientes a los márgenes de la escritura de constitución de la empresa y de su inscripción en el Registro Mercantil.

Si por la muerte del gerente-propietario la empresa pasare a ser propiedad de varias personas, la misma tendrá necesariamente que transformarse, en un plazo de noventa días, en compañía anónima o de responsabilidad limitada, o disolverse y liquidarse, a menos que los sucesores hubieren transferido sus derechos y acciones hereditarios en la empresa a favor de una sola persona, la que deberá entonces continuar las operaciones de la misma como su nuevo gerente-propietario, pero con la correspondiente modificación en la denominación específica de la empresa.

En este último caso se deberá dejar constancia de los traspasos y de las modificaciones respectivas en una nueva escritura pública que se sujetará al trámite establecido en los artículos 31, 32, 33, 34 y 35 de esta Ley, en cuanto fueren aplicables, y que se anotará al margen de la escritura de constitución de la empresa y de su inscripción en el Registro Mercantil.

Una copia de la antedicha escritura con su razón de inscripción en el Registro Mercantil o el correspondiente certificado del Registrador constituirá el documento habilitante para que el nuevo gerente-propietario legitime su personería.

Sección 8ª.

De la Administración y de la Representación Legal

Art. 38.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, será administrada por su gerente-propietario, quien a su vez, será su representante legal.

Para legitimar su personería como representante legal de la empresa el gerente-propietario utilizará una copia certificada actualizada de la escritura pública que contenga el acto constitutivo de la empresa con la correspondiente inscripción en el Registro Mercantil, o una certificación actualizada del Registrador Mercantil en la que se acredite la existencia y denominación de la empresa, domicilio principal, objeto, plazo de duración, capital empresarial y la identidad de su gerente-propietario.

Se entenderá por copia o certificación actualizada la extendida durante los noventa días anteriores.

Art. 39.- La representación legal de la empresa se extenderá sin posibilidad de limitación alguna, a toda clase de actos y contratos relacionados directamente con el

objeto empresarial y a todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones de la empresa que se deriven de su existencia y de su actividad, así como los que tengan por objeto garantizar el cumplimiento de dichas obligaciones, en los términos señalados en el artículo 18 de esta Ley.

El gerente-propietario no podrá ejecutar ni celebrar, a nombre de la empresa, ningún acto o contrato distinto de los señalados en el inciso anterior, obligándose en caso de violación, por ese hecho en forma personal e ilimitada.

Art. 40.- El gerente-propietario podrá designar uno o más apoderados generales de la empresa, de conformidad con la ley.

Los poderes que el gerente-propietario otorgue de conformidad con el inciso anterior, deberán constar por escrituras públicas que se inscribirán en el Registro Mercantil del domicilio principal de la empresa.

Si el poder fuere otorgado para la administración de una sucursal o establecimiento ubicado fuera del domicilio principal de la empresa, la escritura correspondiente deberá, además, inscribirse en el Registro Mercantil del lugar en que funcione o deba funcionar tal sucursal o establecimiento.

Art. 41.- El gerente-propietario podrá también encargar o delegar, mediante el otorgamiento del correspondiente poder especial, una o más de las facultades administrativas y representativas que tuviere, sin necesidad del cumplimiento de las formalidades y procedimientos señalados en el artículo anterior.

Art. 42.- El gerente-propietario y los apoderados referidos en los artículos anteriores, no podrán realizar la misma actividad a la que se dedica la empresa según su objeto empresarial, ni por cuenta propia ni por cuenta de otras personas naturales o jurídicas.

La violación a la norma establecida en el inciso que antecede, será sancionada con la pena establecida en el artículo 364 del Código Penal.

Art. 43.- El gerente-propietario y los apoderados mencionados anteriormente no podrán otorgar ningún tipo de caución por cuenta propia para asegurar el cumplimiento de las obligaciones de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

Tampoco lo podrán sus respectivos cónyuges ni sus ascendientes ni descendientes.

Toda caución otorgada con violación a la prohibición antedicha carecerá de valor y no surtirá efecto alguno.

La prohibición de este artículo también comprende a los fideicomisos mercantiles sobre bienes propios que de alguna manera tuvieren por finalidad garantizar las obligaciones de la empresa.

Art. 44.- Salvo las excepciones establecidas en esta Ley, es prohibido al gerente-propietario y a los apoderados negociar o contratar por cuenta propia, directa o indirectamente, con la empresa unipersonal de responsabilidad limitada que ellos administraren.

Se presume de derecho que existe negociación o contratación indirecta del administrador o del gerente-propietario o del apoderado con la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, cuando la operación se realizare con el cónyuge o cualquier pariente hasta el segundo grado de consanguinidad de éste o aquel.

Art. 45.- Se exceptúan de la prohibición constante en el artículo anterior los siguientes actos o contratos:

- a) Las entregas de dineros hechas por el gerente-propietario a favor de la empresa que administre, a título de mutuo o de simple depósito, sin intereses;
- b) El comodato en que la empresa fuere la comodataria y cualquier otro acto o contrato gratuito ejecutado o pactado en beneficio exclusivo de la empresa; y,
- c) La prestación de servicios personales.

Sección

9ª.

De la Contabilidad y de los Resultados

Art. 46.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá llevar su contabilidad de conformidad con la ley y reglamentos respectivos en la forma que más se adecue al giro de sus negocios.

Art. 47.- Anualmente, dentro de los noventa días posteriores a la terminación de cada ejercicio económico, la empresa deberá cerrar sus cuentas y preparar su balance general y su cuenta de pérdidas y ganancias, siguiendo las normas establecidas en la Ley de Compañías y en los reglamentos correspondientes expedidos por la Superintendencia de Compañías, en cuanto fueren aplicables.

Una vez conocidos los resultados económicos de la empresa, si las cuentas arrojaran algún beneficio, el gerente-propietario resolverá sobre el destino de las

utilidades líquidas y realizadas que se hubieren obtenido en el año anterior, debiendo asignar para la formación o incremento del fondo de reserva legal de la empresa por lo menos un diez por ciento de dichas utilidades, hasta que dicho fondo alcance por lo menos el cincuenta por ciento del capital empresarial. Hecha tal asignación, y las que por mandato legal correspondan, el gerente-propietario podrá disponer libremente del saldo, ora conservándolo en la empresa como reservas facultativas, ora retirándolo, en todo o en parte.

Las asignaciones al fondo de reserva legal podrán invertirse y conservarse en valores de alta liquidez en el mercado y no podrán retirarse.

Art. 48.- De las resoluciones que anualmente tomare el gerente-propietario frente a los resultados económicos del año anterior se deberá dejar constancia en acta fechada y firmada por dicho gerente-propietario y por el contador de la empresa, dentro del primer trimestre del calendario.

Un ejemplar de esta acta se protocolizará en una notaría del cantón en que la empresa tuviere su domicilio principal, dentro de los noventa días siguientes, junto con el correspondiente balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa.

Los notarios públicos deberán llevar un protocolo especial para la conservación de estos documentos, de los cuales sólo podrán conferir copias certificadas por orden judicial o por pedido del gerente-propietario de la correspondiente empresa.

Si el gerente-propietario no protocolizare el acta y los estados financieros referidos anteriormente dentro del primer semestre del año correspondiente, responderá personal y solidariamente por todas las obligaciones que la empresa hubiere contraído a partir del uno de enero del año anterior hasta que se efectúe la protocolización debida.

Art. 49.- El gerente-propietario no podrá retirar las utilidades de la empresa mientras las pérdidas de años anteriores no hubieren sido totalmente amortizadas o compensadas.

Art. 50.- Las pérdidas podrán ser amortizadas o compensadas con reservas, con utilidades, o con aportes a fondo perdido por parte del mismo gerente-propietario, o con cualquier otro recurso permitido para las sociedades sujetas al control de la Superintendencia de Compañías.

Art. 51.- Los gerentes-propietarios y los apoderados de las empresas responderán en forma personal y solidaria, según los términos de la ley y del poder correspondiente, hasta por culpa leve.

Art. 52.- Los acreedores personales del gerente-propietario no podrán cobrar sus créditos en los bienes de la empresa, pero sí podrán embargar las utilidades que aquel retire.

Si el ejercicio del derecho que queda mencionado no permitiere el cobro de sus créditos vencidos, cualquier acreedor personal del gerente-propietario de la empresa podrá solicitar al juez que decrete la liquidación de la misma; pero el gerente-propietario podrá impedir que se consuma dicha medida pagando al acreedor o acreedores que lo hubieren solicitado, más las costas judiciales que se hubieren ocasionado.

Art. 53.- La quiebra de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no comportará la de su gerente-propietario, salvo que aquella fuera declarada fraudulenta, en cuyo caso el juez decretará, a petición de parte, el embargo general de todos los bienes de aquel.

En tal caso, los acreedores de la empresa, para el cobro de sus créditos, tendrán preferencia en los bienes del gerente-propietario con relación a los demás acreedores del mismo, salvo el caso de los créditos privilegiados de mejor clase.

Sección 10ª.

De la Disolución y la Liquidación

Art. 54.- El gerente-propietario de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada o sus sucesores, podrán declarar disuelta voluntariamente la empresa en cualquier tiempo y proceder luego a su liquidación.

La resolución del gerente-propietario de disolver voluntariamente la empresa, deberá constar por escritura pública y someterse al trámite previsto en la ley.

Art. 55.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se disolverá forzosamente en los siguientes casos:

1. Por cumplimiento del plazo de su duración; auto de quiebra legalmente ejecutoriado; y, por traslado de su domicilio a país extranjero;
2. Por la conclusión de la actividad para la que se constituyó o la imposibilidad manifiesta de cumplir el objeto empresarial;

3. Por la pérdida total de sus reservas o de más de la mitad del capital asignado, a menos que el gerente-propietario hiciere desaparecer esta causal antes de concluido el proceso de disolución, mediante el aumento del capital empresarial o la absorción de las pérdidas en las cuantías suficientes;
4. A petición de parte interesada en los supuestos establecidos en esta Ley;
5. Por lo establecido en el tercer inciso del artículo 37; y,
6. Por cualquier otra causal determinada en la ley.

Art. 56.- Salvo los casos contemplados en el numeral 1 del artículo precedente, la disolución y consiguiente liquidación deberá ser decretada por un juez de lo civil del domicilio principal de la empresa, con citación al gerente-propietario, a petición de parte legítima o de oficio. En la misma providencia el juez nombrará liquidador y dictará las medidas preventivas que estime necesarias, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales en que hubiere incurrido el gerente-propietario o sus apoderados, las que se harán efectivas por cuerda separada.

La providencia judicial en que conste el nombramiento del liquidador, una vez ejecutoriada, se inscribirá en el Registro Mercantil del domicilio principal de la empresa.

En los casos de disolución de pleno derecho, el Juez de lo Civil, de oficio o a petición de parte, notificará al correspondiente Registrador Mercantil para que proceda a la inscripción respectiva y, en el mismo acto, designará un liquidador; en caso de existir sucursales, la notificación se la hará también en el Registro Mercantil del domicilio de éstas.

Art. 57.- De la sentencia que expida el juez ordenando la disolución y liquidación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, el gerente-propietario podrá interponer recurso de apelación.

La Corte Superior resolverá por los méritos de los autos y su fallo causará ejecutoria.

Art. 58.- La disolución forzosa de la empresa se anotará al margen de la inscripción correspondiente del Registro Mercantil y, bajo la responsabilidad personal del gerente-propietario, se anunciará por una sola vez, mediante publicación en el periódico de mayor circulación del domicilio principal de la empresa, y de las sucursales en caso de haberlas, dentro del término de ocho días siguientes a la fecha en que fue decretada por el juez.

Art. 59.- Con la inscripción de la disolución, todos los créditos en contra de la empresa se considerarán de plazo vencido.

Art. 60.- Una vez inscrita la disolución voluntaria o forzosa de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, la misma se pondrá necesariamente en liquidación.

La empresa conservará su personería jurídica durante el proceso de su liquidación, para los efectos legales correspondientes.

En la disolución voluntaria, la liquidación deberá ser efectuada por el gerente-propietario o un delegado suyo o por un liquidador designado por sus sucesores. El nombramiento de tal liquidador deberá inscribirse en el Registro Mercantil del domicilio principal de la empresa.

Durante el proceso de su liquidación, a la denominación de la empresa se le agregarán las palabras "en liquidación".

Quien quiera que fuere el encargado de la liquidación se llamará "liquidador".

El liquidador de la empresa ejercerá la representación legal de la misma y legitimará su personería de conformidad con el artículo 38 de esta Ley, en cuanto fuere aplicable.

La disolución y liquidación voluntaria o forzosa de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada, se ajustarán en cuanto fueren aplicables, a las reglas contenidas en la Ley de Compañías para la disolución y liquidación de sociedades.

El liquidador está obligado a notificar a la administración tributaria respectiva el estado de liquidación de su representada para la determinación de las obligaciones tributarias que correspondan.

Art. 61.- Una vez satisfecho el pasivo de la empresa y terminadas las operaciones de su liquidación, se cancelará la inscripción en el Registro Mercantil.

Sección 11ª.

De la Prescripción

Art. 62.- A excepción de los casos señalados en el artículo 66 de esta Ley, la responsabilidad del gerente-propietario o sus sucesores en los casos de disolución de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada prescribirá en tres años, salvo norma legal en contrario, contado desde la fecha de inscripción correspondiente en el Registro Mercantil.

Art. 63.- La prescripción de que trata el artículo anterior no tendrá lugar en el caso de que la empresa se disuelva por quiebra. En dicho caso la prescripción será de cinco años, contados a partir de la inscripción del auto de quiebra en el Registro Mercantil.

Art. 64.- Aún transcurridos los plazos previstos en los artículos anteriores, quedará a los acreedores el derecho de ejercer su acción contra la empresa en liquidación, hasta la concurrencia de los fondos indivisos de la empresa que aún existan, en proporción de lo que por el capital y las ganancias les hubiere correspondido en la liquidación.

Esta acción prescribirá en cinco años, contados a partir de la publicación del último aviso a los acreedores a que se refiere el artículo 393 de la Ley de Compañías.

Art. 65.- El liquidador que con dinero propio hubiere pagado deudas de la empresa no podrá ejercer contra el gerente-propietario derechos mayores que los que corresponden a los acreedores pagados.

Art. 66.- La actividad de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada que encubra la consecución de fines ajenos a la misma, o constituya un mero recurso para violar la ley, el orden público o la buena fe, o se utilice para defraudar derechos de terceros, se imputará directa y solidariamente al gerente-propietario y a las personas que la hubieren hecho posible, quienes responderán civil y penalmente en forma personal por los perjuicios causados. En general, por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada, serán personal y solidariamente responsables quienes los hubieren ordenado y/o los que los hubieren ejecutado. En caso de infracción, la correspondiente responsabilidad penal recaerá también sobre dichas personas y prescribirá conforme a las normas del Código Penal.

Las acciones civiles que personalmente puedan ejercerse contra el gerente-propietario u otros responsables, por razón de este artículo, prescribirá en cinco años, contados a partir del hecho correspondiente o de la inscripción de la liquidación de la empresa, según el caso y a elección del accionante.

Art. 67.- Las utilidades de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada y lo que retiren de ellas sus gerentes-propietarios, tendrán el mismo tratamiento tributario que establece la ley de la materia para las utilidades de las compañías anónimas y para los dividendos que ellas distribuyan entre sus accionistas, respectivamente.

ANEXOS 4

ESTUDIO FINANCIERO



Casa Comercial Pazmiño Cía. Ltda.

... Siempre junto a usted!

R.U.C.: 1791350863001

Quito, Septiembre 08 del 2008

PROFORMA No. 02410

Señores
DIEGO VELASCO EURL
Atn.: Sr. Diego Velasco
Urb. Iñaquito Alto N93-30
Telf.: 2808-529
Presente.-

A continuación detallo la cotización solicitada por Uds.

CANTIDAD	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	MAQUINA REGISTRADORA Marca: SAM 4S Modelo: ER-350 18 Departamentos 300 precios pregrabados Impresión alfanumérica / Visor para cliente Control de ventas en efectivo, cheques, crédito Reporte por horas, diarios, mensuales Desglose de IVA tarifa 12% y tarifa 0 Un ticket cliente	350,00	350,00

GARANTIA: 1 Año sobre defectos de fábrica
FORMA DE PAGO: Contado
ENTREGA: Inmediata dependiendo de stock
VALIDEZ DE LA OFERTA: 5 Días
I.V.A. : A Incluir

Atentamente;

MARCIA

MARCIA BUCHELI H.
RESPONSABLE

... Servicio Técnico a Domicilio...!



CASIO brother EPSON Panasonic FEDDERS ComfortStar LG

IÑAQUITO N39-96 Y ARIZAGA - EDIFICIO TORRES LONDRES P.B. • TELEFAX: 245 6425 / 246 2588 / 227 0781
CEL.: 09 947 5199 / 09 9556012 • E-MAIL: compazmi@uio.satnet.net • QUITO - ECUADOR



MONTERO SALTOS IVAN ALFREDO

R.U.C. 1706489638001

AV. DE AGOSTO N43-33 Y FALCONI

Telefax: 331 6006 / 331 9602

PROFORMA No. 1268

Cliente: CONSUMIDOR FINAL

Atención: DIEGO VELASCO EURL

Cédula/RUC: 0

Fecha: 06/09/2008

Elaborado por: VASQUEZ CABEZA JAIME ALEJANDRO

#	CODIGO	MARCA	MODELO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNITARIO	DESCUENTO	SUBTOTAL
1	872260520112	UMCO ECUADOR	1062	CALDERO RECORTADO 50 cm.	3	114.16	0.00%	342.48
2	7861026911922	UMCO ECUADOR	1192	PAILA RECORTADA 60 cm.	3	56.20	0.00%	168.59
3	0502341034527	CAMRY	NS-30KG	BALANZA MECANICA CON PLATO PLA 66 Lbs.	2	29.33	0.00%	58.66
4	7891116052359	TRAMONTINA	63813-730	CUCHARON SOPA 480ml 480 ml.	3	15.23	0.00%	45.70
5	7891116042328	TRAMONTINA	63813-220	ESPUMADERA PROFESIONAL 56 cm.	3	15.23	0.00%	45.70
6	7891112053311	TRAMONTINA	24620-180	CUCHILLO CEBOLLERO 10	3	9.73	0.00%	29.20
7	7891112054165	TRAMONTINA	24677-187	ESPATULA PARA HAMBURGUESA 7" X 0	3	7.83	0.00%	23.49
8	7806810282208	ILKO	RHD	COLADOR 30cm. INDUST.	1	37.95	0.00%	37.95
9	7891112053519	TRAMONTINA	24624-186	HACHUELA BLANCA 6 "	2	14.95	0.00%	29.90
10	7861141300878	INOX KINGDOM	*KW-IID20*	FUENTE P/BATIR 20Lt 20 l.	3	10.96	0.00%	32.88

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

Tiempo de Validez: 8 días

Forma de Pago: Efectivo o Cheque a nombre de MONTERO SALTOS IVAN ALFREDO

Tiempo de Entrega: _____

Este documento es solo un listado de precios y no garantiza la disponibilidad de stock

SUBTOTAL: 814.54

DESCUENTO: 0.00

I.V.A.: 97.75

TOTAL: 912.28

COTIZACION

Fecha: Teléfono:

Nombre: Céd. Ident.

Dirección/Trabajo:

PRECIOS INCLUYEN IVA

Código	Modelo	Descripción	P.V.P.
TK 100 756	TEXOCSA	Computadora L A	\$ 784,45
		Impresora	
		Mesa	
		Prend 1	
1 TOTAL			\$

Observaciones: Crédito Directo Tarjeta de Crédito

Sucursal: NNU.U Vendedor: Andover

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

2 \$	Cuota Inicial
3 \$	Saldo a financiar (1+2)
4 \$	% Interés
Ganancias Mensuales \$	%
\$	Total a pagar (2+3+4)



COTIZACION

Fecha: Teléfono:

Nombre: Céd. Ident.

Dirección/Trabajo:

PRECIOS INCLUYEN IVA

Código	Modelo	Descripción	P.V.P.
0107920275	8008	Campana Mabe	\$ 146.01
5804000903	RUC 15	Vitrina Haceb	852.01
0403000903	CF 300	Congelador Indurama	669.07
0210000106	Gra3	Cilindro	35.87
1 TOTAL			\$ 1882,31

Observaciones: Contado

Crédito Directo Tarjeta de Crédito

Sucursal: N.N.U.U Vendedor: Andover

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

2 \$	Cuota Inicial
3 \$	Saldo a financiar (1+2)
4 \$	% Interés
Ganguitas Mensuales \$	/u
\$	Total a pagar (2+3+4)



AMBIENTAR

MUEBLES REYES

DECORACION TOTAL DE HOGAR Y OFICINA

RUC: 1705687091001

PROFORMA

Matriz: Calle San Pedro N33-87 y Rumipamba
Telfs.: 2546-738
Sucursal: Av. América N26-98 y General Aguirre
Telfs.: 2520-685 • Quito - Ecuador

Nº **0000273**

		Ciudad: <u>Quito</u>
		Fecha: <u>6-09-2008</u>
Señor: <u>Diego Vilas</u>	Telf: <u>9463139</u>	
Dirección:	R.U.C:	
Forma de pago:		

POR LO SIGUIENTE:

Cant.	ARTICULO	Tarf.	P. Unit.	Precio Total
1	estación meté. b.c.		230 ⁰⁰	230 ⁰⁰
1	Sello con control cl negra		140 ⁰⁰	140 ⁰⁰
2	frigoríficos c/prop.		135 ⁰⁰	270 ⁰⁰
1	Sello multi-dirección		45 ⁰⁰	45 ⁰⁰
1	escritorio 0.20 ^{gris} negro		50 ⁰⁰	50 ⁰⁰
1	lápiz negro 1.20 negro		125 ⁰⁰	125 ⁰⁰
3	papeleros negro		98 ⁰⁰	34 ⁰⁰
	<u>Vale de</u>			
	<u>7 días</u>			
			TOTAL \$	914⁰⁰

PASADOS LOS 60 DIAS SI EL CLIENTE NO RETIRA EL PRODUCTO NO HABRA DEVOLUCION NI RECLAMO ALGUNO DEL ABONO, ESTE COBRIRA GASTOS DE BODEGAJE

D.C.B.
Entregado por

[Firma]
Recepcionado

La mercadería viaja por cuenta y riesgo del comprador. No aceptamos dominio de reserva sobre la mercadería hasta su pago total
El valor del flete será cancelado por el cliente - SALIDA LA MERCADERIA NO ACEPTA DEVOLUCIONES
IMPENGRAF: Telf: 2505483 PG- B-C 0001 al 0600

Nombre del Cliente:
 Almacén: **PRINCIPAL** Fecha: **09-08-08**

COTIZACIÓN

ARTICULOS	CANT.	P.V.P.	%DESCTO.	PRECIO OFERTA
FAX PANASONIC 205				127,07
TELEF. PANASONIC 3531				72,66
PRECIOS INCLUYEN I.V.A.				
TOTAL:				
Cuota Inicial:				PRECIOS INCLUYEN I.V.A.
Plazo:				
Cuota Mensual:				
Total Crédito:				

Vendedor: **Wilson Rodriguez** Teléfono almacén: **9255338**

Precios sujetos a cambios sin previo aviso. En los precios a crédito que constan en esta cotización, se encuentran incluidos los impuestos de ley y gastos de financiación.



ANEXOS 5

ESTUDIO FINANCIERO

PUNTOS DE EQUILIBRIO

CUADRO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

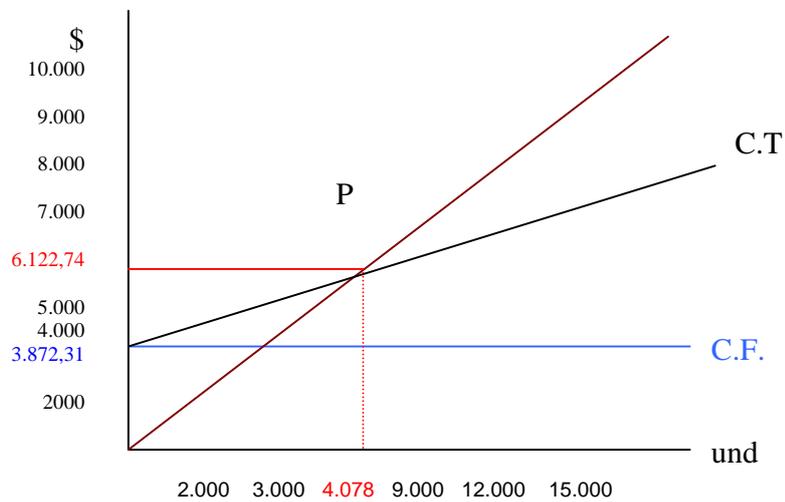
COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fijo: Consumo de agua	300	300	300	300	300
Fijo: Consumo de energia	360	360	360	360	360
Fijo: Consumo telefonico e internet	240	240	240	240	240
Fijo: Combustibles	720	720	720	720	720
Fijo: Arriendo instalaciones	4200	4200	4200	4200	4200
Fijo: Utiles de oficina y limpieza	360	360	360	360	360
Suministros, Servicios y Otros gastos	6.180,00	6.180,00	6.180,00	6.180,00	6.180,00
Mano de Obra Indirecta	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Depreciaciones	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76	3.350,76
Amortizaciones	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Mantenimiento	385,29	385,29	385,29	385,29	385,29
Gastos Administrativos	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20	8.183,20
Gastos de Ventas	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60	3.391,60
Gastos Financieros	1.949,60	1.559,68	1.169,76	779,84	389,92
TOTAL COSTOS FIJOS	26.560,45	26170,53	25.780,61	25.390,69	25.000,77

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra Directa	9.774,80	9.774,80	9.774,80	9.774,80	9.774,80
Materiales Directos	17.279,44	17.452,23	17.626,75	17.803,02	17.981,05
Costo variable :Agua para produccion	298,31	301,30	304,31	307,35	310,43
Energia (CON ADICIONALES)	28,80	29,09	29,38	29,67	29,97
Etiquetas	570,00	575,70	581,46	587,27	593,14
Bandejas	110,00	111,10	112,21	113,33	114,47
Suministros, Servicios y Otros gastos	1.007,11	1.017,18	1.027,36	1.037,63	1.048,01
TOTAL COSTOS VARIABLES	28.061,35	28.244,22	28.428,91	28.615,45	28.803,86

PUNTOS DE EQUILIBRIO

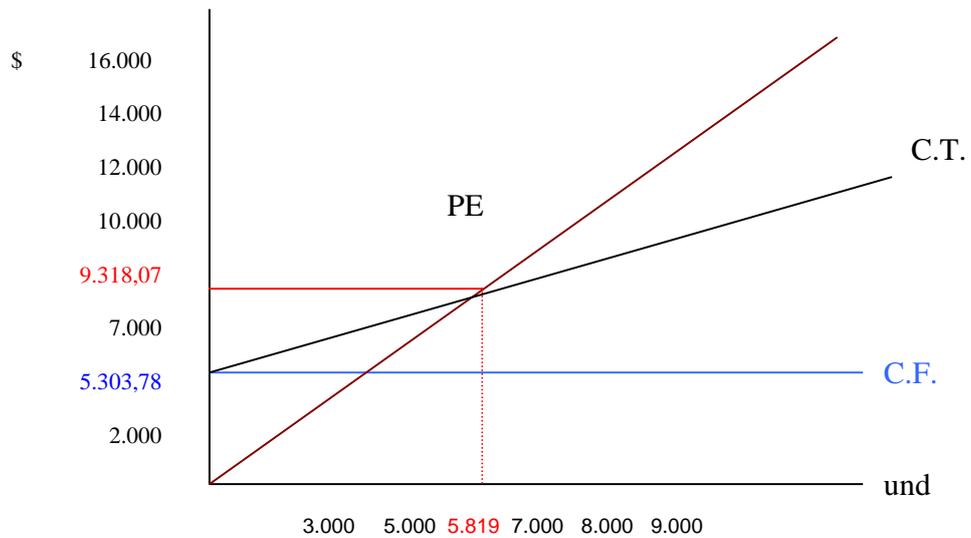
PUNTO DE EQUILIBRIO Empanadas de Pollo (Bandeja de 4 und)

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	3.872,31	3.815,46	3.758,62	3.701,77	3.644,92
COSTOS VARIABLES	4.091,13	4.117,79	4.144,72	4.171,91	4.199,38
COSTOS TOTALES	7.963,44	7.933,26	7.903,33	7.873,68	7.844,30
INGRESOS TOTALES	11.130,73	11.378,12	11.617,32	11.861,56	12.110,95
PE \$	6.122,74	5.979,46	5.843,35	5.710,11	5.579,61
PE und	4078	3982	3892	3803	3716



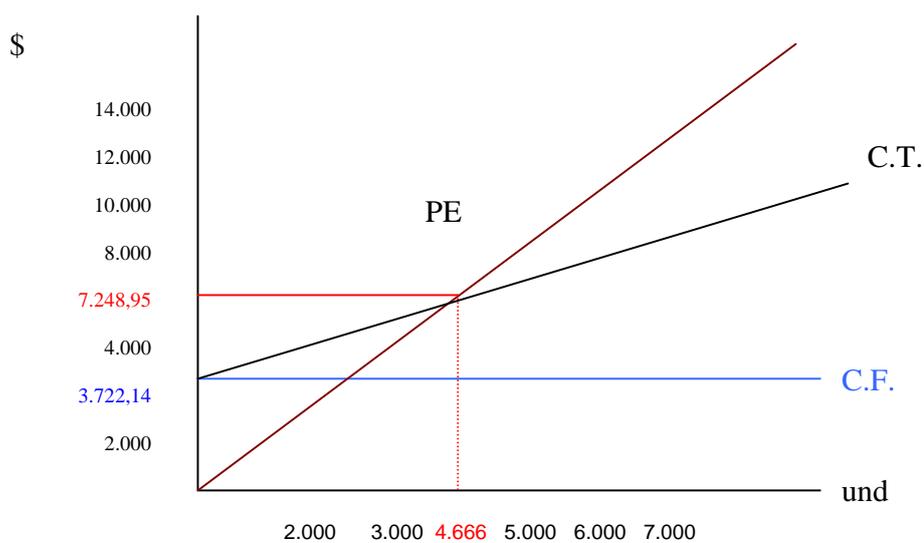
PUNTO DE EQUILIBRIO Empanadas de Pollo (Bandeja de 5 unid)

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	5.303,78	5.225,92	5.148,06	5.070,20	4.992,33
COSTOS VARIABLES	5.603,49	5.640,01	5.676,89	5.714,14	5.751,76
COSTOS TOTALES	10.907,27	10.865,93	10.824,95	10.784,33	10.744,09
INGRESOS TOTALES	13.006,98	13.296,07	13.575,59	13.861,00	14.152,43
PE \$	9.318,07	9.075,71	8.848,03	8.626,39	8.410,48
PE unid	5819	5668	5526	5387	5252



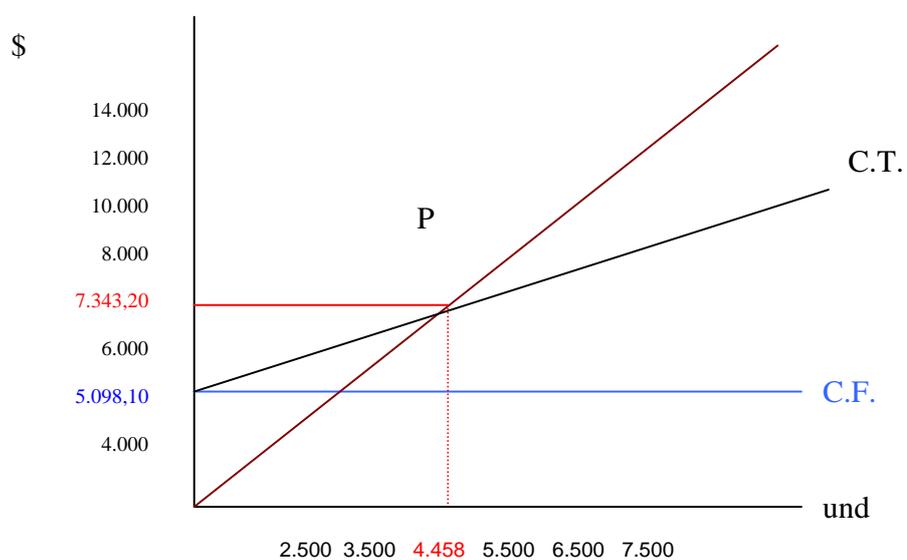
PUNTO DE EQUILIBRIO Empanadas de Carne (Bandeja de 4 und)

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	3.722,14	3.667,50	3.612,85	3.558,21	3.503,57
COSTOS VARIABLES	5.386,18	5.421,28	5.456,73	5.492,54	5.528,70
COSTOS TOTALES	9.108,32	9.088,78	9.069,59	9.050,75	9.032,27
INGRESOS TOTALES	11.070,67	11.316,72	11.554,63	11.797,56	12.045,60
PE \$	7.248,95	7.040,02	6.845,83	6.657,90	6.475,87
PE und	4666	4531	4406	4285	4168



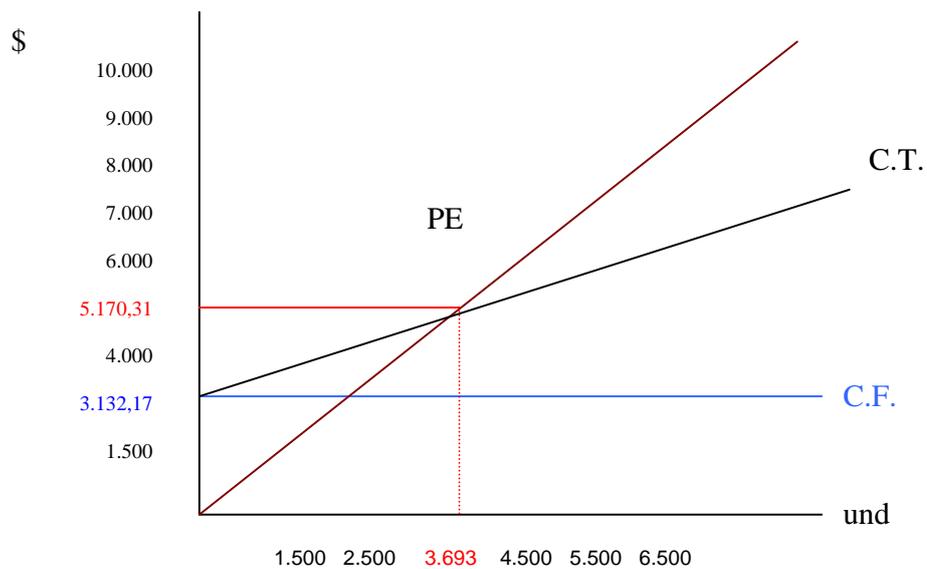
PUNTO DE EQUILIBRIO Empanadas de Carne (Bandeja de 5 und)

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	5.098,10	5.023,25	4.948,41	4.873,57	4.798,72
COSTOS VARIABLES	3.932,47	3.958,10	3.983,98	4.010,12	4.036,53
COSTOS TOTALES	9.030,57	8.981,35	8.932,39	8.883,69	8.835,25
INGRESOS TOTALES	12.862,18	13.148,05	13.424,46	13.706,69	13.994,87
PE \$	7.343,20	7.186,76	7.036,69	6.889,08	6.743,84
PE und	4458	4363	4271	4182	4094



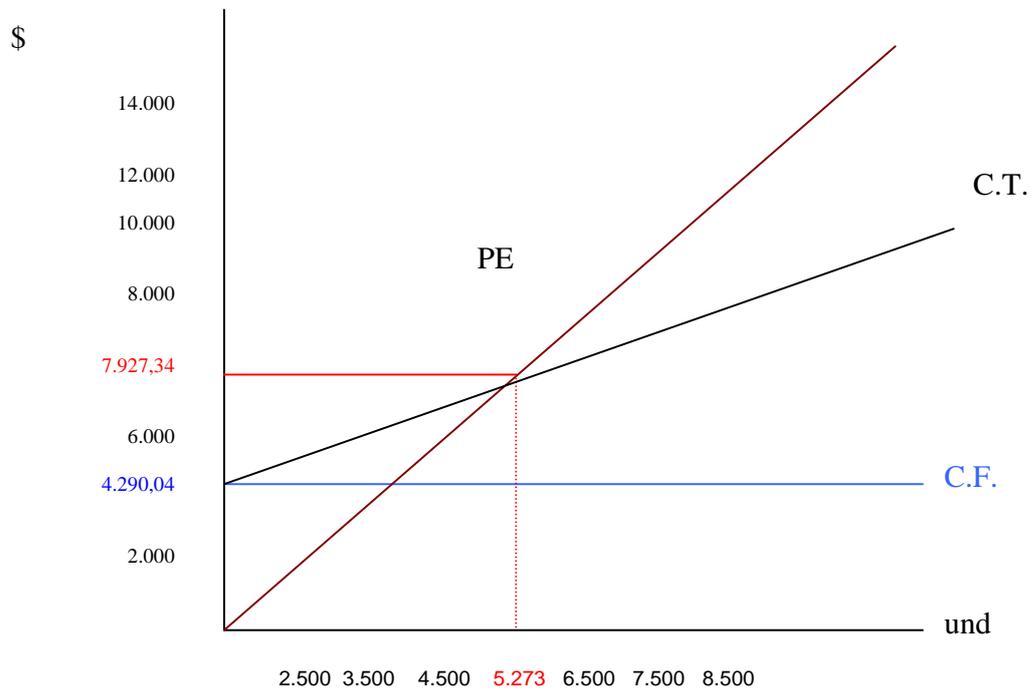
PUNTO DE EQUILIBRIO Empanadas de Queso (Bandeja de 4 unidad)

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	3.132,17	3.086,19	3.040,21	2.994,23	2.948,25
COSTOS VARIABLES	3.309,17	3.330,73	3.352,51	3.374,51	3.396,73
COSTOS TOTALES	6.441,34	6.416,93	6.392,73	6.368,74	6.344,98
INGRESOS TOTALES	8.394,64	8.581,21	8.761,62	8.945,82	9.133,91
PE \$	5.170,31	5.043,97	4.924,51	4.807,82	4.693,78
PE unid	3693	3603	3518	3434	3353



PUNTO DE EQUILIBRIO Empanadas de Queso (Bandeja de 5 unid)

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	4.290,04	4.227,06	4.164,08	4.101,10	4.038,12
COSTOS VARIABLES	4.532,46	4.562,00	4.591,83	4.621,96	4.652,39
COSTOS TOTALES	8.822,50	8.789,06	8.755,91	8.723,06	8.690,51
INGRESOS TOTALES	9.878,32	10.097,86	10.310,16	10.526,91	10.748,24
PE \$	7.927,34	7.710,50	7.507,85	7.311,14	7.120,04
PE unid	5273	5128	4994	4863	4736



PUNTO DE EQUILIBRIO (OTROS)

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
COSTOS FIJOS	1.141,91	1.125,15	1.108,38	1.091,62	1.074,86
COSTOS VARIABLES	1.206,44	1.214,30	1.222,24	1.230,26	1.238,36
COSTOS TOTALES	2.348,35	2.339,45	2.330,62	2.321,88	2.313,22
INGRESOS TOTALES	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
PE \$	1.505,06	1.486,05	1.466,99	1.447,87	1.428,71
PE unid	2736	2702	2667	2632	2597

En otros se ha considerado la venta de Empanadas de Harina de Maíz, directamente en la Fábrica.

