



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

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

**TEMA: “Creación de la línea de almohadas de plumas de pollo para la empresa Procesadora Santa Anita”**

**AUTORA: Ana Lucia Fiallos Avila**

**TUTOR: Dr. MBA. Walter Ramiro Jiménez Silva**



**AMBATO – ECUADOR**

**Octubre 2017**


## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Dr. MBA Walter Ramiro Jiménez Silva**

**CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Creación de la línea de almohadas de plumas de pollo para la empresa Procesadora Santa Anita**” presentado por la **Srta. Ana Lucia Fiallos Avila** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 18 de Septiembre del 2017



**Dr. MBA Walter Ramiro Jiménez Silva**  
CC. 050179735-1

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

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

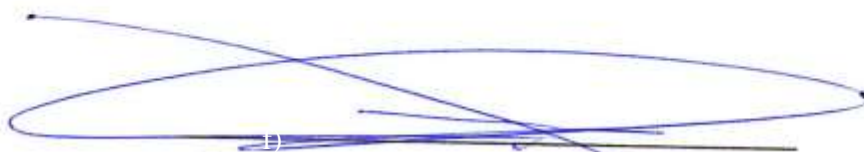


**Ana Lucia Fiallos Avila**

**C.C. 050257048-4**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

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



**Ing. Mg. William Franklin Ortiz Paredes**  
**C.C 180346974-9**



**Ing. Mg. Ramiro Enrique Cepeda Luna**  
**C.C 180198724-7**

Ambato, 13 de Octubre del 2017

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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



---

**Ana Lucia Fiallos Avila**

**C.C. 050257048-4**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero iniciar dando gracias a Dios; por bendecirme y darme fortaleza durante esta trayectoria estudiantil, por guiarme y permitir que mi meta más anhelada se haga realidad.

A la Facultad de Ciencias Administrativas; por abrirme sus puertas y permitirme adquirir nuevos conocimientos para poder desenvolverme durante toda mi vida estudiantil y en mi futuro profesional, por formarme como una profesional con valores éticos y morales que siempre se sentirá orgullosa de ser parte de tan prestigiosa Facultad.

Un agradecimiento especial a mi tutor Dr. Walter Jiménez; por su ayuda y consejos brindados durante todo el proceso previo a la obtención de mi título.

Profundo agradecimiento a mis padres: por ser el pilar de fundamental de mi vida, por enseñarme a no rendirme nunca y luchar siempre con humildad por alcanzar cada una de mis metas propuestas. A mi hermano por ser mi consejero y apoyo incondicional, gracias infinitas por darme fortaleza y amor para no rendirme.

Quiero dar gracias a mi familia por siempre extenderme su mano cuando lo necesite, por sus palabras de aliento que fueron mi mayor impulso.

Finalmente quiero agradecer a mis amigos y compañeros por ser parte de este reto y darme sus consejos para poder lograrlo.

**ANA LUCIA FIALLOS AVILA**

## **DEDICATORIA**

A Dios; por ser mi guía diariamente, por protegerme y darme la fortaleza necesaria en los momentos que necesitaba. A mi ángel Augusto Avila por ser mi protector y compañero infaltable.

A mi madre Nancy Avila; por ser mi mayor ejemplo de lucha, fortaleza y perseverancia, por darme su mano cuando estuve a punto de caer, pero sobre todo por hacer de mí una mujer exitosa y llena de valores.

A mi padre Nelson Fiallos; por su infinito amor y dedicación brindado diariamente, enseñándome el valor de la humildad y agradecimiento, por ser mi ejemplo de entrega, responsabilidad y puntualidad durante mi vida.

A mi hermano Fernando Fiallos; por ser mi compañero de vida, por sus consejos y apoyo incondicional.

A mi sobrina María Augusta Fiallos; por enseñarme el verdadero amor incondicional y por ser la alegría de mi vida.

A mi familia; por enseñarme lo valioso que es la unión, respeto y honestidad, por su apoyo desinteresado y consejos que ayudaron hacer de mí una mujer de bien. A mis amigos; por su preocupación, por su aliento y consejos oportunos día a día.

Nada hubiera sido posible sin la presencia de ustedes durante esta trayectoria que tuvo momentos buenos y malos, momentos en los que cada uno de ustedes supieron ser mi impulso para no rendirme y lograr cumplir mi meta.

**ANA LUCIA FIALLOS AVILA**

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xviii
ABSTRACT.....	xix
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS .....	2
1.1.2 ANÁLISIS DEL PROBLEMA.....	3
1.1.4 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN .....	6
1.1.5 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS .....	6
CAPÍTULO II .....	10
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	10
2.1 NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO .....	10
2.2 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA .....	10
2.3 JUSTIFICACIÓN.....	11
2.4 OBJETIVOS.....	14
2.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	14
2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	14
2.5 BENEFICIARIOS .....	15
2.6 RESULTADOS A ALCANZAR. ....	15
CAPÍTULO III.....	16
ESTUDIO DE MERCADO .....	16
3.1. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO, CARACTERÍSTICAS Y USOS .....	16
3.1.1 PRODUCTO “ALMOHADAS DE PLUMAS” .....	16
3.1.2 CARACTERÍSTICAS.....	16
3.1.3 USOS .....	17



3.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	17
MUESTRA DE LA POBLACIÓN .....	19
TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN .....	19
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS POSIBLES CLIENTES .....	20
3.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA .....	30
3.3.1 DEMANDA EN PERSONAS .....	30
3.3.2 DEMANDA EN PRODUCTO .....	31
3.4 ESTUDIO DE LA OFERTA .....	33
3.4.1 OFERTA EN PERSONAS .....	34
3.4.2 OFERTA EN PRODUCTOS .....	35
3.5. PRECIOS.....	37
3.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....	38
3.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	39
3.8. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	40
3.8.1 ANÁLISIS FODA .....	41
FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS .....	42
MATRIZ DE ESTRATEGIAS .....	42
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	43
CAPÍTULO IV .....	44
ESTUDIO TÉCNICO .....	44
4.1 TAMAÑO DEL EMPRENDIMIENTO.....	44
4.1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO .....	44
4.1.2 TAMAÑO OPTIMO .....	45
4.2. LOCALIZACIÓN .....	46
4.2.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA .....	46
MÉTODO CUANTITATIVO DE PUNTOS PONDERADOS .....	46
4.2.2 MACRO LOCALIZACIÓN .....	47
4.2.3 MICRO LOCALIZACIÓN .....	48
4.3. INGENIERÍA DE PROYECTO. ....	49
4.3.1 PROCESO DEL PRODUCTO .....	50
4.3.2 BALANCE DE MATERIALES .....	52
ESTUDIO INICIAL DEL PROYECTO .....	52

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO .....	54
PERÍODO OPERACIONAL ESTIMADO DE LA PLANTA.....	56
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	56
DISTRIBUCIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	57
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA (LAY-OUT) .....	58
CAPÍTULO V .....	60
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	60
5.1. ASPECTOS GENERALES.....	60
5.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL .....	60
5.2.1 NIVELES JERÁRQUICOS.....	60
5.2.2 MISIÓN .....	62
5.2.3 VISIÓN.....	62
5.2.4 VALORES .....	62
5.3 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....	63
5.4 ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	64
5.5 MANUAL DE FUNCIONES.....	65
CAPÍTULO VI.....	70
ESTUDIO FINANCIERO .....	70
6.1 INVERSIONES EN ACTIVOS TANGIBLES .....	70
6.2 INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES.....	72
6.3 INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO	
.....	74
6.3.1 ACTIVO CORRIENTE O CIRCULANTE.....	74
6.3.2 PASIVO CIRCULANTE .....	75
6.3.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	76
6.4 RESUMEN DE INVERSIONES .....	76
6.5 FINANCIAMIENTO .....	77
6.6 PLAN DE INVERSIONES .....	78
6.7 PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS .....	78
6.7.1 SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL .....	87
6.7.2 7SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADA.....	88
6.7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	89
6.7.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS .....	90

6.7.5 FLUJO DE CAJA .....	92
6.8 PUNTO DE EQUILIBIO .....	93
6.8.1 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS.....	94
6.8.2 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES DE PRODUCCIÓN.....	94
6.8.3 PUNTO DE EQUILIBRIO GRAFICADO .....	95
6.9 TASA DE DESCUENTO Y CRITERIOS ALTERNATIVOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS .....	96
6.9.1 CALCULO TMAR 1 SIN FINANCIAMIENTO.....	96
6.9.2 CALCULO TMAR2 SIN FINANCIAMIENTO.....	96
6.9.3 CALCULO TMAR1 GLOBAL MIXTO.....	97
6.9.4 CALCULO TMAR 2 GLOBAL MIXTO.....	97
6.10 VALOR PRESENTE NETO O VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	98
6.10.1 CALCULO VAN1 .....	98
6.10.2 CALCULO VAN2.....	99
6.11 INDICADORES FINANCIEROS .....	100
6.11.1 INDICES DE SOLVENCIA.....	100
6.11.2 INDICE DE LIQUIDEZ.....	100
6.11.3 INDICE DE ENDEUDAMIENTO .....	100
6.11.4 INDICE DE APALANCAMIENTO .....	101
6.12 TASA BENEFICIO – COSTO.....	101
6.13 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN (PRI).....	102
6.14 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	103
6.15 ANALISIS DE SENSIBILIDAD .....	103
6.15.1 ESCENARIO OPTIMISTA +20% .....	104
6.15.2 ESCENARIO PESIMISNA -20% .....	108
6.15.3 CUADRO DE SENSIBILIDAD .....	111
CAPÍTULO VII .....	112
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	112
7.1. CONCLUSIONES.....	112
7.2. RECOMENDACIONES .....	112
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	113
ANEXOS .....	116

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS .....	2
GRÁFICO 2: MICRO LOCALIZACIÓN.....	10
GRÁFICO 3: PREGUNTA N°1 .....	20
GRÁFICO 4: PREGUNTA N°2 .....	21
GRÁFICO 5: PREGUNTA N°3 .....	22
GRÁFICO 6: PREGUNTA N°4 .....	23
GRÁFICO 7: PREGUNTA N°5 .....	24
GRÁFICO 8: PREGUNTA N°6 .....	25
GRÁFICO 9: PREGUNTA N°7 .....	26
GRÁFICO 10: PREGUNTA N°8 .....	27
GRÁFICO 11: PREGUNTA N°9 .....	28
GRÁFICO 12: PREGUNTA N°10 .....	29
GRÁFICO 13: DEMANDA EN PERSONAS .....	31
GRÁFICO 14: DEMANDA EN PRODUCTOS.....	33
GRÁFICO 15: OFERTA EN PERSONAS.....	34
GRÁFICO 16: DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA .....	37
GRÁFICO 17: PRECIO.....	38
GRÁFICO 18: LONGITUD DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	40
GRÁFICO 19: DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA REAL.....	46
GRÁFICO 20: MAPA DEL ECUADOR .....	48
GRÁFICO 21: MAPA DE COTOPAXI .....	48
GRÁFICO 22: MAPA SAN MIGUEL SALCEDO .....	49
GRÁFICO 23: MAPA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA .....	49
GRÁFICO 24: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA (LAY-OUT) .....	59
GRÁFICO 25: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL .....	63
GRÁFICO 26: ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	64
GRÁFICO 27: MANUAL DE FUNCIONES GERENTE GENERAL .....	65
GRÁFICO 28: MANUAL DE FUNCIONES JEFE ADMINISTRATIVO .....	66
GRÁFICO 29: MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN .....	67
GRÁFICO 30: MANUAL DE FUNCIONES JEFE COMERCIAL .....	68

GRÁFICO 31: MANUAL DE FUNCIONES ASESORÍA.....	69
GRÁFICO 32: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL .....	88
GRÁFICO 33: ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO.....	89
GRÁFICO 34: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	91
GRÁFICO 35: FLUJO DE CAJA .....	92
GRÁFICO 36: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	95
GRÁFICO 37: ESCENARIO OPTIMISTA .....	104
GRÁFICO 38: ESCENARIO PESIMISTA .....	108

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: MATRIZ DE INVOLUCRADOS .....	6
TABLA 2: SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	18
TABLA 3: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	18
TABLA 4: PREGUNTA N°1 .....	20
TABLA 5: PREGUNTA N°2 .....	21
TABLA 6: PREGUNTA N°3 .....	22
TABLA 7: PREGUNTA N°4 .....	23
TABLA 8: PREGUNTA N°5 .....	24
TABLA 9: PREGUNTA N°6 .....	25
TABLA 10: PREGUNTA N°7 .....	26
TABLA 11: PREGUNTA N°8 .....	27
TABLA 12: PREGUNTA N°9 .....	28
TABLA 13: PREGUNTA N°10 .....	29
TABLA 14: DEMANDA EN PERSONAS .....	30
TABLA 15: DEMANDA EN PRODUCTO .....	32
TABLA 16: PROYECCIÓN DEMANDA EN PRODUCTOS.....	32
TABLA 17: PROYECCIÓN OFERTA EN PERSONAS .....	34
TABLA 18: CALCULO DE LA OFERTA EN PRODUCTOS.....	35
TABLA 19: OFERTA EN PRODUCTOS .....	35
TABLA 20: CALCULO DE LA DPI .....	36
TABLA 21: PROYECCIÓN DE PRECIOS .....	37
TABLA 22: ANÁLISIS FODA .....	41
TABLA 23: FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.....	42
TABLA 24: MATRIZ DE ESTRATEGIAS .....	42
TABLA 25: DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA REAL .....	45
TABLA 26: MÉTODO PROMEDIO PONDERADO .....	47
TABLA 27: PROCESO DE ACTIVIDADES.....	50
TABLA 28: MATERIA PRIMA .....	53
TABLA 29: MATERIALES INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	53
TABLA 30: INSUMOS .....	54
TABLA 31: SIMBOLOGÍA NORMATIVA ASME .....	55

TABLA 32: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LUFA .....	56
TABLA 33: CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	57
TABLA 34: MAQUINARIA .....	57
TABLA 35: EQUIPO Y SOFTWARE .....	57
TABLA 36: HERRAMIENTAS.....	58
TABLA 37: MUEBLES Y ENSERES .....	58
TABLA 38: NIVELES JERÁRQUICOS.....	61
TABLA 39: MAQUINARIA .....	70
TABLA 40: EQUIPO DE COMPUTO.....	70
TABLA 41: HERRAMIENTAS.....	71
TABLA 42: MUEBLES Y ENSERES .....	71
TABLA 43: VEHÍCULO .....	71
TABLA 44: TABLA DE ACTIVOS FIJOS .....	71
TABLA 45: PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.....	72
TABLA 46: PUBLICIDAD .....	73
TABLA 47: TOTAL ACTIVO INTANGIBLE .....	73
TABLA 48: TOTAL ACTIVO CIRCULANTE .....	75
TABLA 49: FINANCIAMIENTO .....	77
TABLA 50: PLAN DE INVERSIÓN .....	78
TABLA 51: MATERIA PRIMA .....	79
TABLA 52: MATERIALES INDIRECTOS .....	79
TABLA 53: INSUMOS .....	80
TABLA 54: CARGO DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	80
TABLA 55: MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO .....	81
TABLA 56: MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.....	81
TABLA 57: COSTOS DE PRODUCCIÓN TOTALES .....	81
TABLA 58: SERVICIOS BÁSICOS .....	82
TABLA 59: SUELDOS Y SALARIOS (COSTOS ADMINISTRATIVOS) .....	83
TABLA 60: SUMINISTROS DE OFICINA.....	83
TABLA 61: ÚTILES DE ASEO .....	84
TABLA 62: COSTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES .....	84
TABLA 63: SUELDOS Y SALARIOS (COSTO DE VENTAS).....	85
TABLA 64: TRANSPORTE .....	85

TABLA 65: COSTOS DE VENTA TOTALES .....	86
TABLA 66: PRÉSTAMO BANCARIO .....	86
TABLA 67: PRESUPUESTO DE COSTOS .....	87
TABLA 68: PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	89
TABLA 69: COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES .....	93
TABLA 70: T <sub>MAR1</sub> GLOBAL .....	97
TABLA 71: T <sub>MAR2</sub> GLOBAL .....	97
TABLA 72: CUADRO COMPARATIVO DE SENSIBILIDAD .....	111



## ÍNDICE DE ECUACIONES

ECUACIÓN 1: LOTE ECONÓMICO.....	74
ECUACIÓN 2: INVENTARIO .....	74
ECUACIÓN 3: CUENTAS POR COBRAR .....	74
ECUACIÓN 4: PASIVO CORRIENTE .....	75
ECUACIÓN 5: CAPITAL DE TRABAJO .....	76
ECUACIÓN 6: INVERSIÓN INICIAL .....	76
ECUACIÓN 7: PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS.....	94
ECUACIÓN 8: PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES DE PRODUCCIÓN.....	94
ECUACIÓN 9: T <sub>MAR1</sub> SIN FINANCIAMIENTO .....	96
ECUACIÓN 10: T <sub>MAR2</sub> SIN FINANCIAMIENTO .....	96
ECUACIÓN 11: VAN1.....	98
ECUACIÓN 12: VAN2 .....	99
ECUACIÓN 13: SOLVENCIA.....	100
ECUACIÓN 14: LIQUIDEZ.....	100
ECUACIÓN 15: ENDEUDAMIENTO .....	100
ECUACIÓN 16: APALANCAMIENTO .....	101
ECUACIÓN 17: RELACIÓN BENEFICIO / COSTO .....	101
ECUACIÓN 18: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN .....	102
ECUACIÓN 19: TASA INTERNA DE RETORNO .....	103

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa Procesadora Santa Anita, fue constituida hace cinco años legalmente obteniendo todos los permisos de funcionamiento y con las normas y reglamento requeridos para este tipo de negocio, la mencionada empresa está dedicada al faenamiento diario de pollos, proceso en el cual se cumple con las normas de higiene y calidad requeridos por los clientes, al finalizar el proceso se obtiene como desecho las plumas de pollo entre otros que podrían servir como materia prima.

Las plumas que salen del proceso de faenamiento son enviadas diariamente al relleno sanitario del cantón Salcedo sin ningún tratamiento ni proceso, por lo cual se dio mejor uso y en consecuencia se desarrolló el emprendimiento de almohadas rellenas de plumas de pollo, que serán tratadas pasando por un proceso de limpieza y desinfección, teniendo en cuenta que será de gran aporte al medio ambiente, ya que las plumas tendrán un mejor uso y no contaminan el mismo.

Para este proyecto se utilizó encuestas como medio de recolección de datos, también se realizó una investigación de campo con el fin de lanzar al mercado un producto que cumpla con todas las necesidades y expectativas del cliente, con todos los datos obtenidos se concluyó que el precio del producto será de \$10,00 dólares siendo un valor accesible y se confeccionara con tela hipo alergénica.

La creación de la línea de almohadas de plumas de pollos para la Procesadora Santa Anita pretende ayudar al cuidado del medio ambiente, crear una nueva fuente de ingreso económica para la misma, solucionando también el problema de la empresa al no saber cómo tratar las plumas creando un producto nuevo, innovador y que cuida la salud de los clientes al momento de descansar.

**PALABRAS CLAVES:** EMPRENDIMIENTO, ALMOHADAS, PLUMAS DE POLLO, PROCESADORA SANTA ANITA.

## **ABSTRACT**

The processing company Santa Anita, was established five years ago legally obtaining all operating permits and with the rules and regulations required for this type of business, the aforementioned company is dedicated to the daily slaughter of chickens, a process in which the standards of hygiene and quality required by customers, at the end of the process is obtained as waste chicken feathers among others that could serve as raw material.

The feathers that come out of the slaughter process are sent daily to the sanitary landfill of the canton Salcedo without any treatment or process, for which better use was made and as a result the undertaking of pillows stuffed with chicken feathers was developed, which will be treated through a cleaning and disinfection process, taking into account that it will be of great contribution to the environment, since the feathers will have a better use and will not contaminate it.

For this project, surveys were used as a means of data collection, and a field investigation was also carried out in order to launch a product that meets all the needs and expectations of the client, with all the data obtained it was concluded that the price of the product will be \$ 10.00 dollars being an accessible value and will be made with hypo allergenic fabric.

The creation of the line of feather pillows of chickens for the Santa Anita Processor aims to help care for the environment, create a new source of income for the same, also solving the problem of the company to not know how to treat the feathers creating a new, innovative product that takes care of the health of the clients when resting

**KEYWORDS:** ENTREPRENEURSHIP, PILLOWS, CHICKEN FEATHERS, SANTA ANITA PROCESSOR

# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

La creación de almohadas rellenas de plumas de pollo para la empresa Procesadora Santa Anita, es una idea innovadora ya que dichas plumas que son procesadas en la fase de faenamiento, son enviadas a la basura; con el fin de reciclar las mismas se ha generado el proceso adecuado y amigable con el ambiente.

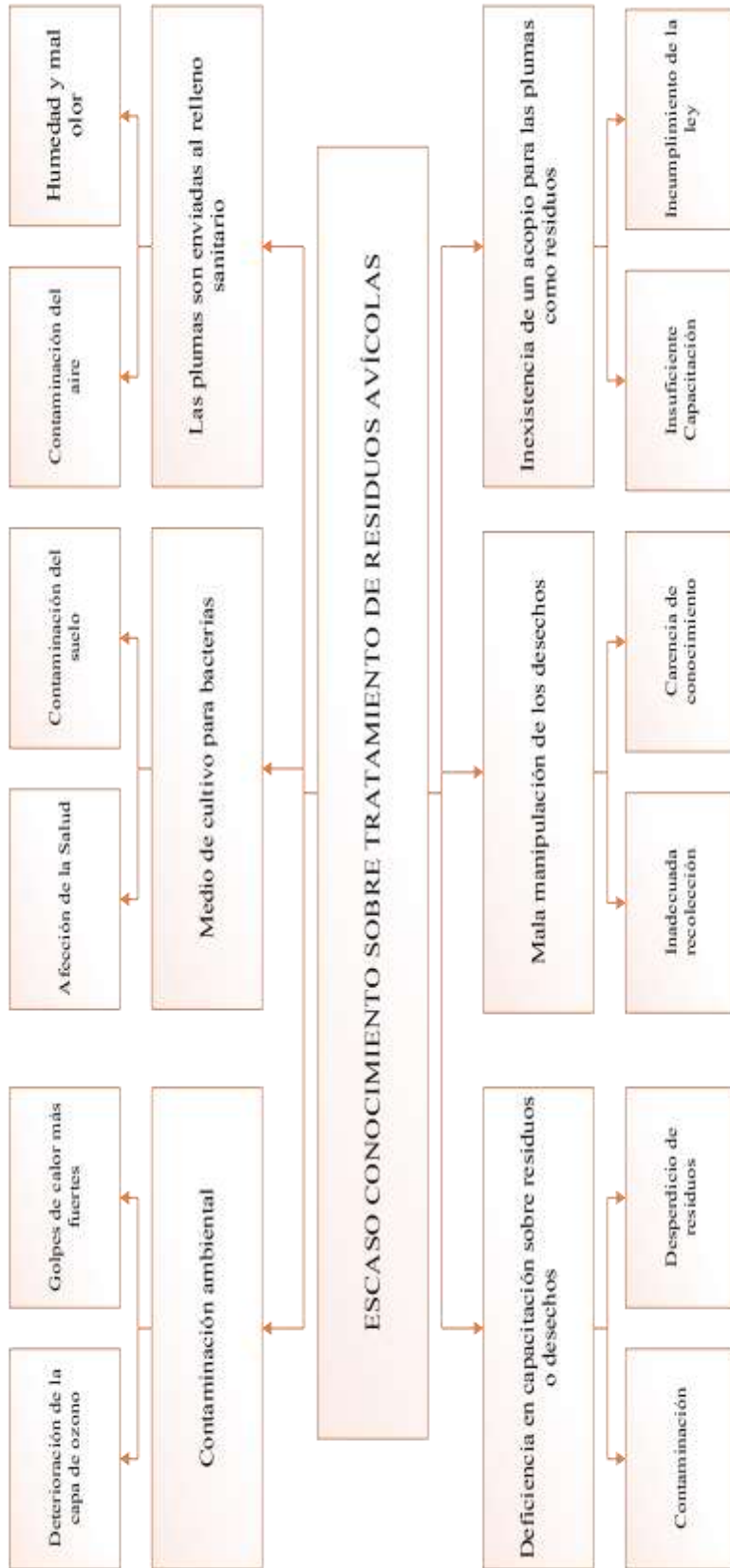
La materia prima son las plumas de los pollos, se pueden obtener a diario en una cantidad necesaria para realizar las almohadas, diariamente la cantidad de plumas obtenidas después del proceso de faenamiento son 250 kilos de plumas húmedas, que al entrar al proceso de secado resultan 200 kilos de pluma, de las cuales, de 10 a 20 kilos son desperdicios y 180 kilos de uso efectivo, logrando de esta forma, realizar almohadas de 1 kilo.

En caso en que las personas posean alguna alergia a las plumas, se utiliza un tipo de tela hipo alérgica con la finalidad de que no exista algún problema para el uso o tenerlas en el hogar.

El proceso para realizar y manufacturar las almohadas requiere una manipulación compleja, debido a que se realiza un acopio de las plumas, y a su vez, un reciclaje óptimo. De esta manera se practica la responsabilidad social al cuidar el medio ambiente y dar un uso muy útil y ecológico a dichas plumas.

### 1.1.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS

**GRÁFICO 1:** Árbol de Problemas



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** Investigación de campo

### 1.1.2 ANÁLISIS DEL PROBLEMA

El proceso de faenamiento de las aves de corral genera residuos adicionales a los despojos como son plumas, vísceras y órganos de animales sacrificados, como también las aguas residuales del proceso, algunos de estos productos pueden e incluso proporcionan nutrientes orgánicos e inorgánicos si se los recicla y se les brinda el tratamiento adecuado para los mismos, sin duda alguna su tratamiento inadecuado da lugar a potenciales problemas de salud ambiental y humana. (Charles Michael Williams, 2013)

Las razones de contaminación de medio ambiente son varias, pero la principal es la falta de educación de las personas, la falta de interés por cuidar en lugar en donde habitan. (Manahan, 2007)

Las avícolas al ser parte de la industria alimenticia deben cumplir con un proceso de producción el cual deja residuos y desperdicios los mismos que resultan ser nocivos para el ambiente, por lo que Ecuador tuvo que realizar un estudio e incrementar la promulgación de leyes y programas que deben ser aplicados a los procesos de producción artesanal e industrial. (Jeanneth Caroline Galarza, 2016)

Algunas empresas no cumplen con lo que manda la ley referente al cuidado ambiental, ya que tienen una insuficiente capacitación referente al tema por lo que causa una inexistencia de un acopio para las plumas como residuo creando una deficiencia en el tratamiento de plumas como residuo, como efecto las plumas son enviadas al relleno sanitario en el mismo se genera humedad y mal olor y a su vez una contaminación del aire en el lugar.

La carencia de conocimiento sobre el cuidado ambiental y la inadecuada recolección de los residuos avícolas hace que exista una mala manipulación de los desechos que podrían ser reutilizables, hace exista un déficit en el tratamiento de plumas, al no saber cómo tratarlas son mandadas o arrojadas indebidamente provocando un medio de cultivo de bacterias provocando afecciones a la salud y una contaminación del aire.

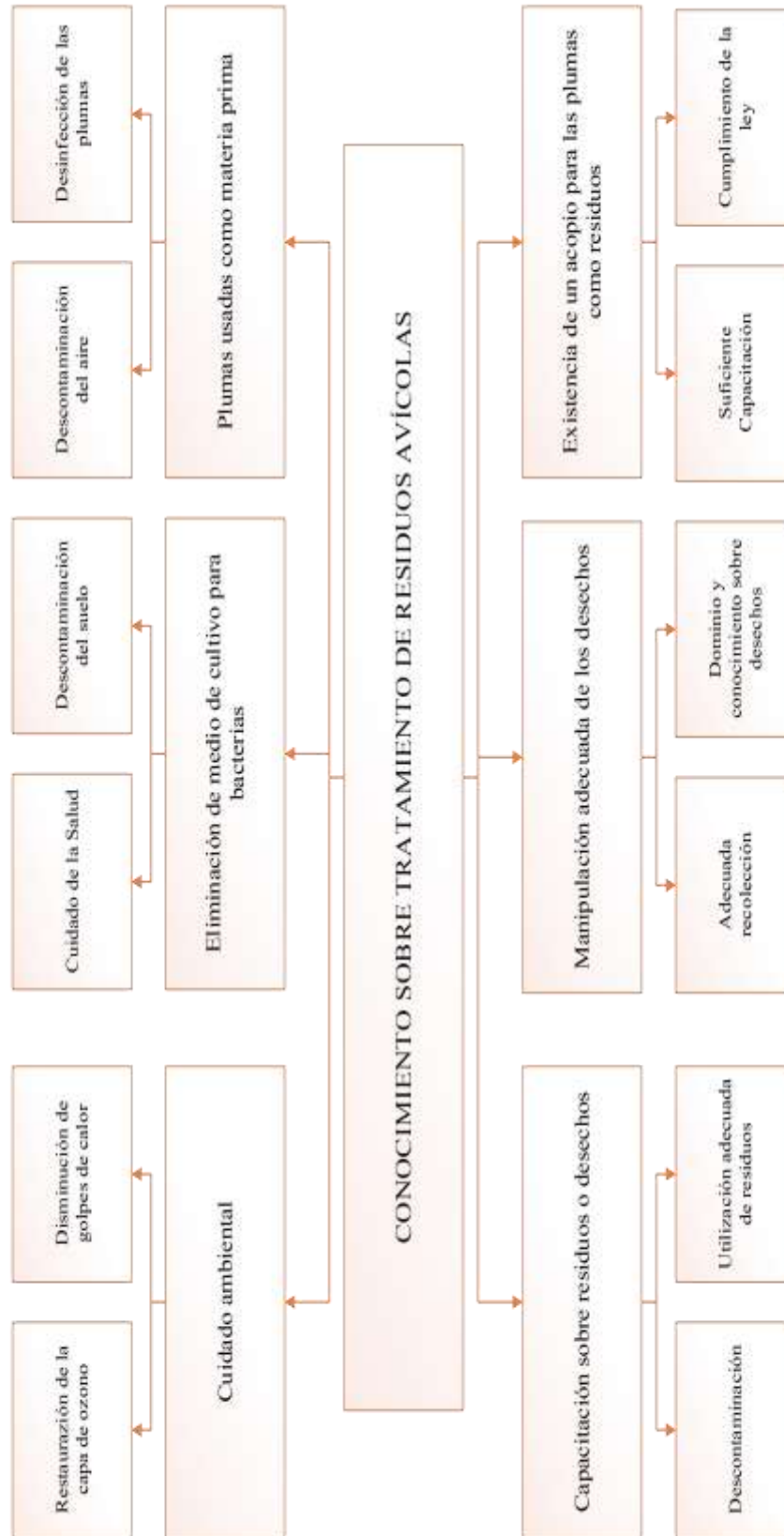
Al crear un medio de cultivo de bacterias puede ser perjudicial no solo para la salud, contaminación del aire sino también para la destrucción del suelo, no todas las bacterias son beneficiosas para el suelo. (Campesinos, 2010)

El desperdicio de residuos y la contaminación se dan por la escasez de conocimiento sobre tratamiento de dichos residuos, dando cabida a una deficiencia en el tratamiento de plumas como residuos, y por lo tanto se produce una contaminación ambiental que con el tiempo puede ir creciendo, creando una deterioración de la capa de ozono lo mismo creara que el golpe de calor sea más fuerte y que la salud y la piel de las personas estén en alto riesgo.

Por último, todas las empresas deben regirse a lo que se considera en la constitución política de la República del Ecuador, la misma que dice que el Estado Ecuatoriano garantiza a su población el derecho del buen vivir en un ambiente ecológicamente equilibrado y libre de contaminación. (Asamble Constituyente, 2008)

### 1.1.3 ÁRBOL DE OBJETIVOS

GRÁFICO 2: Árbol de Objetivos



Elaborado por: Ana Lucia Fiallos

Fuente: Investigación de campo



#### 1.1.4 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

- Tratar adecuadamente los residuos para lograr una descontaminación, realizando una capacitación y mejorando los conocimientos sobre tratamiento de residuos avícolas, con el fin de aportar al cuidado ambiental logrando con esto restaurar la capa de ozono evitar que los golpes de calor sean más fuertes.
- Tener dominio y conocimientos sobre desechos teniendo una adecuada recolección de los mismos, realizando una manipulación adecuada de desechos poniendo en práctica los conocimientos en tratamientos de residuos avícolas, logrando eliminar que se dé un medio de cultivo para bacterias, cuidando la salud de las personas y evitando la contaminación del suelo.
- Cumplir la ley sobre tratamiento de residuos mediante capacitaciones y creación de un acopio para las plumas como residuos, poniendo en práctica un buen tratamiento de residuos avícolas y utilizando las plumas como materia prima realizando un proceso de desinfección de las mismas con el fin de crear un nuevo producto.

#### 1.1.5 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

**Tabla 1:** Matriz de involucrados

<b>GRUPOS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>PROBLEMAS PERCIBIDOS</b>	<b>RECURSOS Y MANDATOS</b>
<b>Procesadora “Santa Anita”</b>	Crear un acopio para las plumas como residuos y darle un mejor tratamiento a las mismas	No contar con un acopio para los residuos que quedan después del proceso de faenamiento	Ley de Gestión Ambiental. Art 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales: 1) El estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

			<p>3) El estado garantizara la participación activa y permanente de las personas, comunidad, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.</p> <p>4) En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, estas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.</p>
<b>Comunidad</b>	Prevenir la contaminación del suelo y aire, evitando la aparición de un medio de cultivo de bacterias	Contaminación del aire y del suelo	<p>Constitución de la republica de Ecuador</p> <p>Ambiente sano</p> <p>Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, <i>sumak kawsay</i>. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua</p>
<b>Clientes</b>	Comprar un almohada que brinde comodidad y salud	Productos similares no elaborados con tela hipo alérgica	<p>Ley de defensa del consumidor y su reglamento.</p> <p>Art. 4. - “Derechos del consumidor.- Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades</p>

			fundamentales y el acceso a los servicios básicos”
<b>Proveedores</b>	Proporcionar materia prima y materiales necesarios para la producción del nuevo producto	Precios bajos de materia prima por parte de la competencia	Ley de la defensa del consumidor y su reglamento. Art. 4.- Derechos del consumidor. - 2. “Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad”. 5. “Derecho a un trato transparente. Equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida”
<b>Ministerio del Ambiente</b>	Solucionar problemas ambientales y de contaminación tanto como el aire y el suelo.	Contaminación del suelo y el aire	Ley de Gestión Ambiental. Art 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales: 1) El estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad d regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras. 3) El estado garantizara la participación activa y permanente de las personas, comunidad, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales. 4) En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones

			legales en materia ambiental, estas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.
--	--	--	--

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

## CAPÍTULO II

### DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 2.1 NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO

Creación de la línea de almohadas de plumas de pollo para la empresa  
“Procesadora Santa Anita”

#### 2.2 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

Microlocalización

**Cantón:** Salcedo

**Sector:** Rumipamba de la Universidad

**Parroquia:** San Miguel

**Calles:** Panamericana Norte km 3

**GRÁFICO 2:** Micro Localización



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** (Google Maps, 2017)

## 2.3 JUSTIFICACIÓN

Para el tratamiento de los residuos avícolas en el país, existe un buen sistema de manipulación en lo que refiere a “gallinaza”, la misma que es utilizada como un fertilizante, con la gallinaza se conforman camas que contienen altos niveles de microorganismos patógenos, nitrógeno en exceso y antibióticos, el tratamiento en cuanto a la gallinaza es muy provechoso, ya que, se lo comercializa para uso agrícola, favoreciendo a los cultivos, acidificando los suelos y sustancias tóxicas y dañinas para el cultivo. (Campo, 2004)

A diferencia del tratamiento de plumas son llevadas a los distintos rellenos sanitarios de los diferentes cantones en cada provincia, pero no en todos los cantones existe el tratamiento adecuado de las plumas, ya que, lo óptimo sería llevarlas a los rellenos sanitarios a cielo abierto, enterradas con cal o a su vez estabilizadas bajo sistemas controlados con el fin de no contaminar el ambiente, ni dañar el ecosistema, la falta de capacitación sobre el tratamiento de residuos avícolas hace que no las plumas u otros residuos sean simplemente arrojadas al relleno sanitario sin ningún control de higiene, ni mucho menos control ambiental. (Pastori, 2012)

De acuerdo al manejo de residuos, deben ser eliminados conforme dispone la ley de gestión ambiental, es decir, almacenar en contenedores adecuados, cerrados y a prueba de humedad y del ingreso de roedores, moscas, insectos y otros animales, en caso de plumas, deben ser enterradas con cal o a su vez tener un tratamiento higiénico con el fin de prevenir la contaminación ambiental, suelos y fuentes de agua con lixiviados que pongan en riesgo a la población humana o animal. (Ing. Diego Alfonso Vizcaíno Cabezas, 2013)

A nivel de producción en la provincia de Cotopaxi, no existe el procesamiento de almohadas rellenas de plumas, ya que no se genera la capacitación ni mucho menos el conocimiento sobre un buen tratamiento de las plumas como residuo, dichas plumas pueden ser ocupadas de algunas maneras, siempre y cuando se conozca el tratamiento adecuado para las mismas.

Agrocalidad y el sector avícola del país en los últimos años han empezado a crear lazos fuertes de compromiso de emprendimiento, dicho compromiso se evidencia en la última reunión que fue realizada hace dos años; al análisis amplio sobre las diferentes

granjas avícolas que existen en el país, llegando a la conclusión, que solo el 50% están inscritas y cumplen con todo lo referente a la ley, el propósito de la misma es lograr que en estos años el 100% de granjas avícolas y faenadoras de aves estén inscritas y con todos los permisos necesarios para realizar su actividad. (Agrocalidad, Acta de Reunión del CNA, 2015)

En cuanto a nivel de la zona 3 Agrocalidad exige lo mismo que a nivel de país que se cumpla con un buen tratamiento de residuos, en los dos últimos años se lleva realizando seguimientos en cuanto a faenadoras de aves, con el fin de que cada una cumplan con las normas, exigencias y procesos que la ley exige para que pueda brindar su servicio al público.

También se ha realizado capacitaciones a los diferentes agricultores de la zona que permitió que en Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Chimborazo un 83,25% a fines de marzo del 2016 estén capacitados y aptos para poder realizar sus actividades como la ley rige. (Agrocalidad, Rendición de cuentas zona 3, 2017)

En cuanto a faenadoras de aves en la zona 3 Agrocalidad está interviniendo en cada una de ellas con el fin de que sus instalaciones sean las adecuadas, para que su producto sea higiénico y de calidad, que esté apto para el consumo humano, la empresa en la que realice mi proyecto es “Procesadora Santa Anita” cumple con la normativa legal vigente y todos los permisos otorgados por Agrocalidad, con la capacitación necesaria en cuanto a tratamiento de faenamiento y con instalaciones, adecuadas pero como todas las faenadoras envían los residuos al relleno sanitario, generando impacto en el medio ambiente por lo que genera una necesidad de dar un mejor uso a las plumas como residuos después del proceso de faenamiento.

En la empresa “Procesadora Santa Anita” que se dedica al faenamiento de pollos diariamente, era necesario dar un mejor tratamiento y manejo de las plumas que salen diariamente después del proceso realizado, y aprovechar la facilidad que nos brinda la propietaria de la empresa.

Las plumas que salen del proceso de faenamiento son enviadas diariamente al relleno sanitario del cantón Salcedo sin ningún tratamiento ni proceso, por lo cual decidí darles un mejor uso y en consecuencia desarrollar el emprendimiento de almohadas rellenas de plumas de pollo, que serán tratadas pasando por un proceso de limpieza y

desinfección, teniendo en cuenta que será de gran aporte al medio ambiente ya que las plumas tendrán un mejor uso y no contaminan el mismo.

Con los datos antes mencionados analizándolos cautelosamente y realizando algunas muestras, llegue a la conclusión que con la cantidad de plumas que sale diariamente del proceso de faenamiento se tendrá una producción de almohadas suficientes a las necesidades del estudio de mercado, que tendrán el peso de 1 kilo cada una.

Se soluciona uno de los problemas de la empresa en relación al manejo de los desechos y a su vez se incrementa un proceso adicional que optimiza los desechos, situación que redundara en una nueva fuente de ingresos con una nueva línea de almohadas, también incrementara nuevas fuentes de trabajo primordialmente a personas con discapacidad física que estén dispuestas y aptas para realizar este proceso productivo puesto de trabajo que necesita de mucha atención, dirección y control.

Al realizar un análisis del mercado para este producto, como principales usuarios podrían ser los mismos que adquieren los pollos faenados teniendo la oportunidad de ofertarles la almohada de plumas y la información necesaria sobre este innovador y cómodo producto, también se ofertara a distribuidores de almohadas y expendedores de elementos afines dotando a cada uno de ellos una socialización de nuestro producto, sus características y beneficios con el fin de que se posicione nuestro producto en el mercado.

En cuanto a las personas que reaccionan por alergia a plumas se elaboró el producto en fundas de almohadas de tela hipo alérgica, será una de las estrategias de mercado para que todo tipo de persona pueda obtener el producto y disfrutar de la comodidad que el mismo brindara al momento de descansar.

El gobierno ha venido trabajando en la transformación de la matriz productiva para lograr alcanzar un Ecuador económicamente estable, para poder lograrlo trata de realizar algunas estrategias para conseguir su propósito, todo ello permitirá contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza principalmente. (Desarrollo, 2012)

Entre los sectores priorizados se encuentra el sector de bienes, en el mismo la industria de confecciones y calzado en el cual estaría inmerso nuestro producto aportando así a la transformación de la matriz productiva, de esta manera mejorara la economía de la



empresa, del cantón como también del país, planteando como meta desde un principio lograr que nuestro producto llegue en un futuro a ser distribuido fuera del cantón de la provincia y fuera del país.

Este producto tiene algunas ventajas las cuales le hacen único y llamativo para comprarlo, el plumón y la pluma tienen la facilidad de absorber la humedad del cuerpo y conducirla hacia el exterior.

Tomando en cuenta la vida útil del producto será realmente económico, ya que su vida es al menos cinco veces superior al nórdico de fibra, su diseño ergonómico, la gran suavidad, adaptabilidad y confort se mantienen a pesar de los lavados con agua y jabón, como se menciona anteriormente la comodidad que tiene este producto es excelente ya que la pluma fluye libremente por el interior de la funda de almohada de manera que se adapta a las curvas anatómicas de la columna cervical, teniendo en cuenta que el apoyo que deben tener nuestras vertebras es muy importante para nuestra salud (Nordica Home, 2010).

La pluma está constituida por un tallo curvado del cual parten paralelamente diferentes filamentos muy finos y en direcciones opuestas, las plumas tienen almacenamiento calorífico lo que hace que la temperatura se mantenga cálida y confortable durante el descanso.

## 2.4 OBJETIVOS

### 2.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Crear un producto nuevo con las plumas de pollo que salen diariamente después del faenamiento de las aves para la Procesadora Santa Anita.

### 2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de realizar almohadas con plumas de pollo
- Analizar los beneficios y efectos que tendrá en el ser humano el producto a elaborar.
- Analizar el método adecuado para la elaboración de almohadas de plumas.
- Confeccionar almohadas rellenas de plumas de pollo en tela normal e hipoalérgica.

## 2.5 BENEFICIARIOS

El producto almohadas de plumas de pollo al ser un elemento innovador y amigable con el medio ambiente, tiene como principal beneficiario a la empresa “Procesadora Santa Anita” solucionando el impacto ambiental generado en el proceso productivo, adicionalmente cumplirán con su responsabilidad social y ambiental, con un mejor tratamiento y utilización de las plumas que salen diariamente después del proceso de faenamiento que la empresa realiza.

Con el desarrollo de este proyecto se generan fuentes de trabajo, un sustento económico a la empresa originado con la creación de un nuevo producto que no existe en el mercado local y regional.

Otros beneficiarios son los usuarios de la almohada que se ajusta a las necesidades personales al momento de descansar, tomando en cuenta la vida útil del producto que es muy económico.

## 2.6 RESULTADOS A ALCANZAR.

El producto almohadas de plumas de pollo pretende cuidar el medio ambiente, realizar una nueva línea productiva con el fin de que tenga un nuevo ingreso económico y a su vez encontrar una solución para la empresa “Procesadora Santa Anita” ayudándole a dar un mejor uso a las plumas de pollo, este proyecto pretende alcanzar algunos resultados creando un producto nuevo e innovador ya que no existe la elaboración de este producto en la región.

También se pretende abrir nuevas fuentes de trabajo para personas con discapacidad física que estén preparadas para realizar el proceso de desinfección de las plumas con el fin de cumplir con los estándares de calidad logrando posicionar nuestro producto en el consumidor y en el mercado.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Estudio de mercado es una iniciativa empresarial que tiene como fin conocer la viabilidad comercial de una actividad económica, la información brindada por este estudio es de gran apoyo para tomar decisiones y llevar a cabo el proyecto. (Baca Urbina, 2013)

#### **3.1. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO, CARACTERÍSTICAS Y USOS**

- Producto es todo aquello que ha sido fabricado, que cumple un conjunto de características y atributos tangibles o también pueden ser intangibles mismos que el comprador acepta y se siente satisfecho ya que cumplen las necesidades y exigencias que estos buscan. (Muñoz, 2016)
- Producto es cualquier tipo de objeto, servicio o idea que se puede percibir con el fin de satisfacer una necesidad del cliente y representa la oferta de la empresa.

El producto también se lo define como el potencial satisfactorio de necesidades que se generan antes, durante y después de la venta del mismo. (Bruno, 2010)

El producto es el resultado de un proceso de lavado, secado, desinfección y selección de la materia prima que en este caso son las plumas.

Después de dicho proceso tendremos almohadas hipo alérgicas de 80x40 cm que serán muy cómodas y para todo tipo de personas incluidas a quienes tengan reacciones alérgicas, por las características de confección y el material que se va usar.

##### **3.1.1 PRODUCTO “ALMOHADAS DE PLUMAS”**

El producto tendrá una medida de 80x40 cm, tendrá indicaciones de lavado y secado, también tendrá una etiqueta con el nombre de la marca de la misma, será elaborada con una tela de color blanco hipo alérgica.

##### **3.1.2 CARACTERÍSTICAS**

El producto es muy innovador y útil para el uso de las personas, brindándoles mayor comodidad al momento de utilizarla, las características principales son:

- Fundas de almohadas normales e hipo alergénicas de 80x40 cm
- Tratamiento correcto de las plumas
- Eliminación de bacterias e impurezas de las plumas con amonio
- Certificación y aprobación medica de las almohadas
- El 95% de relleno es plumas y el 5 % de plumón
- Empacadas en fundas plásticas transparente totalmente selladas

### 3.1.3 USOS

Satisfacer las necesidades de comodidad y relajación al momento de descansar con una almohada hipo alergénica que se ajusta a las curvas anatómicas de la columna cervical, cuidando la salud de nuestros clientes y logrando que tengan un descanso placentero en la posición indicada.

### 3.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- La segmentación de mercado se refiere a la división del mercado en grupos uniformes más pequeños, dicha división que se realiza en la segmentación se basa de acuerdo a las características, necesidades y hábitos de compra de los clientes. (David, 2003).
- La segmentación de mercado es una estrategia utilizada para dividir el mercado en distintos grupos de compradores que requieren productos diferentes o un marketing distinto, logrando que la empresa incremente su rentabilidad.  
La división de mercado está basada en criterios de comportamiento hacia el producto, estas estrategias básicamente constituyen el primer paso para la selección del mercado objetivo y la manera en la que vamos acceder a él. (Bruno, 2010)

Está enfocado para todas las personas que busquen mayor comodidad y un descanso placentero, logrando recuperar sus energías y olvidándose de la incomodidad, el insomnio y el dolor que provoca la mala ubicación al momento de descansar, olvidándose también del prejuicio de poder utilizar almohadas de plumas por tener reacciones alérgicas, LUFA almohadas está diseñado para todo tipo de persona que esté dispuesta a utilizarla.

**Tabla 2:** Segmentación de mercado

<b>VARIABLE</b>	<b>DATO</b>	<b>FUENTE</b>	<b>AÑO</b>
<b>Zona 3</b>	1,456,302	INEC	2010
<b>Provincia de Cotopaxi</b>	409,205	INEC	2010
<b>PEA Hombres</b>	71,382	INEC	2010
<b>PEA Mujeres</b>	101,712	INEC	2010
<b>PEA</b>	173,094	INEC	2010

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** (INEC, 2010)

Para realizar la segmentación de mercado tomamos datos del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), tomando los datos el último censo realizado en el 2010, logrando así conocer el dato exacto de la población de la zona 3, Cotopaxi y la población económicamente activa.

**Tabla 3:** Población Económicamente Activa

<b>PROYECCIÓN MERCADO META</b>		
<b>AÑO</b>	<b>DATO</b>	<b>TCP</b>
<b>2012</b>	173,094	1,56%
<b>2013</b>	175,794	2700
<b>2014</b>	178,536	2742
<b>2015</b>	181,321	2785
<b>2016</b>	184,149	2828
<b>2017</b>	187,021	2872

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** (INEC, 2010)

Para obtener el mercado meta se realizará con el dato del año 2010 al cual se lo multiplicara por la tasa de crecimiento poblacional que es 1,56%, después se sumara con la siguiente proyección hasta llegar al año 2017.

### **Tamaño de la Muestra**

n = Tamaño de muestra a estimar

Z = Nivel de confianza de la muestra

P = Proporción 0,50

Q = Proporción 0,50

N = Población

E= Error

$$n = \frac{z^2 Npq}{z^2 pq + e^2 N}$$

## MUESTRA DE LA POBLACIÓN

Las técnicas de muestreo no probabilístico se basan en juicio de la persona que va a realizar la investigación, como consecuencia no permiten una evaluación objetiva de la precisión de los resultados de la muestra y los estimados que se obtuvieron no son estadísticamente proyectales. (Medina Hernández, 2010)

$$n = \frac{(1,96)^2(187021)(0,50)(0,50)}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (0,05)^2(187021)}$$

$$n = \frac{179614,97}{468,51}$$

$$n = 383,37$$

## TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

Las técnicas e instrumentación que se utilizan para la recolección de datos, es un método útil para poder recolectar datos necesarios para la investigación a realizar, es un principio de cualquier recurso que pueda valerse para el investigador para lograr acercarse a los fenómenos o para extraer de ellos información. (Becerril, 1997)

El analizar los resultados es una técnica que se ocupa para relacionar e interpretar la información brindada con el fin de obtener una información correcta y ordenada de los datos que conseguimos después de la investigación.

Para esta investigación se utilizó una encuesta conformada por 10 preguntas. La encuesta se la realizara a la muestra obtenida del mercado meta al cual va dirigido nuestro producto.

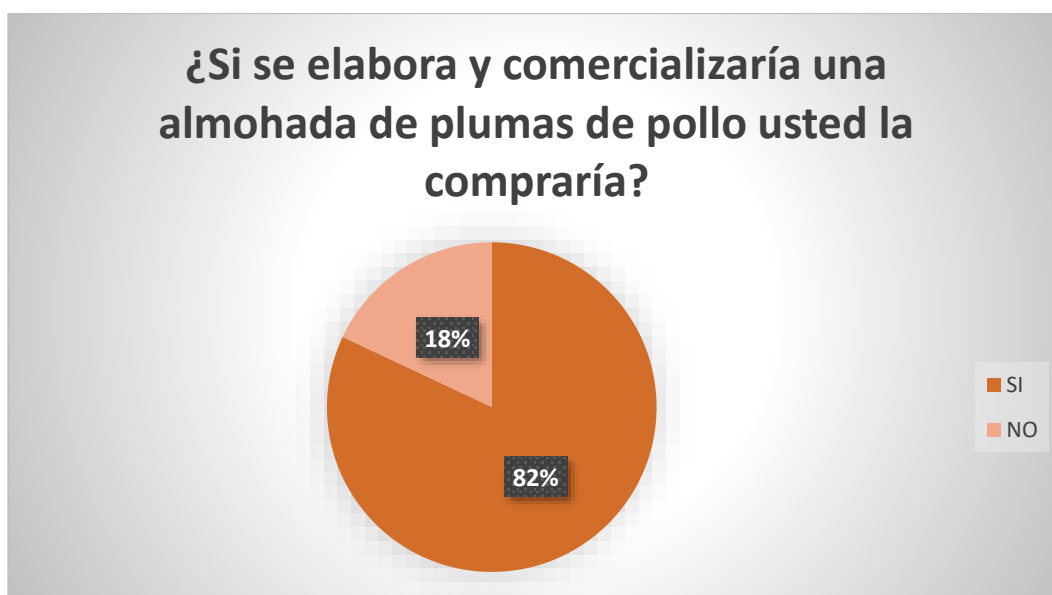
## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS POSIBLES CLIENTES

1.\_ ¿Si se elabora y comercializaría una almohada de plumas de pollo usted la compraría?

**Tabla 4:** Pregunta N°1

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	PORCENTAJE %
SI	315	82
NO	68	18
TOTAL	383	100

**GRÁFICO 3:** Pregunta N°1



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación Propia

### **Análisis e interpretación**

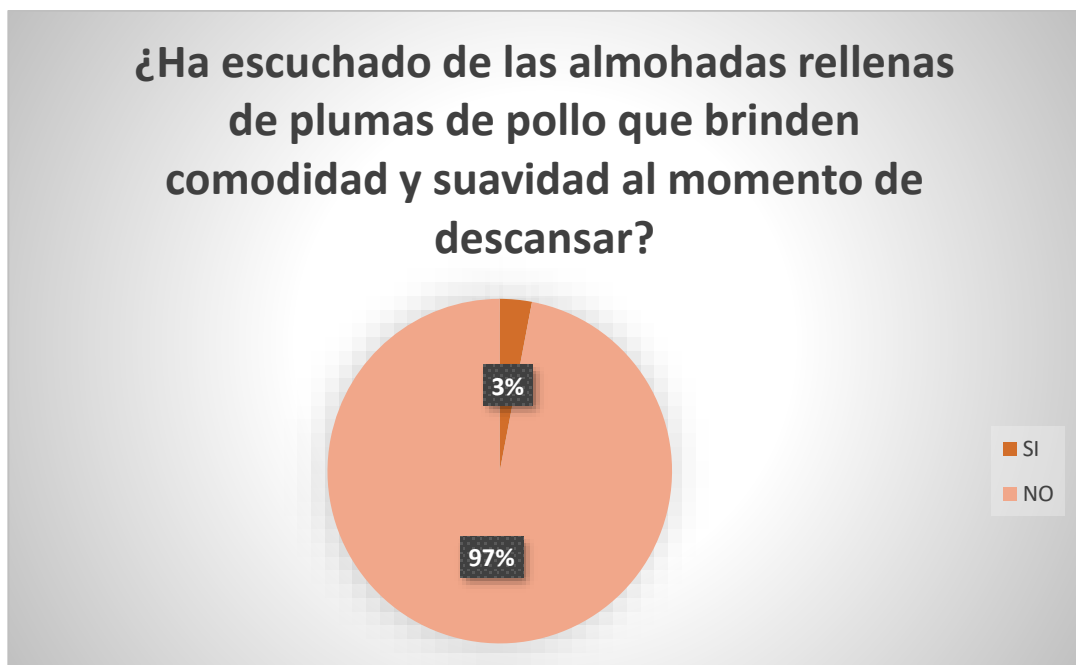
De 383 personas encuestadas siendo nuestros posibles clientes a los cuales se dirige nuestro producto, el 82% de personas está dispuesta a comprar las almohadas de plumas de pollo, mientras que el 18% del total de la muestra no compraría el producto. Por lo cual se puede decir que la mayoría de persona considera que si viable la idea de elaborar y comercializar las almohadas rellenas de plumas de pollo que brindara comodidad al momento de descansar.

2.\_ ¿Ha escuchado de las almohadas rellenas de plumas de pollo que brinden comodidad y suavidad al momento de descansar?

**Tabla 5:** Pregunta N°2

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	PORCENTAJE %
SI	10	3
NO	373	97
TOTAL	383	100

**GRÁFICO 4:** Pregunta N°2



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

### **Análisis e interpretación**

Las 383 personas encuestadas el 97% comentan que no han escuchado sobre las almohadas rellenas de plumas de pollo, mientras que el 3% de las personas encuestadas contestaron que si han escuchado sobre este producto. Con los resultados obtenidos llegamos a la conclusión que el elaborar y comercializar el producto es una buena idea e innovadora que contribuirá a un descanso confortable.

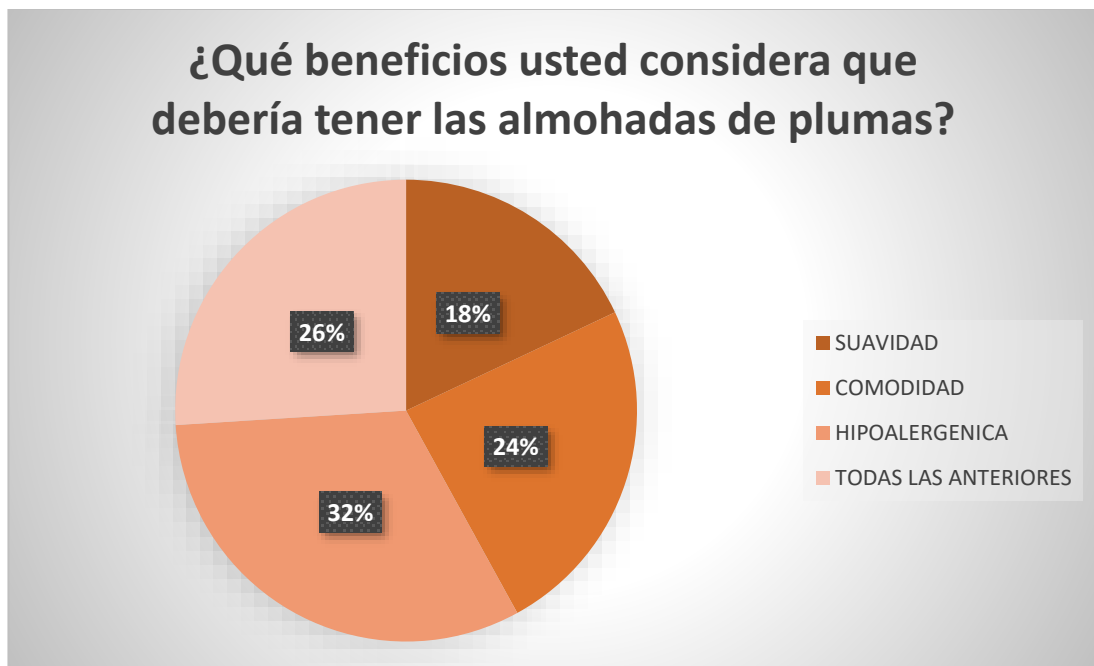


### 3.\_ ¿Qué beneficios usted considera que debería tener las almohadas de plumas?

**Tabla 6:** Pregunta N°3

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA MUESTRAL</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>SUAVIDAD</b>	70	18
<b>COMODIDAD</b>	90	24
<b>HIPO ALERGENICA</b>	123	32
<b>TODAS LAS ANTERIORES</b>	100	26
<b>TOTAL</b>	383	100

**GRÁFICO 5:** Pregunta N°3



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

#### **Análisis e interpretación**

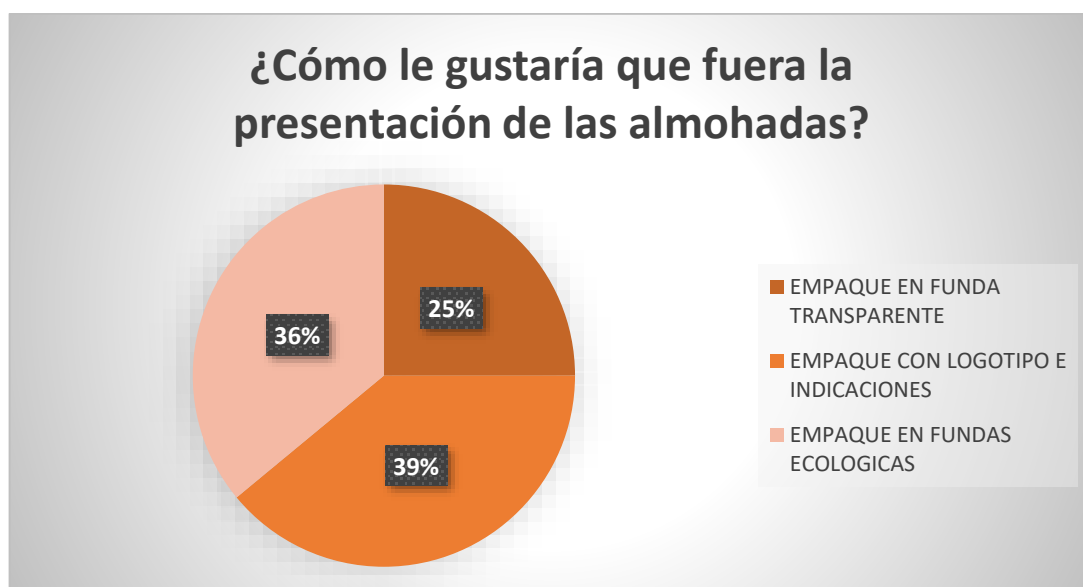
Al encuestar a 383 personas nos da como resultado que el 32% considera que los beneficios que la almohada de plumas de pollo debe tener como beneficios suavidad, comodidad y deben ser hipo alergénicas, logrando así satisfacer a nuestro mercado objetivo.

#### 4. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de las almohadas?

Tabla 7: Pregunta N°4

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	PORCENTAJE %
EMPAQUE EN FUNDA TRANSPARENTE	98	25
EMPAQUE CON LOGOTIPO E INDICACIONES	149	39
EMPAQUE EN FUNDAS ECOLOGICAS	136	36
TOTAL	383	100

GRÁFICO 6: Pregunta N°4



Elaborado por: Ana Lucia Fiallos

Fuente: Investigación propia

#### Análisis e Interpretación

Encuestando a 383 personas, el 39% prefiere que las almohadas sean en un empaque que contenga el logotipo con las indicaciones y beneficios que la misma ofrece, el 36% opina que deberían ser presentadas en un empaque de fundas ecológicas para colaborar con el medioambiente mientras que el 25% opina que debería ser un empaque transparente, llegando a la conclusión de que la mayoría del mercado requiere un empaque con logotipo, indicaciones y beneficios del producto.

**5. ¿Qué promociones le gustaría que se realice para promocionar las almohadas de plumas de pollo?**

**Tabla 8:** Pregunta N°5

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA MUESTRAL</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>DESCUENTOS</b>	103	27
<b>SEGUNDO A MITAD DE PRECIO</b>	164	43
<b>OBSEQUIO DE UNA MINI ALMOHADA DE 40X50</b>	116	30
<b>TOTAL</b>	383	100

**GRÁFICO 7:** Pregunta N°5



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Análisis e interpretación**

Realizando la encuesta a 383 personas, el 43% prefiere que el segundo producto se dé a mitad de precio con el fin de promocionar las almohadas de plumas de pollo, el 30% opina que se debería obsequiar una mini almohada de 40x50 y el 27% que se debe realizar descuentos, por lo que concluimos que la mejor opción para promocionar el producto será el segundo a mitad de precio.

6.\_ ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se realice la publicidad del producto?

**Tabla 9:** Pregunta N°6

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	PORCENTAJE %
<b>RADIO</b>	88	23
<b>PRENSA</b>	55	14
<b>INTERNET</b>	107	28
<b>TELEVISIÓN</b>	110	29
<b>HOJAS VOLANTES</b>	23	6
<b>TOTAL</b>	383	100

**GRÁFICO 8:** Pregunta N°6



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación Propia

### **Análisis e Interpretación**

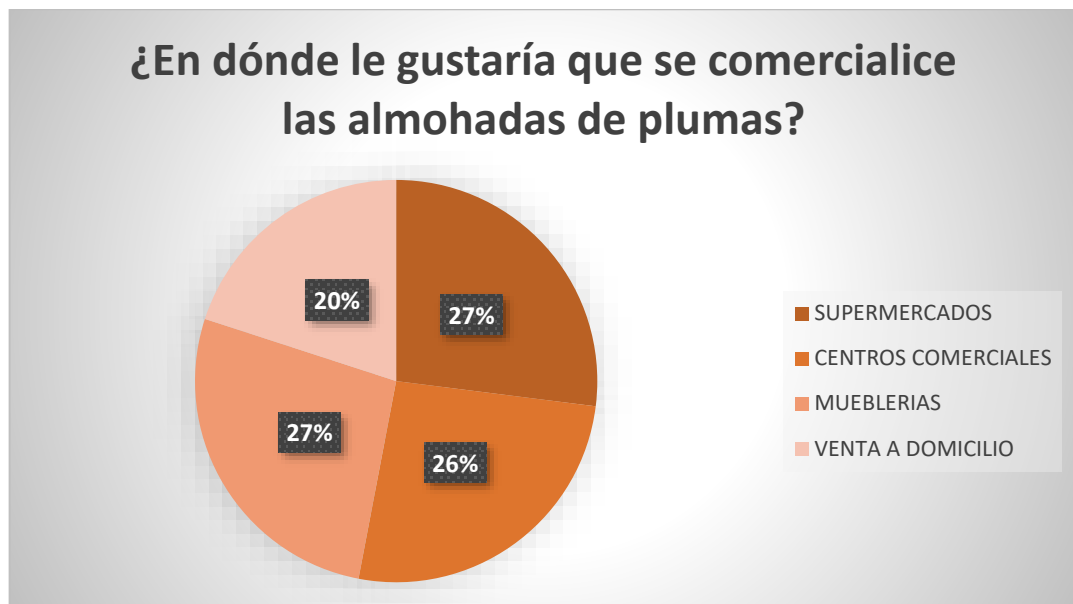
Realizando la encuesta a 383 personas, el 29% considera que la televisión es un buen medio realizar publicidad, el 28% opina que el internet también es una buena opción, el 23% considera que radio es también una buena opción, mientras que el 14% piensa que se debería hacer publicidad por radio y al 6% le parece hojas volantes. Por lo cual llegamos a la conclusión que las mejores opciones para realizar publicidad son televisión e internet.

**7.\_ ¿En dónde le gustaría que se comercialice las almohadas de plumas?**

**Tabla 10:** Pregunta N°7

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA MUESTRAL</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>SUPERMERCADOS</b>	105	27
<b>CENTROS COMERCIALES</b>	100	26
<b>MUEBLERIAS</b>	102	27
<b>VENTA A DOMICILIO</b>	76	20
<b>TOTAL</b>	383	100

**GRÁFICO 9:** Pregunta N°7



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación Propia

**Análisis e Interpretación**

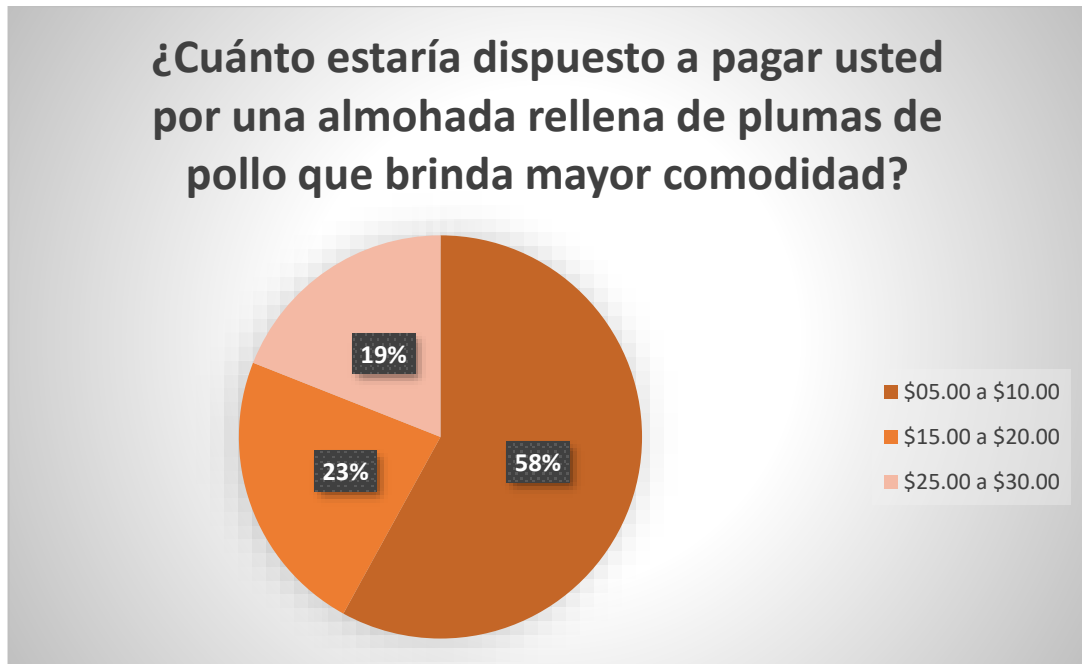
Al encuestar a 383, el 27% considera que le gustaría que se comercialice en supermercados, el 26% opina en centros comerciales, el 27% también considera mueblerías como un lugar ideal para comercializar el producto, mientras el 20% opina que sería bueno que se las comercialice a domicilio. Llegamos a la conclusión que los supermercados y centros comerciales son una buena opción para comercializar las almohadas, pero también hay que tomar en cuenta que las mueblerías también son una opción aceptada por el mercado objetivo.

**8.\_ ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una almohada rellena de plumas de pollo que brinda mayor comodidad?**

**Tabla 11:** Pregunta N°8

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA MUESTRAL</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>\$05.00 a \$10.00</b>	223	58
<b>\$15.00 a \$20.00</b>	88	23
<b>\$25.00 a \$30.00</b>	72	19
<b>TOTAL</b>	383	100

**GRÁFICO 10:** Pregunta N°8



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Análisis e interpretación**

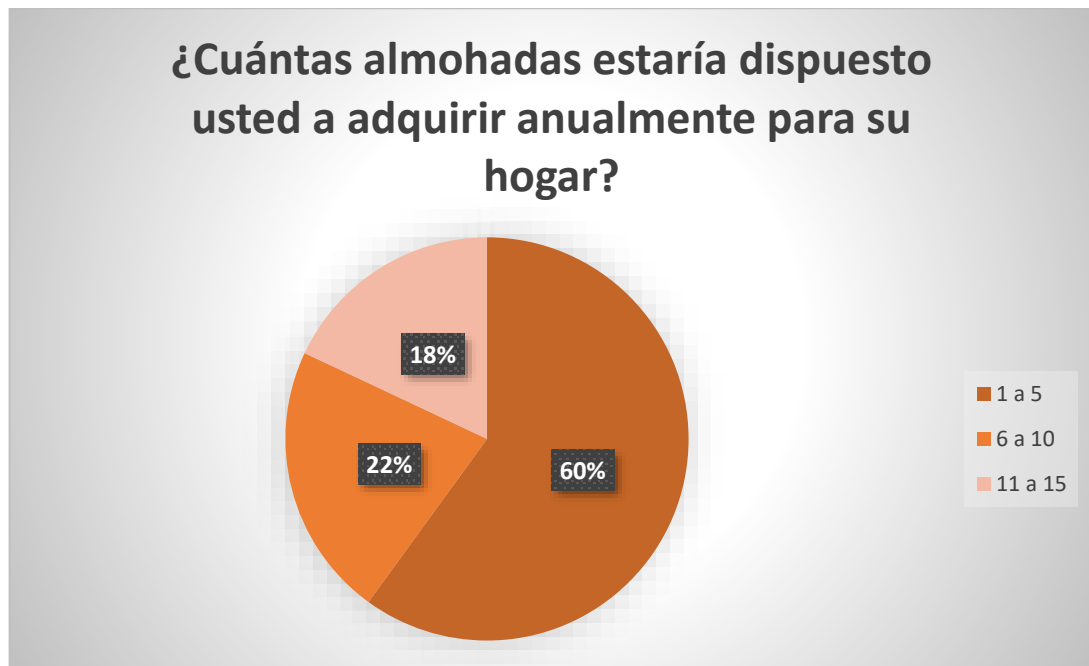
Al realizar la encuesta a 383 obtenemos como resultado que el 58% estaría dispuesto a pagar entre \$5 a \$10 dólares, el 23% pagaría entre \$15 a \$20 dólares mientras que el 19% están dispuestos a pagar ente \$25 a \$30 dólares, tomando en cuenta que el producto brindara mayor comodidad y un descanso placentero.

**9.\_ ¿Cuántas almohadas estaría dispuesto usted a adquirir anualmente para su hogar?**

**Tabla 12:** Pregunta N°9

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA MUESTRAL</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>1 a 5</b>	230	60
<b>6 a 10</b>	83	22
<b>11 o más</b>	70	18
<b>TOTAL</b>	383	100

**GRÁFICO 11:** Pregunta N°9



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación Propia

**Análisis e interpretación**

Al encuestar a 383 personas tenemos como resultado que el 60% de las personas encuestadas estarían dispuestos a adquirir anualmente de 1 a 5 almohadas, el 22% de las personas encuestadas opina que desearan de 6 a 10 almohadas anuales, mientras que el 18% les gustaría adquirir de 11 a 15 almohadas anualmente para su hogar.

## 10.\_ ¿Qué otro producto le gustaría que se lo realice con las plumas de pollo?

**Tabla 13:** Pregunta N°10

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRAL	PORCENTAJE %
CHOMPAS	53	14
EDREDONES	174	45
ABONOS	156	41
TOTAL	383	100

**GRÁFICO 12:** Pregunta N°10



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación Propia

### **Análisis e Interpretación**

De 383 personas encuestadas, el 45% de personas encuestadas piensan que también sería buena idea realizar edredones, el 41% opina que también sería una opción realizar abono a base de las plumas y el 14% opina que también se podría realizar chompas. Por lo cual podemos interpretar que otro producto que tendría buena aceptación sería los edredones de plumas.



### 3.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

- La demanda sirve para determinar y medir cuales son las principales fuerzas que afectan a los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, también establece la participación del producto del proyecto en satisfacción de dicha demanda.

La demanda se da en función de una serie de factores, puede ser la necesidad real que se tiene del dicho bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población entre otros. Para determinar correctamente la demanda se emplea herramientas de investigación de mercado. (Baca Urbina, 2013).

- La demanda expresa un deseo, que se ve condicionada por los recursos disponibles del individuo o entidad demandante y por la mercadotecnia recibida. Como va evolucionando la sociedad los deseos de los clientes va evolucionando. Cuando el poder adquisitivo respalda a estos deseos, estos pasan a ser demandas. (Lopez - Pinto, 2001)

La demanda es la cantidad de nuestro producto que va ser vendida a nuestros posibles consumidores tomando en cuenta los posibles precios al que saldrá a la venta nuestro producto al mercado.

#### 3.3.1 DEMANDA EN PERSONAS

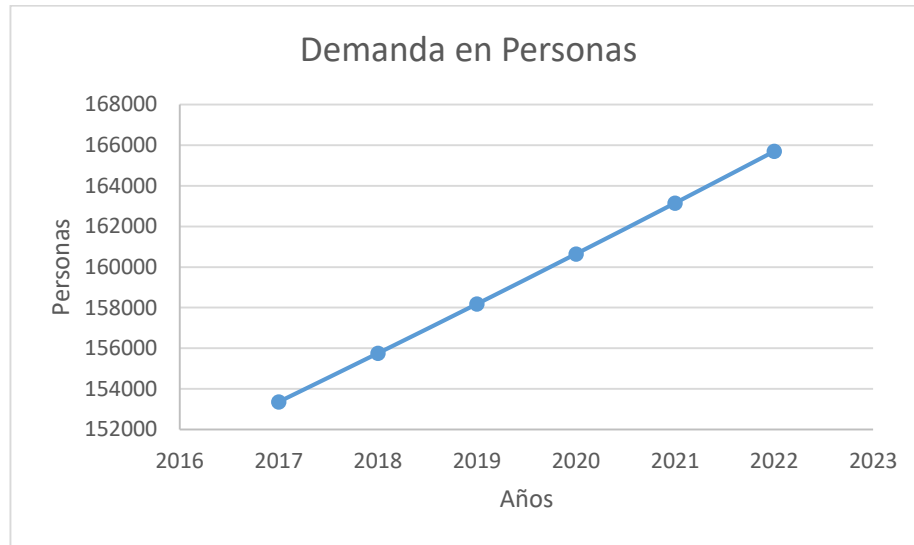
**Tabla 14:** Demanda en personas

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA DE PERSONAS</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>
<b>2017</b>	153357	1,56%
<b>2018</b>	155749	2392
<b>2019</b>	158178	2429
<b>2020</b>	160645	2467
<b>2021</b>	163151	2506
<b>2022</b>	165696	2545

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** (INEC, 2010)

**GRÁFICO 13:** Demanda en Personas



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

### **Análisis**

Para conocer la demanda se tomó en cuenta la pregunta uno en la cual se menciona que si se fabricaría una almohada de plumas de pollo estaría dispuesto a compararla, logrando así llegar a la conclusión que la demanda para nuestro producto es muy aceptable.

Para realizar la demanda proyectada se toma la tasa de crecimiento poblacional que es 1,56% establecida por el INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos).

Para la demanda proyectada de personas se realiza en base al crecimiento poblacional, el mismo se multiplica por demanda de personas adicionándole al siguiente y así hasta llegar a último.

En la proyección realizada de la demanda en personas se establece como base el año 2017 con 153357 personas, y culminando con el año 2022 con 165696 personas.

### **3.3.2 DEMANDA EN PRODUCTO**

Para determinar la demanda del producto utilizamos la pregunta número nueve de la encuesta que se realizó a los posibles clientes que dice: Cuántas almohadas estaría dispuesto usted a adquirir anualmente para su hogar, para lo cual el 60% de las personas encuestadas respondieron que estarían dispuestas a adquirir de 1 a 3

almohadas anuales, el 22% de 4 a 6 almohadas para su hogar y el 18% comprarían anualmente 7 o más almohadas de plumas.

**Tabla 15:** Demanda en producto

DEMAN.	CANTIDAD	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CANTIDAD PROMEDIO	CANTIDAD DE COMPRA
<b>153357</b>	1 a 3	60%	92014	2	184028
	4 a 6	22%	33739	5	168695
	7 o más	18%	27604	7	193228
<b>TOTAL 2017</b>					<b>545941</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

**Tabla 16:** Proyección demanda en productos

AÑO	DEMANDA EN PRODUCTOS	TCP
<b>2017</b>	545941	1,56%
<b>2018</b>	554458	8517
<b>2019</b>	563108	8650
<b>2020</b>	571892	8784
<b>2021</b>	580813	8921
<b>2022</b>	589874	9061

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

**GRÁFICO 14:** Demanda en Productos



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

### **Análisis**

Al realizar los cálculos correspondientes a los porcentajes obtenidos según la frecuencia de compra y el mercado meta del año 2017, deducimos que existirá una demanda de productos de 545941 almohadas de plumas para la empresa Procesadora Santa Anita, que después de la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2022 se tiene una demanda de 589874 productos.

### **3.4 ESTUDIO DE LA OFERTA**

- La oferta está en función de ciertos factores entre ellos se encuentran los precios del mercado del producto, los apoyos gubernamentales para realizar la producción, etc. La investigación de campo que se va a realizar se toma en cuenta los factores del entorno económico en que se va a desarrollar el proyecto. (Baca Urbina, 2013)
- La oferta es la relación que muestra las cantidades de un producto que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de ponerlo a la venta, con precios variantes durante un tiempo determinado, suponiendo que las cosas permanecen constantes. (Fincowsky E. B., 2014)

La oferta es la cantidad del producto que los productores aspiran y creen poder venderlo a sus posibles clientes, los mismo que serán puestos y posicionados en el mercado durante un tiempo.

### 3.4.1 OFERTA EN PERSONAS

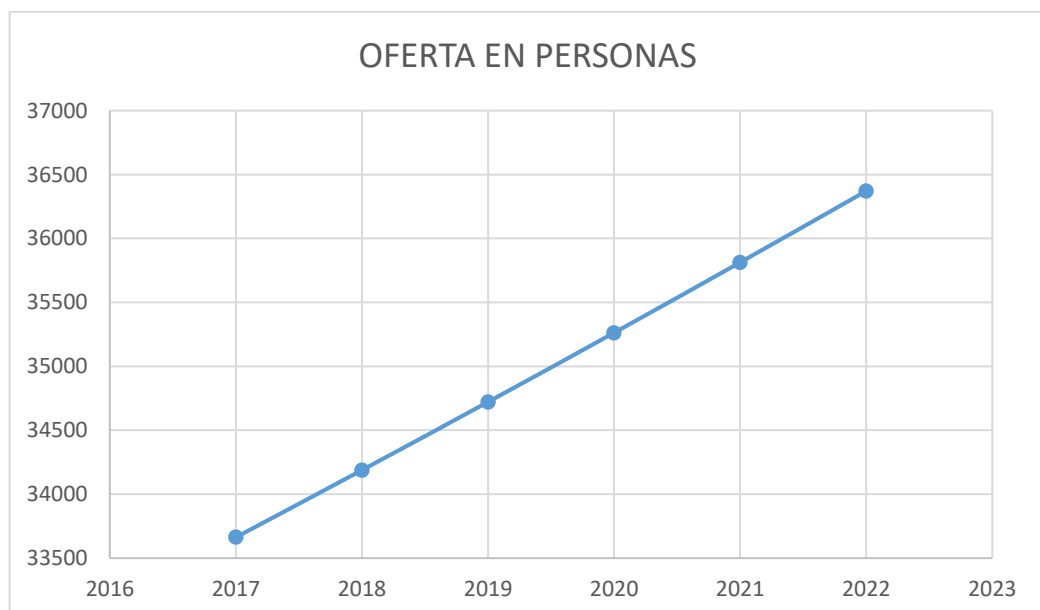
**Tabla 17:** Proyección oferta en personas

AÑO	OFERTA EN PERSONAS	TCP
2017	33664	1.56%
2018	34189	525
2019	34722	533
2020	35263	541
2021	35813	550
2022	36371	558

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

**GRÁFICO 15:** Oferta en personas



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

## Análisis

Una vez realizado los cálculos respectivos entre el porcentaje de aceptación del producto y el mercado meta del año 2017, podemos decir que 33664 personas están dispuestas a adquirir las almohadas de plumas, mientras que después de realizar la proyección con la tasa de crecimiento poblacional para el año 2022 se tiene una oferta de 32371 personas.

### 3.4.2 OFERTA EN PRODUCTOS

**Tabla 18:** Calculo de la oferta en productos

OFER.	CANTIDAD	PORCENTAJE	POBLACIÓN	CANTIDAD PROMEDIO	CANTIDAD DE COMPRA
<b>33664</b>	1 a 3	60%	20198	2	40396
	4 a 6	22%	7406	5	37030
	7 o más	18%	6060	7	42420
<b>TOTAL 2017</b>					<b>119846</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

**Tabla 19:** Oferta en productos

AÑO	OFERTA EN PRODUCTOS	TCP
<b>2017</b>	119846	1.56%
<b>2018</b>	121716	1870
<b>2019</b>	123615	1899
<b>2020</b>	125543	1928
<b>2021</b>	127501	1958
<b>2022</b>	129490	1989

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

## **Análisis**

Ya realizado el cálculo entre el porcentaje de frecuencia de compra y el mercado meta del año 2017, se concluye que existirá una oferta de 119846 almohadas de plumas, mientras que para el año 2022 realizando la proyección con la tasa de crecimiento poblacional se tiene una oferta de 129490 productos.

### **3.5 MERCADO POTENCIAL PARA EL PROYECTO**

El mercado potencial para el proyecto es el estudio que proporciona información que sirve de apoyo para lograr tomar decisiones correctas, la cual esta direccionada a determinar si las condiciones del mercado son o no un obstáculo para la realización del proyecto.

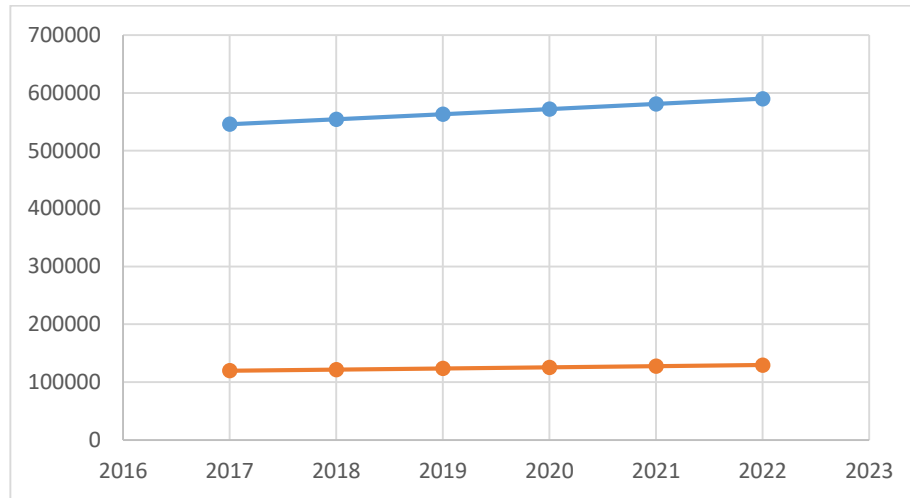
**Tabla 20:** Calculo de la DPI

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA DE PRODUCTOS</b>	<b>OFERTA DE PRODUCTOS</b>	<b>DPI</b>
<b>2017</b>	545941	119846	426095
<b>2018</b>	554458	121716	432742
<b>2019</b>	563108	123615	439493
<b>2020</b>	571892	125543	446349
<b>2021</b>	580813	127501	453312
<b>2022</b>	589874	129490	460384

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

**GRÁFICO 16:** Demanda Potencial Insatisfecha



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

### Análisis

Con los datos obtenidos se determina que la demanda potencial insatisfecha es de 426095 para el año 2017 ofertando almohadas de plumas de la empresa Procesadora “Santa Anita”, y con una proyección realizada se pretende cubrir en el año 2022 una cantidad de 460384 almohadas.

### 3.5. PRECIOS

El precio es una expresión que representa el valor que tiene un producto o servicio, manifestando en términos monetario, el mismo que el comprador debe pagar al vendedor.

**Tabla 21:** Proyección de precios

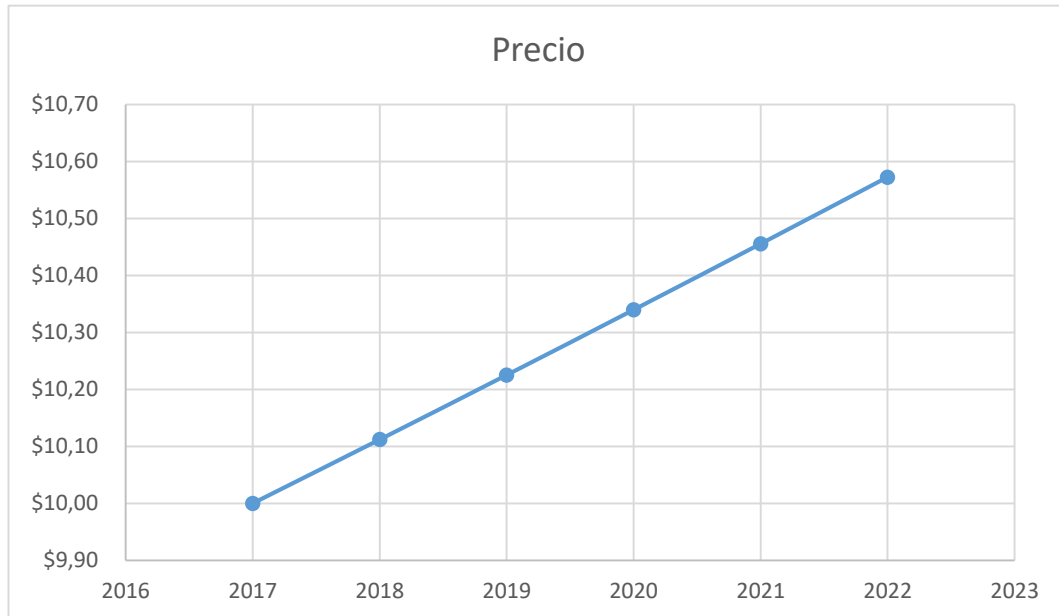
AÑO	PRECIO	INFLACIÓN
2016	\$ 10,00	1,12%
2017	\$ 10,11	0.12
2018	\$ 10,23	0.12
2019	\$ 10,34	0.12
2020	\$ 10,46	0.12
2021	\$ 10,57	0.12

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia



**GRÁFICO 17:** Precio



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación de campo

### **Análisis**

Para definir el precio de nuestra almohada de plumas de pollo nos basamos en las encuestas que se aplicó a nuestro mercado meta, con las cuales después de realizar la tabulación y análisis de resultados llegamos a la conclusión de que los posibles consumidores pagarían un valor de 10,00 dólares por cada almohada.

Para realizar la proyección del precio se estableció mediante la encuesta aplicada a nuestro mercado meta, para el cálculo se toma en cuenta la inflación actual que es de 1,12% segundo el BCE (Banco Central del Ecuador), a Marzo de 2017, al que se debe multiplicar el precio obtenido en la encuesta por el porcentaje de inflación y así sucesivamente hasta llegar al año 2021.

### **3.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

- Las pequeñas y también las grandes empresas pueden beneficiarse del desarrollo de un canal de marketing eficaz, que no es nada más que el camino que un producto o servicio debe tomar desde el productor hasta el consumidor, un canal de marketing está conformado por una serie de empresas

interdependientes, las mismas que son responsables en cada etapa de distribución del producto. (Stern L., 1999)

- Los canales de comercialización son el conjunto de actividades necesarias para que los bienes y servicios producidos puedan llegar a disposición de los compradores que buscan satisfacer sus necesidades o deseos. Este conjunto de actividades tiene como propósito final hacer posible el uso de los bienes y servicios elaborados por los productores. (Martínez López, 2010)

En el caso de almohadas de plumas de pollo tienen canales de comercialización directa con el cliente ya que la venta se realiza de manera personal, para esto se necesita conocer el mercado al que va dirigido con sus principales necesidades y gustos de los mismos.

También cuenta con un call center como canal de comercialización, ya que será útil para ofertar nuestro producto dando a conocer todas las características de mismo, sus beneficios y sus diferentes precios, también servirá para despejar cualquier duda que nuestro cliente o para pedidos que desee realizar, basándonos en altos estándares de calidad en atención al cliente para lograr sacarle el máximo provecho.

Otro canal de comercialización es el Social cites, siendo un canal emergente para dar a conocer este producto, que se hace presente en cada uno de los lugares que el cliente quiere, entregando con esto un valor agregado y dar atención a reclamos o sugerencias.

### 3.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Los canales de distribución es una ruta que el producto debe tomar para llegar al consumidor final desde su productor, en ocasiones el producto se detiene durante la trayectoria. En cada punto que se detenga de la trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. Él debe tratar de elegir el canal más ventajoso. (Baca Urbina, 2013)

Los canales de distribución de Almohadas de Plumas de Pollo son:

1. Productor – consumidor: ya que el Producto es tangible por obligación se requiere contacto personal entre el productor y el consumidor por lo que se emplea un canal de directo.

2. Productos – Agente – Consumidor: este tipo de canal será utilizado en el caso de sucursales o tienda en la cual el producto sea puesto en venta, el agente deberá estar capacitado y conocer a fondo todo lo necesario del producto para brindar la información necesaria a los clientes.

**GRÁFICO 18:** Longitud de los canales de distribución



### 3.8. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

- Las estrategias de comercialización se identifican mediante un análisis interno y externo de la empresa, estas estrategias permiten la posibilidad de incrementar ventas y fidelizar a sus clientes realizando una mezcla de marketing que es considerado, como el conjunto de herramientas tácticas de marketing que la empresa utiliza para obtener la respuesta deseada del mercado meta.

La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa debe hacer para influir en la demanda del producto elaborado. (Kotler P. &., 2003)

- Las estrategias de comercialización se apoyan en una mezcla de estrategia de publicidad-precio, se puede elaborar un producto de calidad, pero si son pocos los consumidores que lo conocen introducirse en el mercado sería lento. Ofrecer un producto de calidad e innovador y que no tenga competencia en la zona es una ventaja y un buen atractivo. (Cuervo, 2005)

### 3.8.1 ANÁLISIS FODA

El FODA permite analizar la situación de una empresa tanto interna como externa tomando en cuenta las fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazar haciendo de ellas estrategias.

**Tabla 22:** Análisis FODA

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima disponible.</li> <li>• Facilidad de espacio e insumos para el proceso de desinfección.</li> <li>• Instalaciones modernas</li> <li>• Insumos e instrumentos necesarios para el proceso.</li> <li>• Producto cómodo e innovador.</li> <li>• Capacitación en el proceso de desinfección de la materia prima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mal manejo de la materia prima.</li> <li>• Carencia de personal.</li> <li>• Falta de publicidad y promoción del producto.</li> <li>• Falta de un acopio para las plumas.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de crear fuentes de empleo.</li> <li>• Ubicación en un lugar estratégico tanto para proveedores y clientes.</li> <li>• Único productor y comercializador del producto en la Provincia de Cotopaxi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de la cultura de las personas.</li> <li>• Exceso de mercado para la cantidad de materia prima.</li> </ul>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** Información referente al producto

## FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

Son aspectos que forman parte de la gestión de una empresa dando así una información más correcta y concreta sobre la misma.

**Tabla 23:** Factores Internos y Externos

<b>FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
F1 Satisfacer las necesidades de los clientes	<b>D1</b> Ser un producto nuevo
F2 Crear un producto de calidad	<b>D2</b> Carecer de infraestructura propia
F3 Cumplir con todas las normas de higiene	<b>D3</b> Carecer de experiencia
F4 Poseer un producto único en el mercado	<b>D4</b> Poco capital
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENZAS</b>
O1 Brindar un producto que cumpla con las expectativas y necesidades del cliente	<b>A1</b> Productos similares más baratos
O2 Ser el único productor de almohadas de plumas	<b>A2</b> Reducción de la cantidad de la materia prima
O3 No existe competencia en la Provincia de Cotopaxi	<b>A3</b> Aparición de competencia
O4 Ubicación estratégica para la venta del producto	<b>A4</b> Inestabilidad política y económica del país

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Información referente al producto

## MATRIZ DE ESTRATEGIAS

Es el conjunto de estrategias que se utiliza como herramienta para realizar un análisis de la empresa, producto o situación.

**Tabla 24:** Matriz de estrategias

<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
F4 – O3 Poseer un producto único en el mercado siendo el único productor de almohadas de plumas de pollo.	<b>F1 – A3</b> Satisfacer las necesidades de los clientes que productos similares no han logrado hacerlo con el objetivo de que si

F2 – O1 Crear un producto de calidad logrando cumplir las expectativas y necesidades de los clientes.	aparece competencia no puedan bajar nuestras ventas significativamente.
<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
D1 – O3 Ser un producto nuevo sin competencia dentro de la Provincia de Cotopaxi. D2 – O4 Utilizar la infraestructura prestada con el fin de iniciar en un lugar estratégico para la venta y producción del producto.	<b>D3 – A4</b> Carecer de experiencia puede afectar a la empresa al momento de afrontar la inestabilidad política y económica. <b>D4 – A1</b> Tener poco capital puede hacer que la competencia pueda realizar un proceso de producción más rápido y económico, logrando sacar al mercado un producto similar más barato.

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** Información referente al producto

### ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Para que nuestro producto sea conocido y sobre todo logre posicionarse en el mercado se procede a las siguientes prácticas de estrategias de comercialización:

- Anuncios impresos o distribución de folletos.
- Anuncios en los medios locales.
- Anuncios en redes sociales.
- Realizar promociones de apertura.
- Realizar alianzas estratégicas con alguna empresa del mismo ámbito.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

La ingeniería de proyectos es una etapa en la que se debe definir los recursos necesarios para la ejecución del proyecto o producto que se piensa realizar.

#### **4.1 TAMAÑO DEL EMPRENDIMIENTO.**

##### **4.1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO**

El tamaño óptimo del proyecto está dado por su capacidad instalada de producción en un tiempo determinado, logrando cumplir la demanda necesitada.

- El tamaño óptimo para un proyecto es básicamente la capacidad instalada que tiene una empresa y esta expresada en unidades de producción por año, se considera óptimo cuando la empresa produce con menores costos totales o a la máxima rentabilidad económica. (Kotler P. , 2008)

- **En relación a la demanda**

La población de la Provincia de Cotopaxi tiene una gran tendencia a la producción y emprendimiento, la mayoría de empresas de producción se encuentran en la Zona 3. La demanda de almohadas de plumas presenta un número alto de aceptación e interés en el mismo siendo un emprendimiento viable.

- **En relación a los suministros e insumos**

Los insumos necesarios para la elaboración de almohadas de plumas de pollo se pueden adquirir sin ningún problema ni restricción alguna, pues se cuenta con proveedores directos dentro y fuera de la Provincia de Cotopaxi.

- **En relación a la tecnología y los equipos**

Para la producción de almohadas de plumas de pollos los equipos a utilizarse son muy básicos, por lo que no es un factor que cause algún inconveniente en el tamaño óptimo del proyecto, siendo el espacio es óptimo para dichos equipos.

- **En relación al financiamiento**

La solvencia es un factor determinante para el funcionamiento del proyecto de producción de almohadas de plumas, pero no es un impedimento pues Ecuador cuenta con sistemas de financiamiento muy amplios y acoplables a cualquier situación, también existe una variedad de entidades financieras.

- **En relación a la organización**

Para la producción de almohadas de plumas se requiere personal de nivel directivo, ejecutivo, administrativo, asesor, operativo siendo sus cargos Junta General de Accionistas, Gerente General, Supervisor de operarios, Operarios, Asesores médicos y químicos.

#### 4.1.2 TAMAÑO OPTIMO

Para hacer referencia al tamaño óptimo del proyecto se basa en la capacidad instalada de producción, es decir que de la demanda potencial insatisfecha se alcanza a cubrir el 10% se cubrirá solo el 10% por la cantidad de material prima existente y por la capacidad instalada, lo cual equivale a 42610 almohadas de plumas, realizando una producción diaria de 177 unidades y mensualmente una cantidad 3540.

**Tabla 25:** Demanda Potencial Insatisfecha Real

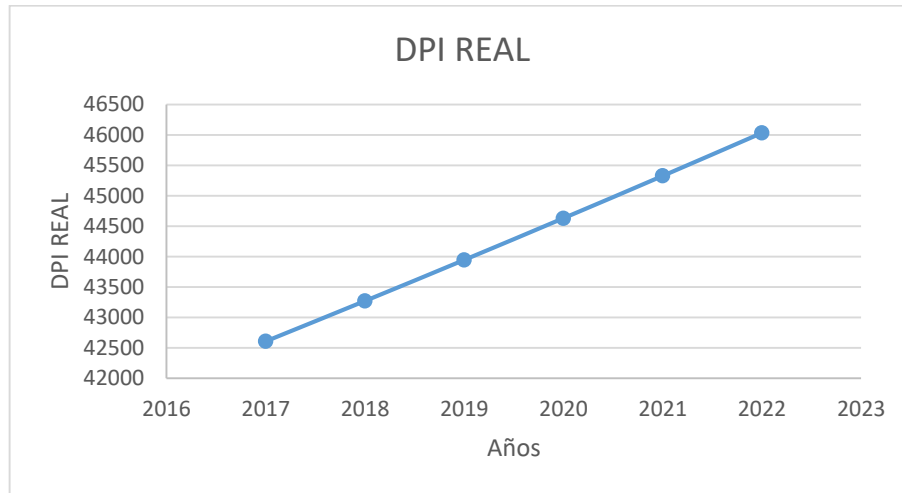
<b>AÑO</b>	<b>DPI</b>	<b>ESTIMACIÓN</b>	<b>DPI REAL</b>	<b>PRODUCCIÓN DIARIA</b>
<b>2017</b>	426095	10 %	42610	177
<b>2018</b>	432742	10 %	43274	180
<b>2019</b>	439493	10 %	43949	183
<b>2020</b>	446349	10 %	44635	186
<b>2021</b>	453312	10 %	45331	189
<b>2022</b>	460384	10 %	46038	192

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia



**GRÁFICO 19:** Demanda Potencial Insatisfecha Real



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

## 4.2. LOCALIZACIÓN

### 4.2.1 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

- “La localización óptima del proyecto constituye que en la mayor medida a que se logre mayor tasa de rentabilidad sobre el capital o a obtener el costo unitario mismo”. (Baca Urbina, 2013)

La localización óptima del proyecto es la que permite determina cual es la ubicación más adecuada tomando en cuenta algunos puntos estratégicos en cuanto mano de obra, accesibilidad, proveedores, servicios básicos entre otros.

### MÉTODO CUANTITATIVO DE PUNTOS PONDERADOS

Para poder determinar la localización óptima para el proyecto se utilizará el método de puntos ponderados, con el cual se analizará los factores relevantes y nos permitirá dar un valor a cada uno de ellos, dándonos así una ubicación adecuada para el proyecto.

Las puntuaciones establecidas son:

Alto (3) puntos

Medio (2) puntos

Bajo (1) punto

**Tabla 26:** Método Promedio Ponderado

<b>Factores Relevantes</b>	<b>Peso Ponderado</b>	<b>Salcedo</b>		<b>Latacunga</b>		<b>Pujilí</b>	
<b>Permisos</b>	19	3	57	2	38	2	38
<b>Mano de obra disponible</b>	16	2	32	1	16	1	16
<b>Materia prima</b>	14	3	42	2	28	1	14
<b>Servicios básicos</b>	12	3	36	3	36	2	24
<b>Infraestructura básica</b>	12	2	24	1	12	1	12
<b>Disponibilidad del terreno</b>	7	2	14	1	7	1	7
<b>Proveedores</b>	10	2	20	1	10	1	10
<b>Vías de acceso</b>	10	3	30	2	20	1	10
<b>Σ</b>	100	255		167		131	

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Ingeniería del proyecto

#### 4.2.2 MACRO LOCALIZACIÓN

- La macro localización establece la zona o región en la que el proyecto en la cual encontrara atributos positivos en el medio, se detallara las características, ventajas y desventajas.

La región que se elija solicitara examinar todos los elementos o factores que sean parte de la localización de acuerdo al alcance geográfico. (Pérez, 2016)

**País:** Ecuador

**Zona:** 3

**Provincia:** Cotopaxi

**Cantón:** Salcedo

## GRÁFICO 20: Mapa del Ecuador



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** (Google Maps, 2017)

## GRÁFICO 21: Mapa de Cotopaxi



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** (Google Maps, 2017)

### 4.2.3 MICRO LOCALIZACIÓN

“La Micro localización distingue el ámbito exacto entre la macro zona, en donde va estar situada la organización o empresa” (Pérez, 2016)

**Cantón:** Salcedo

**Sector:** Rumipamba de la Universidad

**Calle Principal:** Panamericana Norte

**GRÁFICO 22:** Mapa San Miguel Salcedo



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** (Google Maps, 2017)

**GRÁFICO 23:** Mapa Localización de la Planta



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** (Google Maps, 2017)

#### 4.3. INGENIERÍA DE PROYECTO.

- La ingeniería del proyecto consiste en resolver todo lo consistente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso,

la adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución de la planta recomendada, incluso precisar la distribución legal u organizacional que tendrá que poseer la planta productora. (Baca Urbina, 2013)

La ingeniería de proyecto hace referencia a todo lo que comprende aspectos técnicos y de infraestructura que permiten el proceso de fabricación del producto.

#### 4.3.1 PROCESO DEL PRODUCTO

- El proceso del producto es el medio adecuado que se maneja en el proyecto para adquirir los bienes y servicios a partir de las materias primas y se asemeja a una cadena de elementos primos para cambiar en procesos mediante una definitiva etapa de fabricación. (Baca Urbina, 2013)

Conjunto de pasos o etapas que son necesarios para poder realizar el proceso de producción idóneo para el producto requerido.

**Tabla 27:** Proceso de Actividades

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Recepción de materia prima</b>	Primera etapa en la cual es fundamental revisar algunas características importantes de la materia prima.	50 minutos
<b>Control de materia prima</b>	Revisar el peso de la materia prima, revisar que no tenga residuos infecciosos.	30 minutos
<b>Dosificación de ingredientes para la desinfección</b>	Establecer las dosis de amonio necesario para desinfectar la materia	10 minutos

	prima según el peso recibido.	
<b>Lavado y preselección de la materia prima</b>	Lavar la materia prima y preseleccionar solo la materia prima a utilizar, sacando residuos o impurezas que se encuentren.	40 minutos
<b>Desinfección de la materia prima</b>	Mezclar el amonio con el agua y dejar reposar la materia prima en la mezcla.	1 noche
<b>Lavado de la materia prima preseleccionada</b>	Exprimir la mezcla para que la materia prima quede húmeda y poder volver a lavar	30 minutos
<b>Secado de la materia prima preseleccionada</b>	Poner a secar la materia prima para realizar el último proceso	30 minutos
<b>Selección de la materia prima a utilizar</b>	Con la materia prima seca selección de todo lo será útil para realizar el producto final	40 minutos
<b>Pesaje de la materia prima</b>	Pesar la materia prima en porciones de un kilo	10 minutos
<b>Relleno de almohadas</b>	Después de pesar la materia prima, se procede a rellenar las fundas de almohadas	7 horas

<b>Sellado final de la almohada</b>	Al tener la cantidad necesaria para cada almohada se procede a sellarla junto con la etiqueta e indicaciones	1 hora
<b>Empacado de las almohadas</b>	Finalmente se ponen las almohadas en las fundas plásticas y quedan listos para la venta	2 horas

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Estudio Técnico

#### 4.3.2 BALANCE DE MATERIALES

- El balance de materias es un detalle de toda la materia prima que entra al proceso de transformación para que se convierta en un producto terminado, esto se debe a que durante el proceso se generan subproductos y desechos, estos pueden ser contaminantes o no contaminantes, también se puede dar pérdida de producto por mal manejo de materiales. (Baca Urbina, 2013)

#### ESTUDIO INICIAL DEL PROYECTO

- La materia prima estará dividida siempre en materia prima directa e indirecta. La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que están directamente relacionados con la elaboración del producto, así sean por fácil asignación o lo relevante de su valor.  
La materia prima indirecta son todas las materias que no tienen una relación directa con la producción. (Rincón Soto, 2011)

Materia prima es toda sustancia sea natural o artificial que será transformada industrialmente para crear un producto nuevo que en este caso serán almohadas de plumas de pollo.

**Tabla 28:** Materia Prima

<b>DESCRPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>
<b>PLUMAS</b>	KILOS	42610
<b>PLUMON</b>	KILOS	12

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Materiales Indirectos**

(Reyes, 2010) “Son aquellos materiales que no interceden en el proceso de producción de forma directa”.

**Tabla 29:** Materiales Indirectos de Fabricación

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>
<b>FUNDAS TRANSPARENTES</b>	UNIDADES	42610
<b>ETIQUETAS BLANCAS CON EL LOGOTIPO</b>	UNIDADES	42610
<b>ETIQUETAS CON INDICACIONES</b>	UNIDADES	42610

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Insumos**

(Reyes, 2010) “Son bienes y servicios que interceden en el proceso de producción de los elementos económicos, con la participación de personal capacitado y maquinas, que son los encargados de transformar en otros bienes o servicios con valor agregado”.



Insumos son todos aquellos bienes o servicios que forman parte del proceso de producción y aportan a la transformación de la materia prima para llegar al producto final.

**Tabla 30:** Insumos

<b>DESCRPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>
<b>AMONIO</b>	LITROS	144
<b>AGUA</b>	LITROS	144000
<b>TELA HIPOALERGENICA</b>	METROS	85220
<b>HILO</b>	CONOS	144
<b>DETERGENTE LIQUIDO</b>	LITROS	144

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos







**Fuente:** Investigación propia

#### DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

- El diagrama de flujo del proceso es una representación gráfica del proceso de producción que se va a realizar. Cada proceso es representado por un símbolo diferente el mismo que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos siempre deberán estar unidos con flechas que indican la dirección del flujo de proceso. (Baca Urbina, 2013).

Para la producción de almohadas de plumas utilizamos un proceso de producción de acuerdo a la normativa ASME (American Society of Mechanical Engineers), con el fin de determinar el método más adecuado de ejecutar una tarea dentro de la empresa, siempre y cuando se analice primero las disposiciones de la fábrica y cada puesto de trabajo asignado para el personal operativo.

**Tabla 31:** Simbología Normativa ASME

SIMBOLOGIA	REPRESENTACIÓN	DESCRIPCIÓN
	Operación	Cambio o transformación de las características de la materia prima, mediante componentes físicos, mecánicos o químicos, preparando el producto para transporte o almacenamiento.
	Transporte	Movilizar de un sitio a otro algún objeto durante la operación o a su vez a un lugar de almacenamiento.
	Demora	Generalmente se utiliza cuando existen cuellos de botella en el proceso o a su vez puede representar la demora durante el proceso.
	Almacenamiento	Se utiliza para materia prima, producto en proceso o producto terminado.
	Inspección	Acción para controlar que la operación se efectúe correctamente, el transporte del producto o controlar la calidad del producto.
	Operación Combinada	Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las actividades mencionadas.

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** ASME Organización

**Tabla 32:** Diagrama de flujo del proceso de producción de LUFA

LUFA									
DIAGRAMA DE FLUJO									
Producto: Almohadas de plumas					Inicia en: Compra de materiales e insumos				
Fábrica: Procesadora "Santa Anita"					Termina en: Almacenado				
Método: Vertical Normativa ASME					Elaborado por: Ana Lucia Fiallos				
Fecha: 28 de julio de 2017									
N°	ACTIVIDAD	TIEMPO (minutos)	DISTANCIA (metros)	○	□	➔	◐	▽	OBSERV.
1	Recepción de materia prima	50		●					
2	Control de materia prima	30							
3	Dosificación de ingredientes para la desinfección	10	5						
4	Lavado y preselección de la materia prima	40	2						
5	Desinfección de la materia prima	480							
6	Lavado de la materia prima preseleccionada	30	5						
7	Secado de la materia prima preseleccionada	30							
8	Selección de la materia prima a utilizar	40	2						
9	Pesaje de la materia prima	10							
10	Relleno de almohadas	420							
11	Sellado final de la almohada	60	2						
12	Empacado de las almohadas	120							
<b>TOTAL</b>		1320	16	4	2	4	1	1	

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** ASME Organización

### PERÍODO OPERACIONAL ESTIMADO DE LA PLANTA

El plan operacional estimado de la planta se lo define también como el periodo económico de vida que tiene la empresa y es el tiempo que precisa todas las proyecciones tanto como demanda, oferta, ingresos y egresos. (Sapag, 2010)

El periodo operacional estimado de la planta será de 5 años y no solo de la planta sino también de sus materiales e insumos, de la maquinaria y equipos.

### CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción está constituida por ciertos elementos tales como períodos, unidades, recursos los mismos que serán usados en la transformación de materia prima en un periodo determinante, siempre tomando en cuenta la demanda existente en el mercado, la capacidad y la disponibilidad que se cuenta de los recursos a utilizar en la empresa. (Sapag, 2010)

Ser una empresa con la capacidad de brindar un producto que cumpla con altos estándares de calidad con el fin de lograr satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes, la capacidad de la empresa “Procesadora Santa Anita” es 250 kilos de plumas utilizables diariamente lo que da una capacidad de producción de 177 almohadas diarias y al mes sería una producción de 3540 almohadas de 1 kilo en fundas de tela hipo alergénica, que brindarían mayor comodidad al momento de descansar.

**Tabla 33:** Capacidad de producción

<b>PRODUCCION DIARIA</b>	<b>PRODUCCION MENSUAL</b>	<b>PRODUCCION ANUAL</b>	<b>DPI REAL</b>
<b>177</b>	3540	42610	10%

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

#### DISTRIBUCIÓN DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

- Detalle de maquinaria y equipos

**Tabla 34:** Maquinaria

<b>MAQUINARIA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
<b>LAVADORA</b>	4
<b>SECADORA</b>	4
<b>MAQUINA DE COCER</b>	4

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 35:** Equipo y Software

<b>EQUIPO Y SOFTWARE</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
<b>LAPTOP ACER CORE i3</b>	2
<b>IMPRESORA</b>	2

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 36:** Herramientas

<b>HERRAMIENTAS</b>	
<b>DESCRPCIÓN</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
<b>GAVETAS</b>	70
<b>PESA</b>	3

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 37:** Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
<b>ESTACION DE TRABAJO</b>	2
<b>SILLA GIRATORIA</b>	2
<b>ARCHIVADOR</b>	3

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

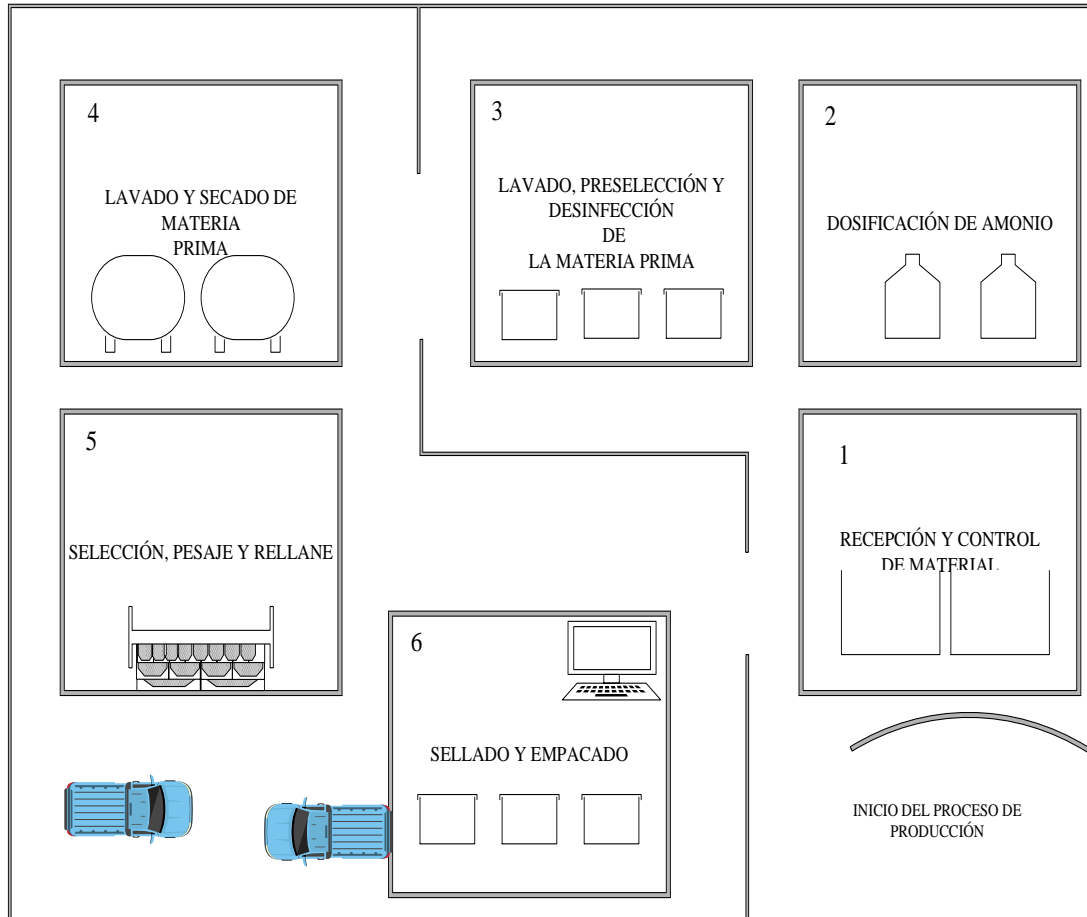
#### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA (LAY-OUT)

La distribución de la planta se realizó estratégicamente con el fin de brindar la comodidad necesaria para nuestros colaboradores y la facilidad para poder realizar el proceso de producción de manera eficaz.

La distribución por procesos es una agrupación a las personas y al equipo que realiza tareas similares y hacen trabajos rutinarios en bajos o altos volúmenes de producción. El equipo puede tener un alto o bajo costo, pero también se requiere mano de obra calificada para manejarlo, la misma que proporcionara mayor satisfacción al trabajador. (Baca Urbina, 2013)

Este tipo de distribución se lo emplea principalmente cuando el volumen de producción está en un nivel bajo, así también cuando ocurren cambios en la composición del producto o el volumen que se debe producir, estas son características que definen la distribución basada en el proceso se caracteriza por los altos grados de flujo departamental. (De la Fuente García, 2008)

**GRÁFICO 24:** Distribución de la planta (LAY-OUT)



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** Investigación propia

# CAPÍTULO V

## ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 5.1. ASPECTOS GENERALES

Procesadora “Santa Anita” es una empresa dedicada al faenamiento diario de aves de corral (Pollos) diariamente.

Inicio sus actividades en el año 2005, negocio que no está obligado a llevar contabilidad, pero cuenta con Ruc siendo su actividad económica Explotación de mataderos que realizan actividades de sacrificio, Faenamiento, ubicado en la Provincia Cotopaxi, cantón Salcedo, barrio Rumipamba de la Universidad.

La empresa cuenta con una Gerente General que es la Señora Nancy Ávila la misma que es la propietaria del mismo, desde el año 2005 ha venido brindando un producto de calidad cumpliendo con cada una de las normas de higiene y desinfección, cuenta con optimas instalaciones y personal altamente capacitado, en el año 2017 obtuvo el certificado de Mataderos Bajo Inspección Oficial (MABIO) registro N° 05-059 dando así mayor confianza a sus clientes y mayor aceptación del producto.

La distribución organizacional es fundamental en una empresa ya que sirve para definir las características relevantes de cómo se va organizar la empresa y las funciones que cada persona debe cumplir.

### 5.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL

#### 5.2.1 NIVELES JERÁRQUICOS

- Los niveles jerárquicos son la representación definida de cada uno de los espacios de la organización tomando en cuenta las distintas relaciones de escala. Se debe relacionar con la representación gráfica en el organigrama. (Vital, 2011)

- **Nivel Directivo**

El nivel directivo tiene funciones principales que son: legislar políticas, crear y controlar los procedimientos que se debe realizar en la empresa. Se encarga también de realizar reglamentos, decretar resoluciones las mismas que permitirán

mejorar el desenvolvimiento adecuado en lo administrativo y operacional de la organización. Es el primer Nivel jerárquico que está formado por la junta general de accionistas. (Gavilanes, 2012)

- **Nivel Ejecutivo**

El nivel ejecutivo es responsable del manejo de la organización, la función principal es hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que dispone el nivel directivo. También tiene como funciones planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa. También se encarga de manejar y realizar planes, programas, métodos u otras técnicas administrativas de alto nivel coordinando siempre con el nivel operativo y auxiliar para la ejecución de las mismas. (Gavilanes, 2012)

- **Nivel asesor**

El nivel asesor únicamente tiene como funciones aconsejar, informar y preparar proyectos en materia jurídica, económica, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la organización. (Gavilanes, 2012)

- **Nivel operativo**

El nivel operativo es un muy importante dentro de la empresa, es el responsable directo de la ejecución de las actividades a realizar diariamente en le empresa, es el principal participante de producción y comercialización del producto. (Gavilanes, 2012)

**Tabla 38:** Niveles Jerárquicos

<b>NIVEL</b>	<b>PUESTO</b>
<b>Nivel ejecutivo</b>	Gerente general
<b>Nivel asesor</b>	Asesoría médica y química
<b>Nivel operativo</b>	Jefe administrativo Jefe de producción Jefe de comercialización

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Estudio de Mercado

En este proyecto se establece una jerarquía con nivel directivo conformado por la junta de accionistas, ejecutivo conformado por el gerente general, nivel



administrativo por los jefes departamentales, nivel asesor por asesor médico y químico, nivel operativo por los operarios.

### 5.2.2 MISIÓN

LUFA almohadas de plumas tiene como misión ser líder en el mercado con altas características de calidad, comodidad y salud, buscando siempre satisfacer las necesidades y expectativas del mercado.

### 5.2.3 VISIÓN

Para el 2022 ser un producto reconocido como líder en calidad, suavidad y comodidad a nivel nacional, como un producto innovador que cuida la salud de sus clientes, que cumple con todas las normas de manera planificada y organizada.

### 5.2.4 VALORES

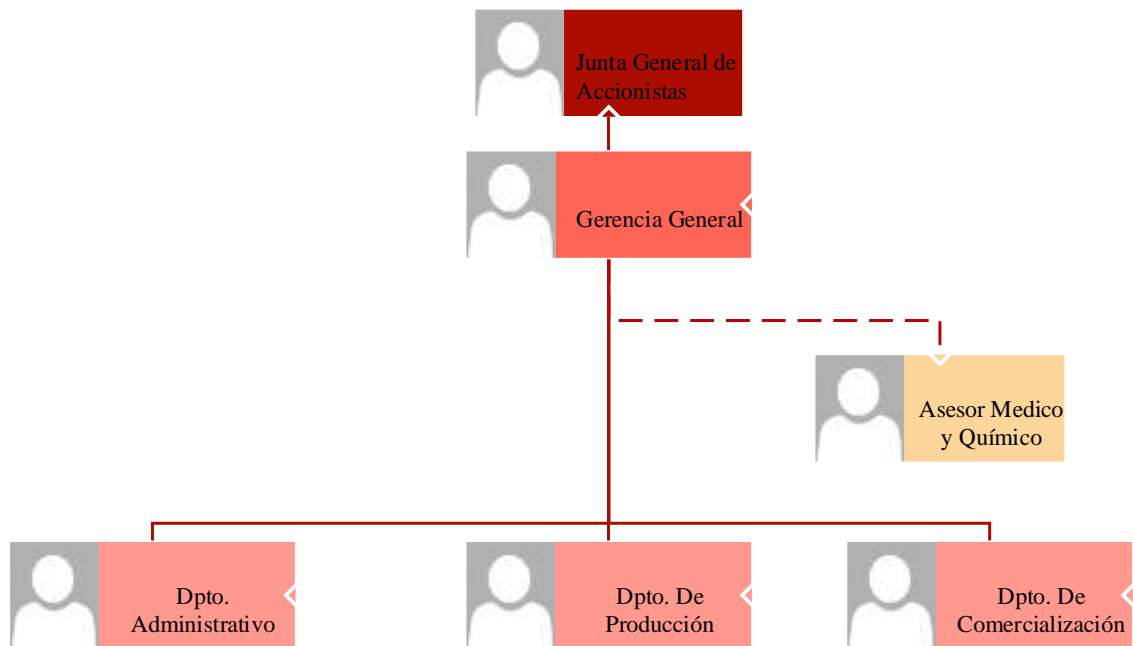
El equipo de trabajo de LUFA se identificará y cumplirá con los siguientes valores:

- **Integridad.** – Deberán actuar tomando en cuentas las normas éticas y sociales en el trabajo sin mentir ni engañar y cumpliendo con la confidencialidad respectiva en cuanto a información personal y organizacional.
- **Honestidad.** – Todo el personal deberá siempre hablar con la verdad, ser razonable, justo, decente y recatado.
- **Responsabilidad.** – Implica cumplir con cada una de las tareas u obligaciones asignadas de manera eficaz y eficiente.
- **Puntualidad.** – El personal debe cumplir con sus obligaciones a tiempo y respetar los horarios asignados.
- **Trabajo en equipo.** - Los integrantes de la organización realiza su trabajo de forma positiva y con compañerismo, dando un buen resultado ya que genera entusiasmo y satisfacción en las tareas realizadas.

### 5.3 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura organizativa es un sistema que se utiliza para lograr definir la jerarquía dentro de la empresa, identificando cada cargo y sus funciones.

**GRÁFICO 25:** Organigrama Estructural

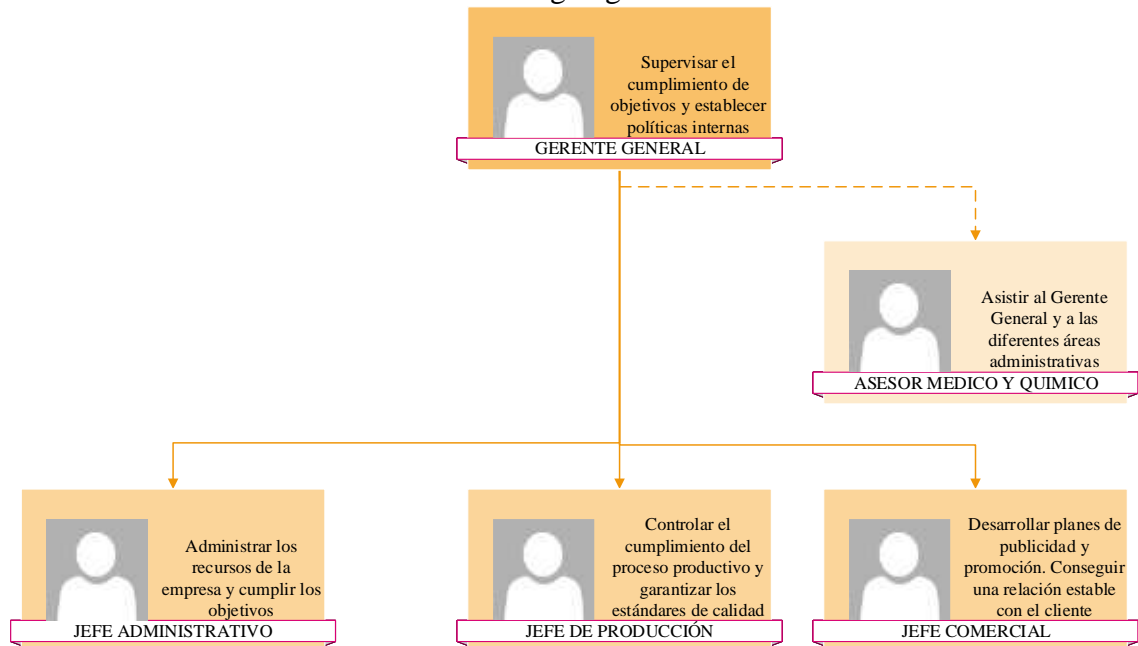


SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO	ELABORADO POR	APROBADO POR
—————	Relación de línea o autoridad	Ana Lucia Fiallos	Doc. Walter Jimenez
-----	Relación de asesoría externa		
┌ └	Nivel Auxiliar		

**Fuente formato:** (Fincowsky E. B., 2014)

## 5.4 ESTRUCTURA FUNCIONAL

**GRÁFICO 26:** Organigrama funcional




SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO	ELABORADO POR	APROBADO POR
————	Relación de línea o autoridad	Ana Lucia Fiallos	Doc. Walter Jimenez
-----	Relación de asesoría externa		
	Nivel Auxiliar		

**Fuente formato:** (Fincowsky E. B., 2014)

## 5.5 MANUAL DE FUNCIONES

### GRÁFICO 27: Manual de funciones Gerente General


	LUFAL ALMOHADADAS		Fecha	25/07/2017
	MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)		Página	1 DE 5
			Sustituye a	
			Página	DE
		Fecha		
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>				
<b>IDENTIFICACIÓN</b>				
Nombre del puesto:		Gerente General		
Ubicación:		Nivel Ejecutivo		
Clave:		G.G		
Ámbito de Operación:		Administrativo		
<b>RELACIÓN</b>				
Jefe Inmediato				
Subordinados Directos:		Jefe Administrativo, Jefe Comercial y Jefe de Producción		
Dependencia Funcional:		Gerencia General		
<b>Propósito del Puesto:</b> Plantear estrategias y soluciones a los problemas que se presenten en la empresa.				
<b>Funciones:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negociar con los proveedores de recursos</li> <li>• Planificar, organizar, dirigir y controlar las distintas actividades de la empresa</li> <li>• Generar y hacer cumplir el presupuesto asignado anualmente</li> <li>• Establece normas y políticas internas</li> </ul>				
<b>Comunicación:</b> Descendente				
<b>Especificaciones:</b>				
Conocimientos: Finanzas, Administración, Desarrollo Gerencial, Auditoria				
Experiencia: Experiencia Mínima de 4 años en Gerencia Administrativa				
Título: Tercer Nivel – Administración de empresas				
Elaboró: Ana Lucia Fiallos		Revisó: Doc. Walter Jimenez		Autorizó:
				Clave:
				G.G

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Análisis Funcional

**Formato:** (Fincowsky E. B., 2014)

**GRÁFICO 28:** Manual de Funciones Jefe Administrativo

	LUFA ALMOHADAS		Fecha	25/07/2017
	MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)		Página	2 DE 5
			Sustituye a	
			Página	DE
			Fecha	
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>				
<b>IDENTIFICACIÓN</b>				
Nombre del puesto:		Jefe Administrativo		
Ubicación:		Nivel operativo		
Clave:		J.A		
Ámbito de Operación:		Administrativo		
<b>RELACIÓN</b>				
Jefe Inmediato:		Gerente General		
Subordinados Directos:		NO		
Dependencia Funcional:		Dirección administrativa		
<b>Propósito del Puesto:</b> Manejo, control y gestion de las finanzas y operaciones de la empresa.				
<b>Funciones:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecutar pagos de sueldos al personal y diligencias del IEES</li> <li>• Rendir cuentas y administrar los recursos financieros</li> <li>• Contratar al personal idoneo para la empresa</li> <li>• Capacitacion al personal de la empresa</li> </ul>				
<b>Comunicación:</b> Ascendente y Horizontal				
<b>Especificaciones:</b>				
Conocimientos: Administración de Recursos Humanos, Finanza y Contabilidad				
Experiencia: Experiencia Mínima de 2 años en cargos similares				
Título: Tercer Nivel – Administración de empresas				
Elaboró: Ana Lucia Fiallos		Revisó: Doc. Walter Jimenez		Autorizó:
			Clave: J.A	

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Análisis Funcional

**Formato:** (Fincowsky E. B., 2014)

## GRÁFICO 29: Manual de Funciones Jefe de Producción


	LUFAL ALMOHADAS	Fecha	25/07/2017
	MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	Página	3 DE 5
		Sustituye a	
		Página	DE
		Fecha	
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>			
<b>IDENTIFICACIÓN</b>			
Nombre del puesto:		Jefe de Producción	
Ubicación:		Nivel operativo	
Clave:		J.P	
Ámbito de Operación:		Operativo - Producción	
<b>RELACIÓN</b>			
Jefe Inmediato:		Gerente General	
Subordinados Directos:		Operarios	
Dependencia Funcional:		Departamento de producción	
<p><b>Propósito del Puesto:</b> Controlar el cumplimiento de los procesos de producción correctamente y de los estándares de calidad.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar el cumplimiento de los procesos productivos</li> <li>• Controlar los estándares de calidad</li> <li>• Abastecer de materia prima e insumos necesarios para la producción</li> <li>• Brindar apoyo en los procesos de producción y estimular la capacidad de producción</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Ascendente, descendente y horizontal</p> <p><b>Especificaciones:</b></p> <p>Conocimientos: Gestión de procesos, producción y logística</p> <p>Experiencia: Experiencia Mínima de 2 años en cargos similares</p> <p>Título: Tercer Nivel</p>			
Elaboró: Ana Lucia Fiallos		Revisó: Doc. Walter Jimenez	Autorizó:
			Clave: J.P

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Análisis Funcional

**Formato:** (Fincowsky E. B., 2014)

**GRÁFICO 30: Manual de Funciones Jefe Comercial**


	LUFAL ALMOHADAS		Fecha	25/07/2017
	MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)		Página	4 DE 5
			Sustituye a	
			Página	DE
			Fecha	
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>				
<b>IDENTIFICACIÓN</b>				
Nombre del puesto:		Jefe Comercial		
Ubicación:		Nivel operativo		
Clave:		J.C		
Ámbito de Operación:		Marketing y Ventas		
<b>RELACIÓN</b>				
Jefe Inmediato:		Gerente General		
Subordinados Directos:		NO		
Dependencia Funcional:		Departamento comercial		
<p><b>Propósito del Puesto:</b> Desarrollar estrategias de venta basandose en las 4ps del Marketing con el fin de posicionarse en el mercado.</p>				
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar relaciones solidas con los clientes actuales y potenciales</li> <li>• Desarrollar tecnicas de publicidad y promoción</li> <li>• Gestionar pedidos que realicen los clientes</li> <li>• Promover la creacion de nuevos productos</li> </ul>				
<p><b>Comunicación:</b> Ascendente y horizontal</p>				
<p><b>Especificaciones:</b></p> <p>Conocimientos: Marketing y ventas, estudio e investigacion de mercado</p> <p>Experiencia: Experiencia Mínima de 2 años en cargos similares</p> <p>Título: Tercer Nivel - Marketing y gestión de negocios</p>				
Elaboró: Ana Lucia Fiallos		Revisó: Doc. Walter Jimenez		Autorizó:
				Clave: J.C

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Análisis Funcional

**Formato:** (Fincowsky E. B., 2014)

**GRÁFICO 31: Manual de funciones Asesoría**

	LUFALMOHADAS	Fecha	25/07/2017
	MANUAL DE FUNCIONES (GENERAL)	Sustituye a	
		Página	DE
		Fecha	
<b>DESCRIPCIÓN DE PUESTOS</b>			
<b>IDENTIFICACIÓN</b>			
Nombre del puesto:	Asesor medico y químico		
Ubicación:	Nivel asesor o de apoyo		
Clave:	A.M		
Ámbito de Operación:	Administrativo		
<b>RELACIÓN</b>			
Jefe Inmediato:	Gerente General		
Subordinados Directos:	NO		
Dependencia Funcional:	Asesoría		
<p><b>Propósito del Puesto:</b> Brindar asesoría al gerente general y todos los departamentos de la empresa.</p> <p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar la dosificación de amonio</li> <li>• Capacitar al personal en cuanto a desinfección y tratamiento de residuos</li> <li>• Controlar la desinfección de las plumas</li> </ul> <p><b>Comunicación:</b> Ascendente</p> <p><b>Especificaciones:</b></p> <p>Conocimientos: Medicina, alergias y química</p> <p>Experiencia: Experiencia Mínima de 2 años en cargos similares</p> <p>Título: Tercer Nivel - Ingeniero químico o Médico</p>			
Elaboró: Ana Lucia Fiallos	Revisó: Doc. Walter Jimenez	Autorizó:	
		Clave:	
		A.M	

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Análisis Funcional

**Formato:** (Fincowsky E. B., 2014)



## CAPÍTULO VI

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 6.1 INVERSIONES EN ACTIVOS TANGIBLES

##### Activos Fijos

- Los activos fijos representan propiedades totas aquellas propiedades tangibles que se van a utilizar durante un periodo largo en las operaciones que se van a realizar en la empresa y no están destinadas a la venta. Estos activos, trasladan su valor paulatinamente durante su vida útil, a la producción de bienes y a la prestación de servicios. (María Iborra Juan, 2007)

Los activos fijos son considerados como propiedades físicas de una organización las que poseen una vida útil y forman parte de la utilidad de la empresa por su uso.

**Tabla 39:** Maquinaria

<b>MAQUINARIA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>MÁQUINA DE COSER</b>	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
<b>LAVADORA</b>	4	\$ 1.000,00	\$ 4.000,00
<b>SECADORA</b>	4	\$ 950,00	\$ 3.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9.800,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Proformas

**Tabla 40:** Equipo de cómputo

<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>COMPUTADORA ESCRITORIO</b>	2	\$ 745,00	\$ 1.490,00
<b>IMPRESORA</b>	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.490,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 41: Herramientas**

<b>HERRAMIENTAS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>TANQUES DE ALUMINIO</b>	70	\$ 250,00	\$ 17.500,00
<b>PESA</b>	3	\$ 80,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 17.740,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 42: Muebles y Enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>ESTACIÓN DE TRABAJO</b>	2	\$ 450,00	\$ 900,00
<b>SILLA GIRATORIA</b>	2	\$ 640,00	\$ 1.280,00
<b>ARCHIVADOR</b>	3	\$ 229,00	\$ 687,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.867,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 43: Vehículo**

<b>VEHÍCULO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>CAMIONETA</b>	3	\$ 26.990,00	\$ 89.970,00

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Proforma

**Tabla 44: Tabla de Activos Fijos**

<b>ACTIVO FIJO TANGIBLE</b>	<b>\$</b>	<b>%</b>
<b>MAQUINARIA</b>	\$ 9.800,00	8,61%
<b>VEHÍCULO</b>	\$ 80.970,00	71,11%
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$ 2.867,00	3%

<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>	\$ 2.490,00	2,19%
<b>HERRAMIENTAS</b>	\$ 17.740,00	15,58%
<b>TOTAL ACTIVO FIJO TANG.</b>	\$ 113.867,00	100%

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

### **Análisis e interpretación**

La inversión en activos fijos tangibles que se va a realizar para la creación de almohadas de plumas será principalmente en maquinaria que serán útiles para el proceso de producción como son lavadora, secadora y una máquina de coser las mismas suman un valor de \$ 9.800,00, haremos una inversión en vehículo de medio uso con un valor de \$ 80.970,00 el mismo que servirá para transportar el producto terminado, en cuanto a muebles y enseres se va a realizar una inversión de \$ 2.867,00, equipo de cómputo con un valor de \$ 2.490,00 y finalmente en herramientas con un monto de \$ 17.740,00. La inversión más alta de la empresa está estimada en herramientas.

## **6.2 INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES**

### **Activos diferidos**

- Los activos intangibles son los que no cuentan con configuración física, pero brindan a su propietario cierto derecho exclusivo, sea esta sobre una patente, una marca, un derecho de autor entre otros. (Granados, 2009)
- Los activos intangibles son aquellas cuentas que han ocasionado gastos o pagos anticipados y que por naturaleza no deben ser considerados como consumidos íntegramente en un solo periodo o ejercicio económico. (Sarmiento, 2011)

**Tabla 45:** Permisos de funcionamiento

<b>PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>DERECHO DE PATENTE MUNICIPAL</b>	\$ 140,00

<b>PERMISO DE USO DE SUELO</b>	\$ 300,00
<b>REGISTRO SANITARIO</b>	\$ 180,00
<b>PERMISO DE BOMBEROS</b>	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>	\$ 690,00

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 46:** Publicidad

<b>PUBLICIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN</b>	12	\$ 130	\$ 1.560
<b>TARJETAS DE PRESENTACIÓN</b>	10000	\$ 0,300	\$ 3.000,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.560,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 47:** Total Activo Intangible

<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>\$</b>	<b>%</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	\$ 4.560,00	46,05%
<b>PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO</b>	\$ 690,00	53,95%
<b>TOTAL ACTIVO INTANGIBLE</b>	<b>\$ 5.250,00</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

### **Análisis e interpretación**

En cuanto a los activos intangibles con los que la empresa cuenta son \$ 4.560,00 en publicidad y en permisos de funcionamiento \$ 690,00, valores que serán amortizados según el número de años de la vida útil del proyecto. La mayor inversión se encuentra en publicidad.

## 6.3 INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

### 6.3.1 ACTIVO CORRIENTE O CIRCULANTE

#### **Ecuación 1:** Lote económico

$$\text{Lote Económico} = \sqrt{\frac{2 * F * U}{C * P}}$$

Donde:

LE: Cantidad Óptima que se requiere de materia prima

2: Constante

F: Costo de colocar y recibir una orden de compra

U: Consumo anual de unidades de materia prima

C: Tasa pasiva referencial (5.47% BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)

P: Precio unitario de compra

$$\text{LE} = \sqrt{\frac{2 * 230 * 42610}{0,0547 * 10}}$$

$$\text{LE} = \sqrt{\frac{19600600}{0,547}}$$

$$\text{LE} = \sqrt{35832960,76}$$

LE = 5986,05 Cantidad optima que se requiere de materia prima

#### **Ecuación 2:** Inventario

$$\text{Inventario} = \text{Lote Económico} * \text{Precio}$$

Inventario= 5986,05 \* 10

Inventario= 59860,5

#### **Ecuación 3:** Cuentas por cobrar

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{\text{ventas anuales}}{360} * \text{periodo promedio de recuperación}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{426100}{360} * 30$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = 1183,61 * 30$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = 35508,33$$

El periodo de recuperación se obtiene a través del número de días que se recuperara el crédito otorgado a sus clientes siendo el promedio de la suma de 15, 30 y 45 días, dando como resultado un valor de 30 días.

**Tabla 48:** Total Activo Circulante

<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	
<b>CAJA BANCOS</b>	\$ 10.000
<b>INVENTARIO</b>	\$ 59.860,5
<b>CUENTAS COBRAR</b>	\$ 35.508,33
<b>TOTAL</b>	\$105.368,83

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

### **Análisis e interpretación**

Los activos circulantes de la empresa están conformados por Caja/Bancos con un valor de \$ 3000 sienta el efectivo disponible con el que se cuenta para afrontar imprevistos o necesidades inmediatas, en el inventario se dispone de \$ 59.860,50 disponible para adquisiciones, el valor más alto tenemos en cuentas por cobrar con \$ 35.508,33 siendo valores que la empresa debe recuperar de terceras personas, siendo esta cuenta el mayor activo circulante.

### **6.3.2 PASIVO CIRCULANTE**

#### **Ecuación 4: Pasivo Corriente**

$\text{Tasa circulante} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$
--

$$2.5 = \frac{105.368,83}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Pasivo Corriente} = \frac{105.368,83}{2.5}$$

$$\text{Pasivo Corriente} = \$ 42.147,53$$

Tasa circulante (2,5) se la considera como un valor referencial trazado en el mercado bancario y oficializado por el Banco Central en función de la información proporcionada por las instituciones financieras, a fin de que operen sin percibir beneficios ni generar pérdidas.

### **Análisis e interpretación**

El pasivo circulante de la empresa es de \$ 42.147,53 la misma que se calcula a través de la división del activo corriente con la tasa circulante es decir \$ 105.368,83 dividido para 2.5.

### 6.3.3 CAPITAL DE TRABAJO

#### **Ecuación 5: Capital de trabajo**

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Total Activo Circulante} - \text{Total Pasivo Circulante}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$105.368,83 - \$ 42.147,53$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 63.221,3$$

### **Análisis e interpretación**

Los recursos económicos con los que se cuenta para este proyecto para poder iniciar a emprenderlo es un valor de \$ 63.221,3, valores considerados en corto plazo.

### 6.4 RESUMEN DE INVERSIONES

#### **Ecuación 6: Inversión inicial**

$$\text{Inversión inicial} = \text{Activo Fijo} + \text{Activo Diferido} + \text{Capital de trabajo}$$

Inversión inicial = \$ 113.867,00 + \$ 5.250,00 + \$ 63.221,30

Inversión inicial = \$ 182.338,30

La empresa presenta una inversión inicial de \$ 182.338,30 por sus activos fijos, diferidos y capital de trabajo correspondiente.

## 6.5 FINANCIAMIENTO

El financiamiento para la empresa será determinado mediante el capital propio con el que cuenta la empresa tanto en efectivo como en bienes y con capital ajeno considerado como préstamo en una institución financiera, a fin de llevar a cabo la inversión inicial para poder emprender el proyecto, para realizar este financiamiento se toma en cuenta la tasa de interés activa, meses plazo, numero de garantes y cuota entrada y cada una de las facilidades crediticias que nos den mayor beneficio.

**Tabla 49:** Financiamiento

<b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>% DE APORTACIÓN DE LAS FUENTES</b>
<b>CAPITAL PROPIO</b>	\$ 87.338,30	47,90
<b>CACPECO</b>	\$ 95.000,00	52,10
<b>TOTAL</b>	\$ 182.338,30	100

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propio

La empresa cuenta con \$ 87.338,30 como inversión propia que equivale el 47,90% mientras que el proyecto de emprendimiento requerirá de un crédito financiero de \$ 95.000,00 que equivale el 52,10% del total de la inversión. Para realizar el financiamiento se consideró la institución CACPECO con una tasa de interés activa del 11,23% a un plazo de 48 meses fijo, siendo la mejor opción para poder realizar el préstamo.



## 6.6 PLAN DE INVERSIONES

En referencia al financiamiento que presenta la empresa durante el desarrollo del proyecto de emprendimiento en la institución financiera CACPECO, se especifica el plan de inversión al siguiente detalle:

**Tabla 50:** Plan de Inversión

<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR (USD)</b>	<b>%</b>
ACTIVO TANGIBLE	\$ 113.867,00	62,45
ACTIVO INTANGIBLE	\$ 5.250,00	2,88
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 63.221,30	34,67
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>100</b>
CAPITAL PROPIO	\$ 87.338,30	47,90
COOPERATIVA CACPECO	\$ 95.000,00	52,10
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propio

La empresa presenta una inversión del 34,67% en capital de trabajo, el 62,45 % representa al activo tangible y el 2,88 % de activo intangible, las que serán financiadas con el 47,90% de capital propio y el 52,10% con un crédito en la institución financiera CACPECO

## 6.7 PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS

- **Costos de Producción**

- Los costos de producción son aquellos gastos necesarios para mantener un proyecto y también línea de procesamiento o funcionamiento. En una empresa la diferencia entre ingresos y el costo de producción indica cual es el beneficio bruto. El costo de producción tiene dos características opuestas, que en algunas ocasiones no están bien entendidas en los países en vías de desarrollo. La primera es que para producir bienes se genera un costo y la segunda característica es que dichos costos deberían mantenerse lo más bajos posibles. (Faga, 2006)

- Los costos de producción de una empresa son la suma de cada uno de los costos que ingresan en la producción de un bien que va ser puesto en el mercado después del proceso necesario. (Horngren, 2007)

Los costos de producción son todos aquellos montos que van intervenir durante el proceso de fabricación de las almohadas de plumas, los que se tratara de que sean lo más bajo posibles.

**Tabla 51:** Materia Prima

<b>MATERIA PRIMA</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD (UNIDADES)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
<b>PLUMAS</b>	Kilos	42610	\$ 0,15	\$ 6.391,50
<b>PLUMÓN</b>	Kilos	24	\$ 0,70	\$ 16,80
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 6.408,30</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 52:** Materiales Indirectos

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD (UNIDADES)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>GASTOS TOTALES</b>
<b>FUNDAS TRANSPARENTES</b>	Unidad	42610	\$ 0,20	\$ 8.522,00
<b>ETIQUETAS BLANCAS CON EL LOGOTIPO</b>	Unidad	42610	\$ 0,20	\$ 8.522,00
<b>ETIQUETAS CON INDICACIONES</b>	Unidad	42610	\$ 0,25	\$10.652,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$27.696,50</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 53: Insumos**

<b>INSUMOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD (UNIDADES)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
<b>AMONIO</b>	Litros	144	\$ 5,76	\$ 829,44
<b>AGUA</b>	Litros	400m3	\$ -	\$ 168,00
<b>TELA HIPO ALERGÉNICA</b>	Metros	85220	\$ 3,00	\$ 255.660,00
<b>HILO</b>	Conos	144	\$ 2,50	\$ 360,00
<b>DETERGENTE LÍQUIDO</b>	Litros	144	\$ 3,50	\$ 504,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 257.521,44</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 54: Cargo de depreciación y amortización**

<b>DEPRECIACIONES</b>		<b>\$ 21.773,40</b>
MAQUINARIA	\$ 9.800,00	\$ 1.960,00
VEHÍCULO	\$ 80.970,00	\$ 16.194,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.867,00	\$ 573,40
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.490,00	\$ 498,00
HERRAMIENTAS	\$ 12.740,00	\$ 2.548,00
<b>AMORTIZACIONES</b>		<b>\$ 1.050,00</b>
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 690,00	\$ 138,00
PUBLICIDAD	\$ 4.560,00	\$ 912,00
<b>GASTOS DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN</b>		<b>\$ 22.823,40</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

Para realizar el cálculo de depreciación se realiza a través del método de línea resta esto quiere decir que se toma el valor total del bien y se lo divide por la duración esperada de duración del mismo, hasta lograr llegar a la reducción periódica, no se toma el valor residual ya que la maquinaria se adquirirá nueva y dicho emprendimiento tiene una vida útil de 5 años por lo que todos los valores serán divididos para 5 años.

**Tabla 55:** Mantenimiento de maquinaria y equipo

<b>GASTO DE MANTENIMIENTO</b>		<b>\$ 1.750,00</b>
<b>VEHÍCULO</b>	\$ 750,00	
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>	\$ 100,00	
<b>HERRAMIENTAS</b>	\$ 300,00	
<b>MAQUINARIA</b>	\$ 600,00	

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 56:** Mano de obra directa e indirecta

<b>MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
<b>OBRERO</b>	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00
<b>ASESOR MÉDICO Y QUÍMICO</b>	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>			
<b>VENDEDOR</b>	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 30.000,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 57:** Costos de producción totales

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>MANO DE OBRE DIRECTA E INDIRECTA</b>	\$ 30.000,00
<b>INSUMOS</b>	\$ 255.660,00
<b>MATERIA PRIMA</b>	\$ 6.408,30
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	\$ 27.696,50
<b>DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN</b>	\$ 22.823,40
<b>MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>	\$ 1.750,00
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 344.338,20</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Costos administrativos**

- Los costos administrativos son aquellos recursos necesarios para las operaciones dentro de una empresa, son los gastos y costos que se aplican para realizar trámites y movimientos internos los cuales son manejados, repartidos y distribuidos por el gerente y accionistas. Estos gastos contienen los salarios de gerente general, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y quipos de oficinas, entre otros. (Núñez Montenegro, 2016).
- Son todos aquellos costos que no intervienen directamente con la financiación, comercialización o producción de una empresa, como son salarios de altos ejecutivos y los costos de servicios generales. (Granados, 2009)

Los costos administrativos son los relacionados con el área administrativa y son el resultado de cada una de las actividades empleadas en la dirección de la empresa siendo estos salarios del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos entre otros.

**Tabla 58:** Servicios Básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CONSUMO MENSUAL</b>	<b>MESES</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>ENERGIA ELECTRICA</b>	Kw/h 0,08 Tarifa Comercial	400 Kw	12	\$ 32,00	\$ 384,00
<b>AGUA POTABLE</b>	Metros Cubicos 0,035 Tarifa Comercial	400 m3	12	\$ 14,00	\$ 168,00
<b>TELEFONO</b>	MB 0,0433 Cada minuto	300 min.	12	\$ 30,00	\$ 360,00

<b>INTERNET</b>	Mbps 4,766 Cada Mbps	3 Mbps	12	\$ 36,00	\$ 432,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 1.344,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 59:** Sueldos y salarios (costos administrativos)

<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
<b>GERENTE GENERAL</b>	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00
<b>ADMINISTRATIVO</b>	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 15.600,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 60:** Suministros de oficina

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD (UNIDADES)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>GASTOS TOTALES</b>
<b>RESMA DE HOJAS</b>	Resma	10	\$ 2,75	\$ 27,50
<b>ESFEROS</b>	Unidad	24	\$ 0,21	\$ 5,04
<b>LÁPIZ</b>	Unidad	12	\$ 0,30	\$ 3,60
<b>CALCULADORA</b>	Unidad	4	\$ 8,50	\$ 34,00
<b>ARCHIVADOR</b>	Unidad	12	\$ 2,78	\$ 33,36
<b>PERFORADORA</b>	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 6,00
<b>GRAPADORA</b>	Unidad	2	\$ 3,75	\$ 7,50
<b>TIJERA</b>	Unidad	2	\$ 1,50	\$ 3,00
<b>ESTILETE</b>	Unidad	3	\$ 0,50	\$ 1,50
<b>FOLDER CARTÓN</b>	Unidad	6	\$ 0,50	\$ 3,00
<b>FOLDER PLÁSTICO</b>	Unidad	6	\$ 0,80	\$ 4,80

<b>CUADERNO</b>	Unidad	15	\$ 1,20	\$ 18,00
<b>SOBRE DE MANILA</b>	Unidad	50	\$ 0,50	\$ 25,00
<b>GRAPAS</b>	Caja	2	\$ 1,30	\$ 2,60
<b>CLIPS</b>	Caja	2	\$ 0,35	\$ 0,70
<b>BORRADOR</b>	Unidad	12	\$ 0,10	\$ 1,20
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 176,80</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 61:** Útiles de aseo

<b>UTILES DE ASEO</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD (UNIDADES)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>GASTOS TOTALES</b>
<b>ESCOBA</b>	Unidad	5	\$ 1,90	\$ 9,50
<b>TRAPEADOR</b>	Unidad	5	\$ 2,50	\$ 12,50
<b>OZZ DESINFECTANTE</b>	Galón	4	\$ 5,50	\$ 22,00
<b>OZZ JABÓN LIQUIDO</b>	Galón	4	\$ 6,75	\$ 27,00
<b>FUNDAS DE BASURA</b>	Paquete	12	\$ 0,90	\$ 10,80
<b>PALA</b>	Unidad	6	\$ 0,75	\$ 4,50
<b>DISPENSADOR DE PAPEL</b>	Unidad	1	\$ 10,81	\$ 10,81
<b>DISPENSADOR DE JABÓN</b>	Unidad	1	\$ 5,80	\$ 5,80
<b>PAPEL</b>	Paquete	12	\$ 1,40	\$ 16,80
<b>TOALLAS</b>	Unidad	10	\$ 2,00	\$ 20,00
<b>BASURERO</b>	Unidad	6	\$ 2,00	\$ 12,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 151,71</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 62:** Costos Administrativos Totales

<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 17.272,51</b>
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>\$ 15.600,00</b>
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>\$ 1.344,00</b>

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	\$ 176,80
<b>ÚTILES DE ASEO</b>	\$ 151,71

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Costos de venta**

- Los costos de venta son todos aquellos que incrementan directamente a la venta de algún bien o activo en el cual la empresa no habría incurrido al no haber tomado una decisión de vender, excluidos a estos los gastos financieros, los impuestos y los que están incurridos en estudios o análisis previos. Se incluyen gastos legales. (Knoow.net., 2016).
- Costos de ventas son los gastos o costos que se obtienen al producir bienes durante un periodo contable, cada unidad vendida tiene un costo de ventas que los mismos producen durante su proceso. (Finanzas., 2016)

Los costos de venta inciden para generar alguna actividad comercial del producto en una empresa desde la publicidad y propaganda que vaya a utilizarse para hacer conocer al cliente el producto siendo estos intermediarios para llegar al consumidor final.

**Tabla 63:** Sueldos y salarios (Costo de ventas)

<b>MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
<b>VENDEDOR</b>	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 12.000,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 64:** Transporte

<b>TRANSPORTE</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD DE CONSUMO ANUAL</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
<b>TRANSPORTE</b>	24	\$ 20,00	\$ 480,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 480,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia



**Tabla 65:** Costos de Venta Totales

<b>COSTOS DE VENTA</b>	
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	\$ 12.000,00
<b>TRANSPORTE</b>	\$ 480,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.480,00</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Costos Financieros**

- Los costos financieros están integrados por los gastos derivados de añadir fondos de financiamiento por lo cual representa las reparticiones destinadas a cubrir en dólares o cualquier tipo de moneda, los intereses, comisiones y gastos que se deriven de un crédito, donde se concreten condiciones específicas y porcentajes pactados. (Vidales Rubí, 2003).
- Costos financieros son aquellos que se originan con la obtención de recursos ajenos que una empresa necesita para el desenvolvimiento y funcionamiento operativo, también se lo considera como un consumo de factores, para alcanzar un resultado que es producto final. (economía., 2016)

Los costos financieros son incididos por la generación de intereses por el financiamiento de un préstamo realizado en una institución financiera o por valores que procedan de un título financiero.

**Tabla 66:** Préstamo bancario

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>T. INTERÉS ANUAL</b>	<b>GASTO TOTAL</b>
<b>INTERÉS CACPECO</b>	11,23%	\$ 9.663,48
<b>TOTAL GASTO FINANCIERO</b>		<b>\$ 9.663,48</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Resumen de presupuesto de costos**

**Tabla 67:** Presupuesto de costos

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		<b>TOTALES</b>
MANO DE OBRE DIRECTA E INDIRECTA	\$ 30.000,00	
INSUMOS	\$ 255.660,00	
MATERIA PRIMA	\$ 6.408,30	
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 27.696,50	
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	\$ 22.823,40	
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 1.750,00	
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 344.338,20</b>
<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 15.600,00	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 1.344,00	
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 176,80	
ÚTILES DE ASEO	\$ 151,71	
<b>TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 17.272,51</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>		
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 12.000,00	
TRANSPORTE	\$ 480,00	
<b>TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 12.480,00</b>
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>		
INTERES PRESTAMO	\$ 9.663,48	
<b>TOTAL COSTOS FINANCIEROS</b>		<b>\$ 9.663,48</b>
<b>TOTAL COSTOS DEL PROYECTO</b>		<b>\$ 383.754,19</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

### 6.7.1 SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL

- La situación financiera actual se lo representa por medio del balance general el cual informa todo referente a los saldos de activo, pasivo y capital contable al final de un periodo.

La sección de activo del balance general siempre presenta los activos en el orden de su solvencia en efectivo, el efectivo aparece en primer término, seguido de las partidas por cobrar, insumos, seguros pagados por adelantados

y otros activos. Luego se mostrarán los activos de naturaleza permanente, como los terrenos, edificios y equipos.

En la sección de pasivo del balance general, se ubican las cuentas por cobrar, en algunos casos existen dos o más categorías de pasivos los que deben ser enumerados y mostrados en el total de pasivo. (Carl S. Warren, 2005)

### GRÁFICO 32: Estado de Situación Inicial

#### LUFA ALMOHADAS DE PLUMAS BALANCE GENERAL

<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>	
<b>Corriente</b>		\$ 105.368,83	Pasivo corriente	\$ 42.147,53
Caja-Bancos	\$ 10.000,00		<b>TOTAL PASIVO C</b>	\$ 42.147,53
Cuentas por Cobrar	\$ 35.508,33			
Inventario	\$ 59.860,50		<b>Largo plazo</b>	
<b>Tangibles</b>		\$ 87.093,60	Prestamo Bancario	\$ 95.000,00
Vehiculo	\$ 80.970,00		<b>TOTAL PASIVO LP</b>	\$ 95.000,00
(-)Depr. Vehiculo	\$ 16.194,00			
Muebles y Enseres	\$ 2.867,00		<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 137.147,53
(-)Depr. Muebles y Enseres	\$ 573,40			
Maquinaria	\$ 9.800,00		Capital	\$ 59.514,90
(-)Depr. Maquinaria	\$ 1.960,00		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 59.514,90
Equipo de Computo	\$ 2.490,00			
(-)Depr. Equipo de Computo	\$ 498,00			
Herramientas	\$ 12.740,00			
(-)Depr. Herramientas	\$ 2.548,00			
<b>Intangible</b>		\$ 4.200,00		
Permisos de funcionamiento	\$ 690,00			
(-)Amort. Perm. Funcionamiento	\$ 138,00			
Promocion y Publicidad	\$ 4.560,00			
(-)Amort. Prom. Y Public.	\$ 912,00			
<b>TOTAL ACTIVO</b>		\$ 196.662,43	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	\$ 196.662,43

Gerente General  
Sr. Nancy Avila

Jefe Administrativo  
Srta. Ana Fiallos

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

#### 6.7.2 7SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADA

La proyección de los valores del estado de situación inicial se lo realiza en base a la tasa de inflación de 1,12% en el año 2016 según el Banco Central del Ecuador.

**GRÁFICO 33: Estado de Situación Proyectado**

<b>LUFALMOHADAS DE PLUMAS</b>					
<b>ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADA</b>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>					
<b>Corriente</b>	\$ 105.368,83	\$ 106.548,96	\$ 107.742,31	\$ 108.949,02	\$ 110.169,25
Caja-Bancos	\$ 10.000,00	\$ 10.112,00	\$ 10.225,25	\$ 10.339,78	\$ 10.455,58
Cuentas por Cobrar	\$ 35.508,33	\$ 35.906,02	\$ 36.308,17	\$ 36.714,82	\$ 37.126,03
Inventario	\$ 59.860,50	\$ 60.530,94	\$ 61.208,88	\$ 61.894,42	\$ 62.587,64
<b>Tangibles</b>	\$ 87.093,60	\$ 88.069,05	\$ 89.055,42	\$ 90.052,84	\$ 91.061,43
Maquinaria	\$ 9.800,00	\$ 9.909,76	\$ 10.020,75	\$ 10.132,98	\$ 10.246,47
Vehículo	\$ 80.970,00	\$ 81.876,86	\$ 82.793,88	\$ 83.721,18	\$ 84.658,85
Muebles y Enseres	\$ 2.867,00	\$ 2.899,11	\$ 2.931,58	\$ 2.964,41	\$ 2.997,62
Equipo de Computo	\$ 2.490,00	\$ 2.517,89	\$ 2.546,09	\$ 2.574,60	\$ 2.603,44
Herramientas	\$ 12.740,00	\$ 12.882,69	\$ 13.026,97	\$ 13.172,88	\$ 13.320,41
(-) Depreciacion acumulada	\$ (21.773,40)	\$ (22.017,26)	\$ (22.263,86)	\$ (22.513,21)	\$ (22.765,36)
<b>Intangible</b>	\$ 4.200,00	\$ 4.247,04	\$ 4.294,61	\$ 4.342,71	\$ 4.391,34
Permisos de funcionamiento	\$ 690,00	\$ 697,73	\$ 705,54	\$ 713,44	\$ 721,44
Promocion y Publicidad	\$ 4.560,00	\$ 4.611,07	\$ 4.662,72	\$ 4.714,94	\$ 4.767,75
(-) Amortizacion Acumulada	\$ (1.050,00)	\$ (1.061,76)	\$ (1.073,65)	\$ (1.085,68)	\$ (1.097,84)
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 196.662,43	\$ 198.865,05	\$ 201.092,34	\$ 203.344,57	\$ 205.622,03
<b>PASIVO</b>					
<b>Pasivo Circulante</b>	\$ 41.347,53	\$ 41.810,62	\$ 42.278,90	\$ 42.752,43	\$ 43.231,25
Circulante	\$ 41.347,53	\$ 41.810,62	\$ 42.278,90	\$ 42.752,43	\$ 43.231,25
<b>Largo plazo</b>	\$ 82.000,00	\$ 82.918,40	\$ 83.847,09	\$ 84.786,17	\$ 85.735,78
Prestamo	\$ 82.000,00	\$ 82.918,40	\$ 83.847,09	\$ 84.786,17	\$ 85.735,78
<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 123.347,53	\$ 124.729,02	\$ 126.125,99	\$ 127.538,60	\$ 128.967,03
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 73.314,90	\$ 74.136,03	\$ 74.966,35	\$ 75.805,97	\$ 76.655,00
Capital Social	\$ 73.314,90	\$ 74.136,03	\$ 74.966,35	\$ 75.805,97	\$ 76.655,00
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 196.662,43	\$ 198.865,05	\$ 201.092,34	\$ 203.344,57	\$ 205.622,03

Gerente General  
Sr. Nancy Avila

Jefe Administrativo  
Srta. Ana Fiallos

**Elaborado por: Ana Lucia Fiallos**

**Fuente: Investigación propia**

**6.7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS**

**Tabla 68: Presupuesto de ingresos**

<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>				
AÑOS	DPI REAL	PRECIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
<b>2017</b>	<b>42610</b>	\$ 10,00	\$ 35.508,33	\$ 426.100,00
<b>2018</b>	<b>43274</b>	\$ 10,11	\$ 36.465,56	\$ 437.586,69

<b>2019</b>	<b>43949</b>	\$ 10,23	\$ 37.449,14	\$ 449.389,71
<b>2020</b>	<b>44635</b>	\$ 10,34	\$ 38.459,66	\$ 461.515,96
<b>2021</b>	<b>45331</b>	\$ 10,46	\$ 39.496,84	\$ 473.962,02
<b>2022</b>	<b>46384</b>	\$ 10,57	\$ 40.866,95	\$ 490.403,43

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

El presupuesto de ingresos para la empresa en el año 1 es de \$ 875.173,38 calculado mediante la multiplicación de la DPI Real por el precio estimado del producto, detallando los ingresos mensuales y anuales desde el año 2017 hasta el año 2021

#### 6.7.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

- El estado de resultados es un reporte en el que se informa los gastos e ingresos de un periodo de tiempo. El estado de resultados también informa el excedente de ingresos sobre los gastos que, a ocurridos durante el periodo analizado, este excedente se llama ingreso neto o utilidad neta, Si los gastos son mayores que los ingresos existen una pérdida neta. (Carl S. Warren, 2005)

**GRÁFICO 34:** Estado de Resultados Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>					
(-) Costos de producción	\$ 437.586,69	\$ 449.389,71	\$ 461.515,96	\$ 473.962,02	\$ 490.403,43
<b>(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$ 394.338,20	\$ 398.754,79	\$ 403.220,84	\$ 407.736,91	\$ 412.303,57
(-) Costo Administrativo	\$ 43.248,49	\$ 50.634,92	\$ 58.295,12	\$ 66.225,11	\$ 78.099,86
(-) Costos Financieros	\$ 17.272,51	\$ 17.465,96	\$ 17.661,58	\$ 17.859,39	\$ 18.059,42
(-) Costos de venta	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
<b>(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ 12.480,00	\$ 12.619,78	\$ 12.761,12	\$ 12.904,04	\$ 13.048,57
(-)25% Impuesto a la Renta	\$ 3.832,50	\$ 12.523,54	\$ 23.201,18	\$ 33.737,59	\$ 46.991,88
<b>(=) UTILIDAD DESPUES DE REPARTO</b>	\$ 958,12	\$ 968,86	\$ 979,71	\$ 990,68	\$ 1.001,78
(-)15% Reparto de utilidades trabajadores	\$ 2.874,37	\$ 11.554,69	\$ 22.221,47	\$ 32.746,91	\$ 45.990,10
<b>(=)UTILIDAD NETA</b>	\$ 431,16	\$ 435,99	\$ 440,87	\$ 445,81	\$ 450,80
(+) Cargo Depreciacion y Amortizacion	\$ 2.443,22	\$ 11.118,70	\$ 21.780,60	\$ 32.301,11	\$ 45.539,30
(-) Pago a principales	\$ 22.823,40	\$ 22.823,40	\$ 22.823,40	\$ 22.823,40	\$ 22.823,40
<b>(=) Flujo Neto de Efectivo</b>	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ -
	\$ 17.266,62	\$ 25.942,10	\$ 36.604,00	\$ 47.124,51	\$ 68.362,70

**Gerente General**  
Sr. Nancy Avila

**Jefe Administrativo**  
Srta. Ana Fiallos

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos  
**Fuente:** Investigación propia

6.7.5 FLUJO DE CAJA

**GRÁFICO 35:** Flujo de caja  
**LUFA ALMOHADAS DE PLUMAS**

**ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ 182.338,30	\$ 437.588,69	\$ 449.389,71	\$ 461.515,96	\$ 473.962,02	\$ 490.403,43
(+) Recursos propios	\$ 87.338,30					
(+) Recursos ajenos	\$ 95.000,00					
(+) Ingresos por ventas	\$ 437.588,69	\$ 449.389,71	\$ 461.515,96	\$ 473.962,02	\$ 473.962,02	\$ 490.403,43
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ 351.317,31	\$ 355.507,69	\$ 359.744,99	\$ 359.744,99	\$ 364.029,76	\$ 368.362,52
(+) Costo Operacionales	\$ 321.564,80	\$ 325.421,95	\$ 329.322,30	\$ 329.322,30	\$ 333.266,33	\$ 337.254,53
(+) Costos de venta	\$ 12.480,00	\$ 12.619,78	\$ 12.761,12	\$ 12.761,12	\$ 12.904,04	\$ 13.048,57
(+) Costos Administrativos	\$ 17.272,51	\$ 17.465,96	\$ 17.661,58	\$ 17.661,58	\$ 17.859,39	\$ 18.059,42
<b>(=)FLUJO OPERACIONAL</b>	\$ 182.338,30	\$ 86.271,38	\$ 93.882,02	\$ 101.770,97	\$ 109.932,26	\$ 122.040,91
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
(+)Créditos a contratarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
(+) Interes pago de créditos a largo plazo	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) FLUJO NO OPERACIONAL</b>	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$ 182.338,30	\$ 76.607,90	\$ 85.856,38	\$ 97.099,73	\$ 108.208,18	\$ 122.040,91

**Gerente General**  
 Sr. Nancy Avila

**Jefe Administrativo**  
 Srta. Ana Fiallos

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

## 6.8 PUNTO DE EQUILIBIO

- El punto de equilibrio, en términos contables es aquel punto del volumen de ventas en donde los ingresos son iguales a los costos obtenidos, es un punto en el cual no exististe ni pérdida ni ganancia, el análisis del mismo sirve para realizar una proyección de ingresos, gastos y utilidades de la empresa, bajo supuestas condiciones. (Tejada, 2007).
- Toda empresa llega a un punto de equilibrio cuando el total de sus ingresos resulta ser igual al total de sus costos, sin embargo, el total de costos tiene dos partes: costos fijos y costos variables. (Robbins, 2002).

El punto de equilibrio se lo considera en el nivel en el cual no existe ni pérdida ni ganancia en la empresa, tomando en cuenta para esto todos los costos variables y fijos con los que cuenta la empresa.

**Tabla 69:** Costos Fijos y Costos Variables

<b>DETALLE</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	CARGO AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN	\$ 22.823,40	MATERIA PRIMA	\$ 6.408,30
	MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 1.750,00	MATERIALES INDIRECTOS	\$ 27.696,50
	MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	\$ 30.000,00	INSUMOS	\$ 255.660,00
<b>COSTO ADMINISTRA.</b>	SERVICIOS BASICOS	\$ 1.344,00	SUBMINISTROS DE OFICINA	\$ 176,80
	SUELDOS Y SALARIOS	\$ 15.600,00	UTILES DE ASEO	\$ 151,71
<b>COSTO DE VENTA</b>	SUELDOS Y SALARIOS	\$ 12.000,00	TRANSPORTE	\$ 480,00
<b>COSTO FINANCIERO</b>	INTERES PRESTAMO BANCARIO	\$ 9.663,48		
<b>TOTAL</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 93.180,88</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 290.573,31</b>

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos



**Fuente:** Investigación propia

### 6.8.1 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS

**Ecuación 7:** Punto de equilibrio unidades monetarias

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

En donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos variables

V: ventas

$$PE = \frac{93180,88}{1 - \frac{290573,31}{426100}}$$

$$PE = \frac{93180,88}{1 - 0,68}$$

$$PE = \frac{93180,88}{0,32} = \$ 291.190,25$$

#### **Análisis**

El punto de equilibrio de la producción de almohadas de plumas en unidades monetarias es de \$ 291.190,25, el cual es un valor referencial de ventas que se debe conseguir en la empresa para poder recuperar su inversión y no tener pérdida alguna.

### 6.8.2 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES DE PRODUCCIÓN

**Ecuación 8:** Punto de equilibrio unidades de producción

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

En donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CVU: Costos Variables Unitarios

PVU: Precio de venta unitario

$$PE = \frac{93180,88}{10,00 - 6,82}$$

$$PE = \frac{93180,88}{3,18}$$

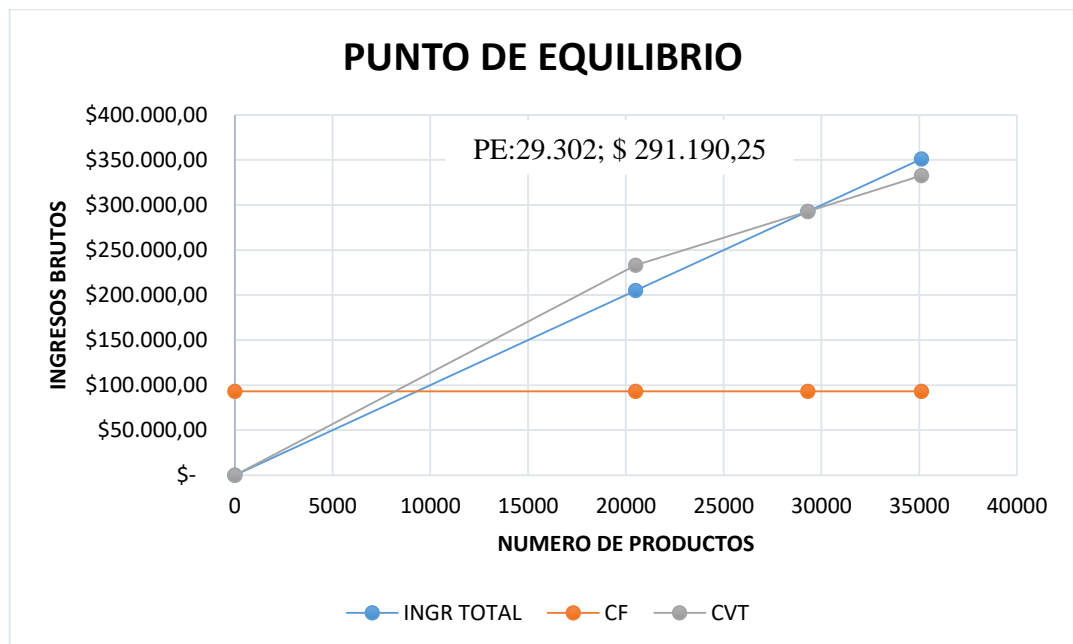
PE= 29.302 unidades

### Análisis

El punto de equilibrio en unidades de producción es de 29.302 siendo este el valor de almohadas que se deberá producir para que se logre recuperar la inversión y no se presente perdida alguna en la actividad.

#### 6.8.3 PUNTO DE EQUILIBRIO GRAFICADO

**GRÁFICO 36:** Punto de equilibrio



**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

## 6.9 TASA DE DESCUENTO Y CRITERIOS ALTERNATIVOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS

- La tasa mínima de rentabilidad que se requiere para una inversión un análisis del flujo de efectivo descontad; tasa en la cual resulta aceptable un proyecto que se proponga realizar o poner en ejecución. (Van Home, 2002).
- La tasa de rendimiento de una organización es un porcentaje que se aplica al monto de inversión que se realizó este se inversionista o prestamista, la que muestra la ganancia que se obtuvo al realizar la inversión. (Mayes, 2009).

Es la tasa que permite analizar la situación económica en la que se encuentra la empresa lograra cubrir la demanda financiera que genera la producción, dando como resultado la factibilidad del rendimiento de la misma.

### 6.9.1 CALCULO TMAR 1 SIN FINANCIAMIENTO

**Ecuación 9:** Tmar1 sin financiamiento

$$Tmar1 = i + f$$

En donde:

Tmar: Tasa minima aceptable de rendimiento

I: Riesgo país 6,5 % (Banco Central del Ecuador)

F: Inflación 1,12 % (Banco Central del Ecuador)

$$Tmar1 = 0.065 + 0.0112$$

$$Tmar1 = 0.0762 \rightarrow 7,62\%$$

### 6.9.2 CALCULO TMAR2 SIN FINANCIAMIENTO

**Ecuación 10:** Tmar2 sin financiamiento

$$Tmar1 = i + f(2)$$

$$Tmar1 = 0.065 + 0.0112(2)$$

$$Tmar1 = 0.0874 \rightarrow 8,74\%$$

### **Análisis**

La tasa de rendimiento del proyecto que se va a emprender como son almohadas de plumas para la empresa procesadora “Santa Anita” es de 7,62% y 8,74%, las cuales son atractivas para los accionistas en vista de que la tasa activa referencial del Banco Central a mayo 2017 es de 7.07 %

#### 6.9.3 CALCULO TMAR1 GLOBAL MIXTO

**Tabla 70:** Tmar1 Global

<b>TMAR GLOBAL MIXTA 1</b>			
<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>%</b>	<b>TMAR1</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>CAPITAL PROPIO</b>	0,479	0,0762	0,0365
<b>INST. FINANCIERAS</b>	0,521	0,0397002	0,0207
<b>TOTAL</b>	100		5,7184

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

### **Análisis**

La tasa mínima aceptable de rendimiento global para el proyecto a emprender con el financiamiento realizado es de 5,72 % para los inversionistas.

#### 6.9.4 CALCULO TMAR 2 GLOBAL MIXTO

**Tabla 71:** Tmar2 Global

<b>TMAR GLOBAL MIXTA 2</b>			
<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>%</b>	<b>TMAR 2</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>CAPITAL PROPIO</b>	0,479	0,0874	0,0419
<b>INST. FINANCIERAS</b>	0,521	0,0455354	0,0237
	100		6,5589

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

## Análisis

La tasa mínima aceptable de rendimiento global para el proyecto a emprender con el financiamiento realizado es de 6,56 % para los inversionistas.

### 6.10 VALOR PRESENTE NETO O VALOR ACTUAL NETO (VAN)

- El valor actual neto es un procedimiento que admite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros el mismo que es originado por la inversión, son también definidos como el valor actual de todos los flujos de caja generados por el proyecto. (Aguilar, 2006)

Es la suma de todos los flujos de efectivo futuros de una inversión realizada, menos todas las salidas, dicho indicador de evaluación permite conocer el valor de dinero actual que el proyecto va a recibir en el futuro, a una tasa de interés y tiempo determinado con el fin de compararlo con la inversión inicial. (Aguilar, 2006)

El valor actual neto es un proceso que permitirá medir el flujo de efectivo con el que cuenta la empresa para poder asumir el proyecto a realizarse en un futuro, tomando en cuenta tasa y periodo.

#### 6.10.1 CALCULO VAN1

Para el cálculo del valor actual neto se considera como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento 1:

#### Ecuación 11: VAN1

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4}$$

$$VAN1 = -182338,30 + \frac{76607,90}{(1+0.0572)^1} + \frac{85856,38}{(1+0.0572)^2} + \frac{97099,73}{(1+0.0572)^3} + \frac{108208,18}{(1+0.0572)^4} + \frac{122040,91}{(1+0.0572)^5}$$

$$VAN1 = -182338,30 + \frac{76607,90}{1,0572} + \frac{85856,38}{1,1177} + \frac{97099,73}{1,1816} + \frac{108208,18}{1,2492} + \frac{122040,91}{1,3206}$$

$$VAN1 = -182338,30 + 72463,02 + 76815,22 + 82176,48 + 86621,98 + 92413,23$$

$$VAN1 = -182338,30 + 410489,93$$

$$VAN1 = 228152,63$$

### Análisis

El valor actual neto que se obtuvo es mayor a cero, lo que hace que el proyecto sea factible para emprenderlo. El proyecto tiene una capacidad de recuperar el valor invertido y a su vez de generar utilidad con una tasa de rendimiento de 5,72 %

#### 6.10.2 CALCULO VAN2

Para el cálculo del valor actual neto se considera como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento 2:

#### Ecuación 12: VAN2

$$VAN2 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4}$$

$$VAN2 = -182338,30 + \frac{76607,90}{(1+0.0656)^1} + \frac{85856,38}{(1+0.0656)^2} + \frac{97099,73}{(1+0.0656)^3} + \frac{108208,18}{(1+0.0656)^4} + \frac{122040,91}{(1+0.0656)^5}$$

$$VAN2 = -182338,30 + \frac{76607,90}{1.0656} + \frac{85856,38}{1.1355} + \frac{97099,73}{1.2099} + \frac{108208,18}{1,2893} + \frac{122040,91}{1.3740}$$

$$VAN2 = -182338.30 + 71891.80 + 75611.80 + 80254.34 + 83927.85 + 88821.62$$

$$VAN2 = -182338,30 + 400507,41$$

$$VAN2 = 218169,11$$

### Análisis

El valor actual neto que se obtuvo es mayor a cero, lo que hace que el proyecto sea factible para emprenderlo. El proyecto tiene una capacidad de recuperar el valor invertido y a su vez de generar utilidad con una tasa de rendimiento de 6,56 %

## 6.11 INDICADORES FINANCIEROS

### 6.11.1 INDICES DE SOLVENCIA

#### **Ecuación 13:** Solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasiv total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{196662,43}{137147,53}$$

$$\text{Solvencia} = \$ 1,43$$

La empresa al calcular el índice de solvencia tiene la capacidad de recuperar \$ 1,43 por cada dólar invertido, después de realizar una división entre el activo total y pasivo total.

### 6.11.2 INDICE DE LIQUIDEZ

#### **Ecuación 14:** Liquidez

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

$$\text{Liquidez} = \frac{105368,83}{42147,53}$$

$$\text{Liquidez} = \$ 2,50$$

La empresa según el indicador de liquidez cuenta con \$ 2,50 para resguardar las obligaciones de pago adquiridas por cada dólar en deuda a corto plazo, resultado obtenido después de realizar el cálculo correspondiente.

### 6.11.3 INDICE DE ENDEUDAMIENTO

#### **Ecuación 15:** Endeudamiento

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{137147,53}{196662,43} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 69,74 \%$$

El porcentaje de participación de los acreedores en la empresa sobre el total de activos es del 69,74 %, según el indicador de endeudamiento obtenido a través del cálculo antes realizado, tomando en cuenta activo total y pasivo total.

#### 6.11.4 INDICE DE APALANCAMIENTO

##### **Ecuación 16:** Apalancamiento

$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$
---

$$\text{Apalancamiento} = \frac{137147,53}{59514,90}$$

$$\text{Apalancamiento} = 2,30 \text{ veces}$$

El valor de compromiso con los acreedores de la empresa es mayor a uno, dando a entender que es conveniente financiar el emprendimiento que se quiere realizar, tomando en cuenta que la utilidad es superior a lo que se endeuda.

#### 6.12 TASA BENEFICIO – COSTO

- El indicador costo beneficio es de carácter económico, como su nombre lo dice se lo calcula para conocer e identificar los beneficios percibidos ante la aplicación de la realización del proyecto, incluyendo los beneficios medibles como también los que no son cuantificables de manera objetiva. (Cerón, 2005).

La tasa beneficio – costo es el resultado de la división de la suma de ingresos brutos que nuestra empresa obtendrá por la suma de todos los costos del proyecto con el fin de identificar los beneficios que presentará dicha actividad económica en determinado tiempo.

##### **Ecuación 17:** Relación beneficio / costo



$$R_C^B = \frac{\Sigma \text{ Ingresos Brutos}}{\Sigma \text{ Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R_C^B = \frac{2312859,81}{383754,19}$$

$$R_C^B = 6,03$$

La empresa tendrá una relación beneficio/costo de \$ 6,03 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, la misma que resulta del cálculo antes realizado.

### 6.13 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN (PRI)

- El periodo de recuperación de una inversión realizada para emprender un proyecto, se puede definir con el tiempo que se tarda en recuperar el desembolso inicial. (Gil Estallo, 2002)

El cálculo del periodo de recuperación de inversión nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión que se realizó al principio del proyecto, tomando en cuenta la sumatoria de flujos netos de los 5 años, la inversión inicial y el número de años.

#### **Ecuación 18:** Periodo de recuperación de inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\Sigma FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{182338,30}{\frac{489813,10}{5}}$$

$$PRI = \frac{182338,30}{97962,62}$$

$$PRI = 1,86$$

1 año

0,86 \* 12 meses = 10,32

0,32 \* 30 días = 9 días

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será en 1 año 10 meses y nueve días.

#### 6.14 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno es la que demuestra la rentabilidad neta del proyecto que vamos a emprender al igualar a cero al valor presente neto.

#### **Ecuación 19:** Tasa interna de retorno

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left( \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572) \left( \frac{228152,63}{228152,63 - 218169,11} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572) \left( \frac{228152,63}{9983,52} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572)(22,85)$$

$$TIR = 0,25 \Rightarrow 25\%$$

#### **Análisis**

El porcentaje de rendimiento futuro es del 25% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo cual demuestra la factibilidad económica del proyecto de emprendimiento.

#### 6.15 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un proceso a base de cálculos simulador para conocer cuáles serían los resultados del proyecto si se modifica una variable, mientras el resto permanece constante. (Medina Hernández, 2010)

En el presente proyecto para conocer cuales serias los riesgos y las utilidades que se presenten si se considera un crecimiento del 20% para el escenario positivo y un decremento del 20% para un escenario pesimista en el flujo d caja que se calculó para emprender este proyecto.

6.15.1 ESCENARIO OPTIMISTA +20%

**GRÁFICO 37: Escenario Optimista  
LUFA ALMOHADAS DE PLUMAS**

**ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>\$ 525.106,43</b>	<b>\$ 539.267,65</b>	<b>\$ 553.819,15</b>	<b>\$ 568.754,42</b>	<b>\$ 588.484,12</b>
(+) Recursos propios	\$ 87.338,30					
(+) Recursos ajenos	\$ 95.000,00					
(+) Ingresos por ventas	\$ 525.106,43	\$ 539.267,65	\$ 553.819,15	\$ 568.754,42	\$ 588.484,12	\$ 588.484,12
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 29.752,51</b>	<b>\$ 30.085,74</b>	<b>\$ 30.422,70</b>	<b>\$ 30.763,43</b>	<b>\$ 31.107,98</b>	<b>\$ 31.107,98</b>
(+) Costo Operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Costos de venta	\$ 12.480,00	\$ 12.619,78	\$ 12.761,12	\$ 12.904,04	\$ 13.048,57	\$ 13.048,57
(+) Costos Administrativos	\$ 17.272,51	\$ 17.465,96	\$ 17.661,58	\$ 17.859,39	\$ 18.059,42	\$ 18.059,42
<b>(=)FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>\$ 495.353,92</b>	<b>\$ 509.181,91</b>	<b>\$ 523.396,45</b>	<b>\$ 537.990,99</b>	<b>\$ 557.376,13</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
(+)Créditos a contratarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
(+) Interes pago de créditos a largo plazo	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
Otros egresos	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
<b>(=) FLUJO NO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 9.663,48</b>	<b>\$ 8.025,64</b>	<b>\$ 8.025,64</b>	<b>\$ 4.671,24</b>	<b>\$ 1.724,08</b>	<b>\$ -</b>
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>\$ 485.690,44</b>	<b>\$ 501.156,27</b>	<b>\$ 518.725,21</b>	<b>\$ 536.266,91</b>	<b>\$ 557.376,13</b>

**Gerente General**  
Sr. Nancy Avila

**Jefe Administrativo**  
Srta. Ana Fiallos

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Valor Actual Neto VAN 1**

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4}$$

$$VAN1 = -182338,30 + \frac{485690,44}{(1+0.0572)^1} + \frac{501156,27}{(1+0.0572)^2} + \frac{518725,21}{(1+0.0572)^3} + \frac{536266,91}{(1+0.0572)^4} + \frac{557376,13}{(1+0.0572)^5}$$

$$VAN1 = -182338,30 + \frac{485690,44}{1,0572} + \frac{501156,27}{1,1177} + \frac{518725,21}{1,1816} + \frac{536266,91}{1,2492} + \frac{557376,13}{1,3206}$$

$$VAN1 = -182338,30 + 459412,07 + 448381,74 + 439002,38 + 429288,27 + 422062,80$$

$$VAN1 = -182338,30 + 2198147,26$$

$$VAN1 = 2015808,96$$

## **Análisis**

El valor actual neto que se obtuvo es mayor a cero, lo que hace que el proyecto sea factible para emprenderlo. El proyecto tiene una capacidad de recuperar el valor invertido y a su vez de generar utilidad con una tasa de rendimiento de 5,72 %

- **Valor Actual Neto VAN 2**

$$VAN2 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4}$$

$$VAN2 = -182338,30 + \frac{485690,44}{(1+0.0656)^1} + \frac{501156,27}{(1+0.0656)^2} + \frac{518725,21}{(1+0.0656)^3} + \frac{536266,91}{(1+0.0656)^4} + \frac{557376,13}{(1+0.0656)^5}$$

$$VAN2 = -182338,30 + \frac{485690,44}{1.0656} + \frac{501156,27}{1.1355} + \frac{518725,21}{1.2099} + \frac{536266,91}{1,2893} + \frac{557376,13}{1.3740}$$

$$VAN2 = -182338,30 + 455790,56 + 441352,94 + 428733,95 + 415936,48 + 405659,48$$

$$VAN2 = -182338,30 + 2147473,41$$

$$VAN2 = 1965135,11$$

### **Análisis**

El valor actual neto que se obtuvo es mayor a cero, lo que hace que el proyecto sea factible para emprenderlo. El proyecto tiene una capacidad de recuperar el valor invertido y a su vez de generar utilidad con una tasa de rendimiento de 6,56 %

- **Tasa beneficio - costo**

$$R_C^B = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R_C^B = \frac{2775431,77}{383754,19}$$

$$R_C^B = 7,23$$

La empresa tendrá una relación beneficio/costo de \$ 7,23 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, la misma que resulta del cálculo antes realizado.

- **Periodo de recuperación de la inversión PRI**

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{182338,30}{\frac{2599214,97}{5}}$$

$$PRI = \frac{182338,30}{519842,99}$$

$$PRI = 0,35$$

0 año

0,35 \* 12 meses = 4,2

0,2 \* 30 días = 6 días

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será en 4 meses y seis días.

- **Tasa interna de retorno TIR**

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left( \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572) \left( \frac{2015808,96}{2015808,96 - 1965135,11} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572) \left( \frac{2015808,96}{50673,85} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572)(39,78)$$

$$TIR = 0,3913 \Rightarrow 39,13\%$$

**Análisis**

El porcentaje de rendimiento futuro es del 39,13% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo cual demuestra la factibilidad económica del proyecto de emprendimiento.

6.15.2 ESCENARIO PESIMISNA -20%

**GRÁFICO 38:** Escenario pesimista  
**LUFA ALMOHADAS DE PLUMAS**  
**ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>\$ 350.070,95</b>	<b>\$ 359.511,77</b>	<b>\$ 369.212,77</b>	<b>\$ 379.169,62</b>	<b>\$ 392.322,74</b>
(+) Recursos propios	\$ 87.338,30					
(+) Recursos ajenos	\$ 95.000,00					
(+) Ingresos por ventas	\$ 350.070,95	\$ 359.511,77	\$ 369.212,77	\$ 379.169,62	\$ 379.169,62	\$ 392.322,74
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 29.752,51</b>	<b>\$ 30.085,74</b>	<b>\$ 30.422,70</b>	<b>\$ 30.763,43</b>	<b>\$ 31.107,98</b>	<b>\$ 31.107,98</b>
(+) Costo Operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Costos de venta	\$ 12.480,00	\$ 12.619,78	\$ 12.761,12	\$ 12.904,04	\$ 12.904,04	\$ 13.048,57
(+) Costos Administrativos	\$ 17.272,51	\$ 17.465,96	\$ 17.661,58	\$ 17.859,39	\$ 17.859,39	\$ 18.059,42
<b>(=) FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>\$ 320.318,44</b>	<b>\$ 329.426,03</b>	<b>\$ 338.790,07</b>	<b>\$ 348.406,18</b>	<b>\$ 361.214,76</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
(+) Interes pago de créditos a largo plazo	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
Otros egresos	\$ 9.663,48	\$ 8.025,64	\$ 4.671,24	\$ 4.671,24	\$ 1.724,08	\$ -
<b>(=) FLUJO NO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 9.663,48</b>	<b>\$ 8.025,64</b>	<b>\$ 4.671,24</b>	<b>\$ 4.671,24</b>	<b>\$ 1.724,08</b>	<b>\$ -</b>
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 182.338,30</b>	<b>\$ 310.654,96</b>	<b>\$ 321.400,39</b>	<b>\$ 334.118,83</b>	<b>\$ 346.682,10</b>	<b>\$ 361.214,76</b>

**Gerente General**  
 Sr. Nancy Avila

**Jefe Administrativo**  
 Srta. Ana Fiallos

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

- **Valor Actual Neto VAN 1**

$$VAN1 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4}$$

$$VAN1 = -182338,30 + \frac{310654,96}{(1+0.0572)^1} + \frac{321400,39}{(1+0.0572)^2} + \frac{334118,83}{(1+0.0572)^3} + \frac{346682,10}{(1+0.0572)^4} + \frac{361214,76}{(1+0.0572)^5}$$

$$VAN1 = -182338,30 + \frac{310654,96}{1,0572} + \frac{321400,39}{1,1177} + \frac{334118,83}{1,1816} + \frac{346682,10}{1,2492} + \frac{361214,76}{1,3206}$$

$$VAN1 = -182338,30 + 293846,92 + 287555,15 + 282768,14 + 277523,30 + 273523,22$$

$$VAN1 = -182338,30 + 1415216,73$$

$$VAN1 = 1232878,43$$

## **Análisis**

El valor actual neto que se obtuvo es mayor a cero, lo que hace que el proyecto sea factible para emprenderlo. El proyecto tiene una capacidad de recuperar el valor invertido y a su vez de generar utilidad con una tasa de rendimiento de 5,72 %

- **Valor Actual Neto VAN 2**

$$VAN2 = -Inversión Inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4}$$

$$VAN2 = -182338,30 + \frac{310654,96}{(1+0.0656)^1} + \frac{321400,39}{(1+0.0656)^2} + \frac{334118,83}{(1+0.0656)^3} + \frac{346682,10}{(1+0.0656)^4} + \frac{361214,76}{(1+0.0656)^5}$$

$$VAN2 = -182338,30 + \frac{310654,96}{1.0656} + \frac{321400,39}{1.1355} + \frac{334118,83}{1.2099} + \frac{346682,10}{1,2893} + \frac{361214,76}{1.3740}$$

$$VAN2 = -182338,30 + 291530,56 + 283047,46 + 276154,10 + 268891,72 + 262892,84$$



$$VAN2 = -182338,30 + 1382516,70$$

$$VAN2 = 1200178,38$$

### **Análisis**

El valor actual neto que se obtuvo es mayor a cero, lo que hace que el proyecto sea factible para emprenderlo. El proyecto tiene una capacidad de recuperar el valor invertido y a su vez de generar utilidad con una tasa de rendimiento de 6,56 %

- **Tasa beneficio - costo**

$$R_C^B = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos Totales del Proyecto}}$$

$$R_C^B = \frac{1850287,85}{383754,19}$$

$$R_C^B = 4,82$$

La empresa tendrá una relación beneficio/costo de \$ 4,82 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, la misma que resulta del cálculo antes realizado.

- **Periodo de recuperación de la inversión PRI**

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{182338,30}{\frac{1674071,05}{5}}$$

$$PRI = \frac{182338,30}{334814,21}$$

$$PRI = 0,54$$

0 año

$$0,54 * 12 \text{ meses} = 6,48$$

$$0,48 * 30 \text{ días} = 14 \text{ días}$$

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto será en 6 meses y catorce días.

- **Tasa interna de retorno TIR**

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \left( \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572) \left( \frac{1232878,43}{1232878,43 - 1200178,38} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572) \left( \frac{1232878,43}{32700,05} \right)$$

$$TIR = 0,0572 + (0,0656 - 0,0572)(37,70)$$

$$TIR = 0,3739 \Rightarrow 37,39\%$$

**Análisis**

El porcentaje de rendimiento futuro es del 37,39% siendo mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento lo cual demuestra la factibilidad económica del proyecto de emprendimiento.

6.15.3 CUADRO DE SENSIBILIDAD

**Tabla 72: Cuadro comparativo de sensibilidad**

<b>EVALUADOR</b>	<b>OPTIMISTA +20%</b>	<b>REAL</b>	<b>PESIMISTA - 20%</b>
<b>VAN 1</b>	\$ 2.015.808,96	\$ 228.152,63	\$ 1.232.878,43
<b>VAN 2</b>	\$ 1.965.135,11	\$ 218.169,11	\$ 1.200.178,38
<b>TIR</b>	39,13%	25%	37,39%
<b>R B/C</b>	7,23	6,03	4,82
<b>PRI</b>	4 meses 6 días	1 año 10 meses 9 días	6 meses 14 días

**Elaborado por:** Ana Lucia Fiallos

**Fuente:** Investigación propia

## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1. CONCLUSIONES**

La creación de una nueva línea de almohadas de plumas para la empresa Procesadora “Santa Anita” permitirá un alto desarrollo en nuevo mercado a través de la proporción de un producto nuevo e innovador y sobre todo siendo el único productor en la provincia de Cotopaxi.

La producción de almohadas de plumas permitirá que la empresa Procesadora “Santa Anita” aporte al cuidado ambiental al dar un mejor tratamiento y uso de plumas como residuo después del proceso de faenamiento que esta realiza diariamente, contribuiría al mejoramiento de estilo de vida de cierto número de familiar al crear nuevas fuentes de trabajo para personas con discapacidad física, con estas grandes aportaciones cumplirá con su responsabilidad social y ambiental.

La inversión que se necesita para el proyecto al realizar los respectivos cálculos se concluye que se recuperara la misma al año 10 meses y 6 días, siendo este un periodo aceptable y real para recobrar dicho monto, tiene una relación beneficio/costo de 6,03 lo que significa que ese valor será la recuperación por cada dólar invertido, dando con esto la confianza a los inversionistas ya que contaran con rentabilidad, utilidad y estabilidad económica.

#### **7.2. RECOMENDACIONES**

Crear una nueva línea de almohadas de plumas cumpliendo con los estándares de calidad y tomando en cuenta el aporte ambiental, económico y social que esta nueva línea brindara para la empresa Procesadora “Santa Anita”.

Realizar constantes estudios e investigaciones de mercado con el fin de identificar los cambios de gustos, necesidades y preferencias que el cliente tenga para ir mejorando constantemente y manteniendo el posicionamiento en el mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agrocalidad. (2015). Acta de Reunión del CNA. *Agrocalidad y Sector Avícola del país estrechan lazos de trabajo*, (pág. 7). Quito.
- Agrocalidad. (2017). Rendición de cuentas zona 3. *Rendición de cuentas AGROCALIDAD 2016*, (pág. 6). Tungurahua.
- Aguilar, I. G. (2006). *Finanzas Cooperativas en las prácticas*. Madrid, España: Mizar Publicidad, S.L.
- Asamblea Constituyente. (2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. QUITO: Publicación oficial de la Asamblea Constituyente.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Becerril, F. R. (1997). *Clencia, Metodología e investigación*. México: LOGMAN DE MÉXICO EDITORES.
- Bruno, B. (2010). *Diccionario de Marketing*. Madrid - España: Cultural S.A.
- Campesinos, F. H. (2010). *Manual Agricultura Alternativa*. Bogota: Lexus.
- Campo, B. I. (2004). *Abonos Orgánicos: Biodigestores-Biopreparados Humus-Suelos*. Bogota: Enlace cultural.
- Carl S. Warren, J. M. (2005). *Contabilidad Financiera, 9a. edición*. México: Internacional Thomson Editores, S.A. de C.V.
- Cerón, G. C. (2005). *Economía aplicada a la valoración de impactos ambientales*. Manizales - Colombia: Copyriht .
- Charles Michael Williams. (2013). Gestión de residuos de aves de corral en los países en Desarrollo. *FAO*, 47,48.
- Cuervo, A. (2005). *Introducción a la Administración de Empresas*. Ed. Thomson - Civitas.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica* . Mexico: PRENTICE HALL, INC.
- De la Fuente García, D. P. (2008). *Ingeniería de organización en la empresa: Dirección de Operaciones*. Oviedo: Ediciones de la Universidad de Oviedo.
- Desarrollo, S. N. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito: SENPLADES.
- economía., L. g. (2016). *Gastos Financieros*. Obtenido de <http://ww.conomia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>
- Faga, H. a. (2006). *Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Finanzas., E. (2016). *GASTOS DE VENTA*. Obtenido de [http://www.eco-finanzas.com0diccionario/G/GASTOS\\_DE\\_VENTA.htm](http://www.eco-finanzas.com0diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm)

- Fincowsky, E. B. (2014). *Organización de empresas*. México D.F.: MC GRAWHILL/INTERAMERICANA DITORES, S.A. DE C.V.
- Fincowsky, E. B. (2014). *Organización de empresas*. México D.F: McGRAWHILL.
- Gavilanes, J. (12 de Junio de 2012). *Niveles Jerárquicos de la Empresa u Organización*.  
Obtenido de [HTTP://nivelesdelaempresa.blogspot.com/](http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/)
- Gil Estallo, M. &. (2002). *Concepto, contenido y objeto de la administración de empresas*. Editorial UOC.
- Google Maps. (2017). Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com.ec/maps/@-1.244135,-78.5390815,10z>
- Google Maps. (2017). Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com.ec/maps/@-1.3594255,-83.896297,6z>
- Google Maps. (2017). Obtenido de Google Maps:  
<https://www.google.com.ec/maps/place/Provincia+de+Cotopaxi/@0.76749,79.4121271,9z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d461069d795bd1:0x835305dda9893b50!8m2!3d-0.8384206!4d-78.6662678>
- Granados, I. L. (2009). *Contabilidad Gerencial*. Colombia: ISMAEL GRANADOS.
- Horngen, C. T. (2007). *Contabilidad de Costos*. México: Pearson Education.
- INEC. (2010). Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010-a-nivel-de-manzana/>
- Ing. Diego Alfonso Vizcaíno Cabezas, I. R. (2013). *GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AVÍCOLAS RESOLUCIÓN TÉCNICA N° 0017*. ECUADOR: Imprenta IdeaZ.
- Jeanneth Caroline Galarza, H. D. (2016). Manejo de desechos orgánicos y cumplimiento de la normativa legal ambiental en las avícolas de la provincia de Tungurahua. *Dialnet*.
- Knook.net. (2016). *Enciclopedia temática*. Obtenido de Obtenido de Gastos de Venta:  
<http://knook.nwt/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>
- Kotler, P. &. (2003). *Fundamento de Marketing Sexta Edición*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2008). *Las preguntas más frecuentes sobre marketing*. Editorial Norma.
- Lopez - Pinto, B. (2001). *La esencia del marketing*. Barcelona: Ediciones de la Universidad Politécnica de Catalunya, SL.
- Manahan, S. E. (2007). *Introducción a la Química Ambiental*. Mexico: Ilus.
- María Iborra Juan, Á. D. (2007). *Fundamentos de Dirección de Empresas*. Madrid: Thomson Editores Spain.
- Martínez López, F. &. (2010). *Distribución comercial*. Madrid - España: Delta, Publicaciones universitarias.
- Mayes, T. R. (2009). *Análisis Financiero con Microsoft Excel*. Cengage Learning Editores.

- Medina Hernández, U. &. (2010). *Cómo evaluar un proyecto empresarial*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Muñoz, R. (2016). *CEF\_ Marketing XXI. Obetnido de Marketing en el siglo XXI 5a Edición*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Nordica Home*. (09 de Noviembre de 2010). Obtenido de Nordica Home: <http://www.nordicahome.com/blog/2010/11/productos-de-plumon-caractericticas-y-ventajas/>
- Núñez Montenegro, E. (2016). *Fanda Pymes*. Obtenido de Diferencia entre Gasto Administrativo y Gasto Financiero: <http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Pastori, I. N. (26 de Enero de 2012). *El productor*. Obtenido de El productor: <http://elproductor.com/2012/01/26/tratamiento-de-residuos-avicolas-compost/>
- Pérez, G. (2016). *Diseño de Proyectos Sociales*. España: Narcea S.A.
- Reyes, P. (2010). *Contabilidad de costos* . México: Limusa Noriega Ediciones.
- Rincón Soto, C. (2011). *Costos para PYME*. ECOE EDICIONES.
- Robbins, S. &. (2002). *Fundamentos de Adminisración*. Mexico: Pearson Education.
- Sapag, N. (2010). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. México: Pearson Ediciones.
- Sarmiento, R. (2011). *Contabilidad General*. Quito - Ecuador: Editorial Voluntad.
- Stern L., E.-A. A. (1999). *Canales de comercialización*. Prentice Hall.
- Tejada, B. D. (2007). *Administración de servicios de alimentación*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Van Home, J. C. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Education.
- Vidales Rubí, L. (2003). *Glosario e términos financieros*. México: Plaza y Valdés S.A. de C.V.
- Vital, M. L. (2011). *Diseño de estructuras organizacionales de alto rendimiento*. Mexico: Trillas S.A. de C.V.

**ANEXOS**  
**ANEXO 1: ENCUESTA**



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



**OBJETIVO:**

Determinar la factibilidad de la creación de una nueva línea de almohadas de plumas para la empresa Procesadora “Santa Anita” en la provincia de Cotopaxi

Encuesta:

- 1. ¿Si se elabora y comercializaría una almohada de plumas de pollo usted la compraría?**

Si

No

- 2. ¿Ha escuchado de las almohadas rellenas de plumas de pollo que brinden comodidad y suavidad al momento de descansar?**

Si

No

- 3. ¿Qué beneficios usted considera que debería tener las almohadas de plumas?**

Suavidad

Comodidad

Hipo alérgicas

Todas las anteriores

- 4. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de las almohadas?**

Empaque en funda transparente

Empaque con logotipo e indicaciones

Empaque en fundas ecológicas

**5. ¿Qué promociones le gustaría que se realice para promocionar las almohadas de plumas de pollo?**

Descuentos

Segundo a mitad de precio

Obsequio de una mini almohada de 40x50

**6. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se realice la publicidad del producto?**

Radio

Prensa

Internet

Televisión

Hojas volantes

**7. ¿En dónde le gustaría que se comercialice las almohadas de plumas?**

Supermercados

Centros comerciales

Mueblerías

Venta a domicilio

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una almohada rellena de plumas de pollo que brinda mayor comodidad?**

\$05.00 a \$10.00

\$15.00 a \$20.00

\$25.00 a \$30.00

**9. ¿Cuántas almohadas estaría dispuesto usted a adquirir anualmente para su hogar?**

1 a 5

6 a 10

11 a más

**10. ¿Qué otro producto le gustaría que se lo realice con las plumas de pollo?**

Chompas

Edredones

Abonos

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**



ANEXO 2: PROFORMAS

RESHUAN HABOUD WADAD IDALIA  
**ALMACEN "LA MARAVILLITA"**  
 Venta de Productos Textiles  
 AV. CEVALLOS 15-56 Y MERA  
 TEL. 032822285 \* AMBATO

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD  
 RUC 1800181297001  
 AUI 1120662186

**FACTURA**  
 001 - 001 -  
**Nº 020932**

Fecha: Junio 5 2017  
 Cliente: Aquiles Salcedo  
 Dirección: Salcedo  
 RUC: 0502570484 Telef: \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCION	V UNID.	V TOTAL
<u>20</u>	<u>Plumante # 3.00</u>		<u>6.00</u>

FORMA DE PAGO  EFECTIVO  
 CHEQUE  
 ELECTRONICO  
 TARJETA DE CREDITO/DEBITO  
 OTROS

SUBTOTAL: \_\_\_\_\_  
 IVA %: \_\_\_\_\_  
 TOTAL: 6.00

RUC: 1802377588001 \* Imp. Horengo \* Horengo Rincón Córdova \* Aut. 13358 - Del 20001 al 22400  
 EMI: 03Mayo2017 \* Cal: 03Mayo2018 - Original - Adjuntado - Copia Emisa

**COTIZACION**

Fecha: 10-08-2017 Teléfono: 0396423336  
 Nombre: Ana Lucio Fiallos Jmila Céd. Ident: 0502570484  
 Dirección/Trabajo: San Francisco la Universidad

Codigo	Modelo	Descripción	PVP
<u>52</u>	<u>1950</u>	<u>Lavadora WEP</u>	\$
<u>52</u>		<u>Lavadora WAB</u>	\$
		<u>sin entrega</u>	
TOTAL			\$

Observaciones: Visitaré en 2 meses

Forma de Pago:  Crédito Directo  Tarjeta de Crédito  Cheque  Efectivo

Nota: PRECIOS SUJETOS A CAMBIO DE PRECIO IVA

**con 30 electrodomésticos ALMACENES LA GANGA**

PROFORMA VEHICULOS CHEVROLET

Latacunga, 10 de Agosto de 2017

Srta.

**ANA LUCIA FIALLOS AVILA**

Presente.-

AUTOMOTORES DE LA SIERRA S.A., Concesionario autorizado GENERAL MOTORS presente 52 años en el centro del país, tiene el agrado de dirigirse a usted para poner a su consideración la proforma de nuestro vehículo:

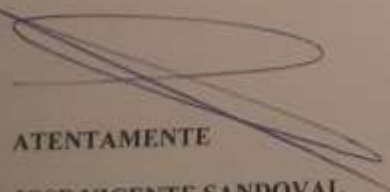
**CHEVROLET D-MAX CS 4X2 GASOLINA**

MOTOR:	2.400CC DOHC 16 VALVULAS
POTENCIA:	150 HP@ 3.600 rpm
TRANSMISIÓN:	Manual 5 velocidades
EQUIPAMIENTO:	Asientos individuales Calefacción, 2 Airbags, Aros de acero R'15, Frenos ABS, vidrios eléctricos, radio CD MP3-USB-AUX, portavasos.

GARANTÍA: 5 Años o 100.000 Km

PRECIO NORMAL \$26.990,00 (INCLUYE IVA)

**Nota: precios sujetos a cambio por orden público**

  
ATENTAMENTE

**JOSE VICENTE SANDOVAL  
ASESOR DE COMERCIAL  
AGENCIA LATACUNGA  
ASSA LATACUNGA  
TELF: 03-2811135 / 0998122501**

IMPORTACIONES  
**Almarches**

SERVICIO  
CALIDAD  
GARANTIA



Máquinas de Coser Industriales **0000818**

BROTHER - JUKI - ADLER - NEW LONG  
FAV - KANSAI SPECIAL - REPREY  
SINGER - ZOJE - KONTEN - SIRUBA

Principal: Meru 0770 y 12 de Noviembre  
Tel. 2 822290 - 2 425263 - 282450 Ambato

Sucursal 1 - Equipos y Electrodomésticos  
Fernández y Ocaña  
Teléfono: 2 824637


PROFORMA:  NOTA DE VENTA:

FECHA: 14-08-2013 DESPACHADO POR:  
CLIENTE: Fiallos Dno Lucio RUC O CI: 0502570484  
TELÉFONO(S): 032728402 FACTURA N°:  
DIRECCIÓN: Salcedo PLAZO:

CANT.	VALOR	DESCRIPCIÓN
1	500	Docto Juki 8100-H.
1	1150	avchale 4 kilos Juki
TOTAL	1650	SUB-TOTAL: 1473,21 IVA: 116,79 TRANSPORTE:

RESERVACIONES

ANEXO 3: SIMULADOR DE CREDITO

		\$ 95000			
<b>TASA NOMINAL:</b>		11.23			
<b>TASA EFECTIVA ANUAL:</b>		11.83			
<b>TASA MAXIMA BCE:</b>		11.83			
<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>					
Cuota	Fecha de Pago	Capital	Interés	Total	Saldo Capital
1	06-10-2017	\$1576.91	\$889.04	\$2465.95	\$93423.09
2	05-11-2017	\$1591.67	\$874.28	\$2465.95	\$91831.42
3	05-12-2017	\$1606.56	\$859.39	\$2465.95	\$90224.86
4	04-01-2018	\$1621.6	\$844.35	\$2465.95	\$88603.26
5	03-02-2018	\$1636.77	\$829.18	\$2465.95	\$86966.49
6	05-03-2018	\$1652.09	\$813.86	\$2465.95	\$85314.4
7	04-04-2018	\$1667.55	\$798.4	\$2465.95	\$83646.85
8	04-05-2018	\$1683.15	\$782.8	\$2465.95	\$81963.7
9	03-06-2018	\$1698.91	\$767.04	\$2465.95	\$80264.79
10	03-07-2018	\$1714.81	\$751.14	\$2465.95	\$78549.98
11	02-08-2018	\$1730.85	\$735.1	\$2465.95	\$76819.13
12	01-09-2018	\$1747.05	\$718.9	\$2465.95	\$75072.08
13	01-10-2018	\$1763.4	\$702.55	\$2465.95	\$73308.68
14	31-10-2018	\$1779.9	\$686.05	\$2465.95	\$71528.78
15	30-11-2018	\$1796.56	\$669.39	\$2465.95	\$69732.22
16	30-12-2018	\$1813.37	\$652.58	\$2465.95	\$67918.85
17	29-01-2019	\$1830.34	\$635.61	\$2465.95	\$66088.51
18	28-02-2019	\$1847.47	\$618.48	\$2465.95	\$64241.04
19	30-03-2019	\$1864.76	\$601.19	\$2465.95	\$62376.28
20	29-04-2019	\$1882.21	\$583.74	\$2465.95	\$60494.07
21	29-05-2019	\$1899.83	\$566.12	\$2465.95	\$58594.24
22	28-06-2019	\$1917.61	\$548.34	\$2465.95	\$56676.63
23	28-07-2019	\$1935.55	\$530.4	\$2465.95	\$54741.08
24	27-08-2019	\$1953.66	\$512.29	\$2465.95	\$52787.42

25	26-09-2019	\$1971.95	\$494	\$2465.95	\$50815.47
26	26-10-2019	\$1990.4	\$475.55	\$2465.95	\$48825.07
27	25-11-2019	\$2009.03	\$456.92	\$2465.95	\$46816.04
28	25-12-2019	\$2027.83	\$438.12	\$2465.95	\$44788.21
29	24-01-2020	\$2046.81	\$419.14	\$2465.95	\$42741.4
30	23-02-2020	\$2065.96	\$399.99	\$2465.95	\$40675.44
31	24-03-2020	\$2085.3	\$380.65	\$2465.95	\$38590.14
32	23-04-2020	\$2104.81	\$361.14	\$2465.95	\$36485.33
33	23-05-2020	\$2124.51	\$341.44	\$2465.95	\$34360.82
34	22-06-2020	\$2144.39	\$321.56	\$2465.95	\$32216.43
35	22-07-2020	\$2164.46	\$301.49	\$2465.95	\$30051.97
36	21-08-2020	\$2184.71	\$281.24	\$2465.95	\$27867.26
37	20-09-2020	\$2205.16	\$260.79	\$2465.95	\$25662.1
38	20-10-2020	\$2225.8	\$240.15	\$2465.95	\$23436.3
39	19-11-2020	\$2246.63	\$219.32	\$2465.95	\$21189.67
40	19-12-2020	\$2267.65	\$198.3	\$2465.95	\$18922.02
41	18-01-2021	\$2288.87	\$177.08	\$2465.95	\$16633.15
42	17-02-2021	\$2310.29	\$155.66	\$2465.95	\$14322.86
43	19-03-2021	\$2331.91	\$134.04	\$2465.95	\$11990.95
44	18-04-2021	\$2353.73	\$112.22	\$2465.95	\$9637.22
45	18-05-2021	\$2375.76	\$90.19	\$2465.95	\$7261.46
46	17-06-2021	\$2397.99	\$67.96	\$2465.95	\$4863.47
47	17-07-2021	\$2420.44	\$45.51	\$2465.95	\$2443.03
48	16-08-2021	\$2443.03	\$22.86	\$2465.89	\$0
<b>TOTAL:</b>		<b>\$95000</b>	<b>\$23365.54</b>		

# ANEXO 4: INFORMACIÓN DE LA EMPRESA



## REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



**NUMERO RUC:** 1802225498001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** AVILA CHAVEZ NANCY SUSANA

**NOMBRE COMERCIAL:** PROCESADORA SANTA ANITA

**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** **NUMERO:**

---

<b>FEC. NACIMIENTO:</b> 14/04/1968	<b>FEC. ACTUALIZACION:</b> 01/08/2016
<b>FEC. INICIO ACTIVIDADES:</b> 05/01/2005	<b>FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:</b>
<b>FEC. INSCRIPCION:</b> 05/01/2005	<b>FEC. REINICIO ACTIVIDADES:</b>

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

EXPLOTACIÓN DE MATADEROS QUE REALIZAN ACTIVIDADES DE SACRIFICIO, FAENAMIENTO,

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**

Provincia: COTOPAXI Cantón: SALCEDO Parroquia: SAN MIGUEL Calle: PANAMERICANA Número: S/N Referencia: BARRIO RUMIPAMBA DE LA UNIVERSIDAD, FRENTE A LA HACIENDA DE LA UNIVERSIDAD Teléfono: 032726835 Email: arista94alfa@hotmail.com Celular: 0996785981

**DOMICILIO ESPECIAL:**

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

\* DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA

---

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Requiere que sus declaraciones son semestrales siempre y cuando cumpla con las condiciones para ello, que son: retención del 100% del IVA y transferencia de bienes y servicios con tarifa 0% de IVA

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:</b> del 001 al 001	<b>ABIERTOS:</b> 1
<b>JURISDICCIÓN:</b> (ZONA 3) COTOPAXI	<b>CERRADOS:</b> 0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriva (Art. 97 Código Tributario, Art. 11 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: PRLM300810 Lugar de emisión: LATACUNGA/CALLE SANCHEZ Fecha y hora: 01/08/2016 15:37:10

Página 1 de 2



**REGISTRO ÚNICO ARTESANAL**  
**RUA No. 1802225498001**  
**MINISTERIOS DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD**  
**SUBSECRETARIA DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS**

**CONSIDERANDO:**

Que, entre las competencias de esta Cartera de Estado se encuentran la regularización, formalización, fomento productivo, consolidación de capacidades, acceso a mercados y financiamiento, por parte de los actores que conforman el sistema productivo Nacional;

Que, el Registro Único Artesanal (RUA) es una herramienta informática de administración y gestión de la información del sector Artesanal, dirigida a fomentar las actividades productivas de los actores públicos y privados que lo conforman;

**CONCEDE:**

El Registro Único Artesanal a **AVILA CHAVEZ NANCY SUSANA**, con RUC/ RISE No. **1802225498001** quien ejerce personalmente la actividad de **Faenado en carnes** en el taller de su propiedad, denominado **PROCESADORA SANTA ANITA**, ubicado en **PANAMERICANA No. y** en la parroquia **SAN MIGUEL** del cantón **SALCEDO**, provincia de **COTOPAXI**.

El presente Registro, otorga el acceso a los programas de formación, capacitación, asistencia técnica y acceso a financiamiento público y privado, que mantiene en ejecución el Ministerio de Industrias y Productividad.

Dado en Quito, Distrito Metropolitano, 8 de septiembre de 2016

**SUBSECRETARIO(A) DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS**  
**MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD**



ANEXO 5: INSTALACIONES DE LA EMPRESA





## ANEXO 6: PROCESO DE PRODUCCIÓN

### Desinfección y lavado de materia prima



### Secado y selección de materia prima



### Relleno de almohadas

