



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DE AVESTRUZ EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA.

AUTOR/ A: GISSELA LAURA CATOTA HIDALGO

TUTOR/ A: MSC. Eduardo Ramiro Pastás Gutiérrez

TUTOR TÉCNICO: E.C Ximena Elizabeth Cayambe Badillo

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2018



CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Tutor del Proyecto Plan de negocios para la creación de una empresa productora de derivados de avestruz en la parroquia de Amaguaña, presentado por la ciudadana Gissela Laura Catota Hidalgo , para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

TUTOR:

MG.Ramiro Pastas



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Gissela Laura Catota Hidalgo alumna de la Universidad Tecnológica Israel, declaro que he realizado este trabajo de titulación tomando en consideración citas bibliográficas que se nombran en este texto.

La Universidad Tecnológica Israel puede utilizar este trabajo de titulación como una ayuda bibliográfica.

GISSELA LAURA CATOTA HIDALGO



APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

Los miembros del jurado examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema:
Plan de negocios para la creación de una empresa productora de derivados de avestruz en la parroquia de Amaguaña.

Para Constancia firma:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

MSC.RAMIRO PASTÁS

F.....

MSC.JOHN BRAVO

F.....

MSC.FAUSTO IBARRA

Quito, 24 de septiembre del 2018



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por acompañarme en cada paso que doy, por darme sabiduría e iluminar mi mente y por haberme puesto en el camino aquellas personas que me supieron ayudar y nunca me abandonaron durante el periodo de mis estudios

Agradeceré siempre a mis padres Jaime y Laura por guiarme y enseñarme principios y valores aquellos que me han hecho crecer como persona y como mujer, enseñarme el verdadero amor y por el esfuerzo que hicieron por mí para poder alcanzar esta meta tan esperada.

Al amor de mi vida, pequeña Kaitlyn Danielle por ser mi inspiración y mi apoyo incondicional para alcanzar todas mis metas, porque con su sonrisa y sus abrazos tiernos hacen que cada día de mi vida me levante con más ganas de vivir.

A mi esposo José por acompañarme y ser mi compañero fiel en todo momento y compartir mis éxitos y alegrías.

A la universidad Israel por sembrar en mí el conocimiento y la actitud necesaria para alcanzar el éxito.

GISSELA LAURA CATOTA HIDALGO



DEDICATORIA

A Dios por su infinito amor, bondad y su misericordia, gracias por ser ese ser tan maravilloso que me ha permitido llegar a este punto tan valioso para mí, por darme salud y vida para lograr mis más anheladas metas.

A mi reinita hermosa por llenar de colores mis días y alegrarme con sus locuras y sus travесuras; gracias porque eres una bendición caída del cielo que llego a mi vida para cambiar mis tristezas por alegrías y curar mis heridas, este triunfo está dedicado a ti mi razón de ser y existir.

A mi padre Jaime: Por su apoyo incondicional en todo momento y por enseñarme el verdadero esfuerzo para alcanzar mis objetivos y gracias a él por la motivación y el amor que son la clave para seguir adelante.

A mi madre por estar pendiente de mí y darme su amor infinito en todo momento

A mi esposo José por su amor, comprensión y apoyo constante que me supo brindar para terminar mi carrera.

GISSELA LAURA CATOTA HIDALGO

RESUMEN EJECUTIVO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DERIVADOS DE AVESTRUZ EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA

El avestruz es actualmente un ave exótica que da origen a varios productos de buena calidad entre ellos la carne; es por ello que la siguiente tesis tiene por objetivo dar a conocer al público en general de una nueva opción alimenticia que son los embutidos; aquellos que se caracterizan principalmente por ser hechos de carne de avestruz la cual contiene bajos contenidos de colesterol, calorías, grasas y es rica en nutrientes y proteínas. En el primer capítulo se desarrolló la contextualización del espacio temporal, las investigaciones previas del tema en cuestión y el cuerpo teórico del mismo. En el segundo capítulo se estableció el marco metodológico, se aplicó dos instrumentos de investigación entre ellos tenemos la encuesta dirigida a los pobladores de Amaguaña y la Entrevista dirigida a la competencia, se procedió con la tabulación de los instrumentos utilizados que ayudaron a la interpretación de los resultados obtenidos. En el tercer capítulo se elaboró la propuesta del plan de negocios en las que van incluido, estudio de marketing, estudio financiero, estudio técnico, estudio legal y ambiental, por último se redactó conclusiones y recomendaciones y se incluyó los anexos y además la bibliografía citada de los diferentes autores, libros, tesis, páginas web, entre otros.

Palabras claves:

- Análisis de la demanda
- Embutido de avestruz
- Explotación de avestruz

EXECUTIVE SUMMARY

BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A BUSINESS PRODUCING AND COMMERCIALIZING DERIVATIVE OF OSTRICH IN THE PARISH OF AMAGUAÑA

The ostrich is currently an exotic bird that gives rise to various products of good quality including the meat; is for this reason that the following thesis aims to inform the public in general of a new food option that are cured meats; those who are mainly characterized by being made of ostrich meat which contains low content of cholesterol, fat, calories and is rich in nutrients and protein. In the first chapter unfolded the contextualization of the temporary space, previous investigations of the subject matter and the theoretical body of the same. In the second chapter the methodological framework was established, two applied research including instruments have the survey addressed to the inhabitants of Amaguaña and interview aimed at the competition, we proceeded with the tabulation of the instruments used who helped with the interpretation of the results obtained. In the third chapter was elaborated the proposal of the business plan in which are included, study of marketing, financial study, technical study, environmental, and legal study was finally drawn up conclusions and recommendations and included the annexes and in addition the cited literature of different authors, books, theses, websites, among others.

Key words:

- analysis of demand
- Ostrich inlay
- Exploitation of ostrich

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
EXECUTIVE SUMMARY	viii
INTRODUCCIÓN	1
PROBLEMA	2
OBJETIVOS	2
Objetivo General	2
Objetivos específicos	2
JUSTIFICACIÓN	3
CAPÍTULO I.....	5
MARCO TEÓRICO.....	5
1. Contextualización espacio temporal del problema.....	5
1.1. Producción y comercialización de embutidos de avestruz en el Mundo.....	5
1.2. Producción y comercialización de derivados de avestruz en el Ecuador	5
1.3. Producción y comercialización de derivados de avestruz en Amaguaña	6
1.4. Revisión de investigaciones previas sobre el objeto de estudio	6
1.4.1. Investigación sobre las propiedades del consumo de carne(Universidad de Guayaquil).....	6
1.4.2. Investigación sobre la composición de la carne de avestruz (Universidad la Salle) .	6
1.4.3. Investigación de producción de jamón con carne de avestruz (Universidad de Bolívar)	7
1.4.4. Investigación sobre chorizo y salchicha elaborada a base de carne de avestruz	7
1.5. Cuerpo teórico	8
1.5.1. Plan.....	8
1.5.2. Plan de negocio	8
1.5.3. Producto y servicio.....	8
1.5.4. El marketing mix	8
1.5.5. Estudio de mercado	9
1.5.6. Gestión empresarial.....	9
1.5.7. Matriz EFE	9
1.5.8. Procesos productivos y Procedimientos de Operación.....	9

1.5.9.	Flujograma	10
1.5.10.	Normativa ANSI	10
1.5.11.	Estudio Técnico.....	10
1.5.12.	Proceso financiero	11
1.5.13.	Financiamiento Requerido	11
1.5.14.	Capital de trabajo	11
1.5.15.	Estados financieros proforma y flujos de efectivos.....	11
1.5.16.	TIR Y VAN.....	12
1.5.17.	Proceso legal	12
1.5.18.	Proceso ambiental	12
1.5.19.	Avestruz	12
1.5.20.	Situación geográfica del avestruz.....	13
1.5.21.	Alimentación	13
1.5.22.	Incubación	13
1.5.23.	Productos del avestruz.....	14
1.5.24.	Carne de avestruz	14
1.5.25.	Comparación nutritiva de la carne de avestruz.....	14
1.5.26.	Embutidos.....	15
2.1.	Tipo de estudio	16
2.2.	Población y muestra	16
2.2.1.	Segmentación de mercado.....	16
2.2.2.	Cálculo de la muestra	17
2.2.3.	Nivel de competencias según la muestra.....	18
2.3.	Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información	18
2.3.1.	Instrumentos de investigación	18
2.4.	Formas de procesamiento de la información obtenida de la aplicación de métodos y técnicas	19
2.4.1.	Resultados de encuesta aplicada.....	19
2.4.2.	Resultado de entrevista indirecta.....	26
2.5.	Análisis de los instrumentos aplicados.....	27
CAPÍTULO III		28
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE AVESTRUZ EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA.		28
3.	Proceso de Marketing.....	28
3.1.	Análisis del mix del marketing.....	28
3.1.1.	Producto	29
3.1.2.	Precio.....	31
3.1.3.	Plaza	32
3.1.4.	Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)	34
3.1.5.	Análisis demanda y sus proyecciones	35
3.1.6.	Análisis de la oferta y proyecciones.....	37
3.1.7.	Demanda insatisfecha.....	39
3.1.8.	Demanda para el proyecto.....	39

3.1.9.	Programa de producción.....	40
3.1.10.	Producción de líneas para el año 2018	40
3.2.	Proceso operativo y organización.....	40
3.2.1.	Misión	40
3.2.2.	Visión	41
3.2.3.	Principios y valores	41
3.2.4.	Formulación de estrategias.....	41
3.2.5.	Formulación de objetivo.....	41
3.2.6.	Macro entorno y Micro entorno	39
3.2.7.	Constitución de la organización	43
3.2.8.	Estructura organizacional	44
3.2.9.	Plano de distribución planta de producción.....	46
3.3.	Procesos de producción.....	47
3.4.	Estudio técnico	48
3.4.1.	Análisis de localización.....	48
3.4.2.	Requerimiento de recursos	49
3.5.	Proceso financiero	50
3.5.1.	Presupuesto de Inversión.....	50
3.5.2.	Plan de financiamiento.	51
3.5.3.	Cálculo de costos y gastos.....	51
3.5.4.	Costos de materia prima	53
3.5.5.	Capital de Trabajo.	54
3.5.6.	Depreciación y amortización.....	54
3.5.7.	Cálculo de costo de Ventas y Precio de Ventas	55
3.5.8.	Presupuesto Ingreso.....	57
3.5.9.	Estado de Pérdidas y ganancias.....	58
3.5.10.	Flujo de caja	59
3.5.11.	Cálculo del Tir y Van	60
3.5.12.	Relación Beneficio/Costo.....	61
3.5.13.	Periodo de recuperación de inversión	61
3.5.14.	Punto de equilibrio	62
3.6.	Marco legal.....	65
3.7.	Estudio Ambiental.....	66
3.7.1.	Área de Influencia Directa	66
3.7.2.	Área de Influencia Indirecta	66
3.7.3.	Estudio de Impactos	66
4.	Conclusiones y Recomendaciones	68
4.1.	Conclusiones	68
4.2.	Recomendaciones.....	70
5.	Anexos.....	75
5.1.	Encuesta para embutidos de avestruz.....	75
5.2.	Entrevista a proveedor de plumrose en la parroquia de Amaguaña	77
5.3.	Productos ofertados por la micro empresa	78
5.4.	Permiso de funcionamiento (SUPERCIAS).....	80
5.5.	Registro único de contribuyentes	81

5.6.	Permisos municipales de funcionamiento	82
5.7.	Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.....	83
5.8.	Permiso de MSP	84
6.	Bibliografía y citas	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Simbología ANSI.....	10
Figura N° 2	Género	19
Figura N° 3	Consume embutido	19
Figura N° 4	Razón de no consumir embutido	20
Figura N° 5	Tipos de embutido	20
Figura N° 6	Preferencia de consumo de embutido	21
Figura N° 7	Consumo embutidos de avestruz	21
Figura N° 8	Razón de no consumir embutidos de avestruz.....	22
Figura N° 9	Nivel de satisfacción.....	22
Figura N° 10	Precios Jamón y mortadela	23
Figura N° 11	Precio Salchicha y Chorizo.....	23
Figura N° 12	Frecuencia de consumo.....	24
Figura N° 13	Cantidad de compra	24
Figura N° 14	Lugar de compra	25
Figura N° 15	Imagen Institucional	28
Figura N° 16	Logotipo.....	28
Figura N° 17	Envoltura plástica	30
Figura N° 18	Empaque	31
Figura N° 19	Canal directo.....	33
Figura N° 20	Canal indirecto.....	33
Figura N° 21	Letrero Fábrica.....	34
Figura N° 22	Redes Sociales	34
Figura N° 23	Anuncio	35
Figura N° 24	Proyección de demanda	37
Figura N° 25	Oferta 2010-2018.....	38
Figura N° 26	Fuerzas de Porter	40
Figura N° 27	Departamento Gerente General	44
Figura N° 28	Departamento Administrativo-Financiero	44
Figura N° 29	Departamento de producción	45
Figura N° 30	Departamento comercial.....	45
Figura N° 31	Planta de producción.....	46
Figura N° 32	Proceso de Elaboración de embutido.....	47
Figura N° 33	Macro localización.....	48
Figura N° 34	Punto de equilibrio Salchicha	62
Figura N° 35	Punto de equilibrio Jamón	63
Figura N° 36	Punto de equilibrio Mortadela	63
Figura N° 37	Punto de equilibrio Chorizo.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Comparación nutritiva.....	14
Tabla N° 2 Segmentación de mercado	16
Tabla N° 3 Nivel de competencias	18
Tabla N° 4 Precio Plumrose	27
Tabla N° 5 Precio Salchicha.....	31
Tabla N° 6 Precio jamón	32
Tabla N° 7 Precio Mortadela.....	32
Tabla N° 8 Precio Chorizo.....	32
Tabla N° 9 Dimensión demográfica	35
Tabla N° 10 Tendencia de la demanda.....	36
Tabla N° 11 Proyección de demanda	36
Tabla N° 12 Kilos a nivel nacional.....	37
Tabla N° 13 Kilos a nivel de Amagüaña	38
Tabla N° 14 Proyección de oferta.....	39
Tabla N° 15 Demanda insatisfecha	39
Tabla N° 16 Demanda para el proyecto.....	40
Tabla N° 17 Programa de producción	40
Tabla N° 18 Producción por productos	40
Tabla N° 19 Matriz EFE.....	42
Tabla N° 20 Tipo de empresa	43
Tabla N° 21 Socios.....	43
Tabla N° 22 Macro localización.....	48
Tabla N° 23 Requerimiento de Recursos	49
Tabla N° 24 Recurso Financiero	49
Tabla N° 25 Talento humano.....	50
Tabla N° 26 Presupuesto de inversión.....	50
Tabla N° 27 Plan de financiamiento.....	51
Tabla N° 28 Detalle de costos y gastos	52
Tabla N° 29 Materia Prima Salchicha	53
Tabla N° 30 Materia Prima Jamón	53
Tabla N° 31 Materia Prima mortadela.....	53
Tabla N° 32 Materia prima chorizo.....	53
Tabla N° 33 Capital de Trabajo.....	54
Tabla N° 34 Depreciación y amortización.....	54
Tabla N° 35 Precio de venta Salchicha	55
Tabla N° 36 Precio de Venta Jamón.....	55
Tabla N° 37 Precio de venta Mortadela.....	55
Tabla N° 38 Precio de venta Chorizo	56
Tabla N° 39 Presupuesto Ingreso	57
Tabla N° 40 Proyección de ingresos.....	57
Tabla N° 41 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	58
Tabla N° 42 Flujo de caja	59
Tabla N° 43 VAN	60
Tabla N° 44 TIR	61

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador existen varias empresas dedicadas a producir embutidos unos con los permisos de funcionamiento legibles y otras clandestinas en las que venden sus productos a bajos costos para familias de escasos recursos, y no garantiza que sean saludables y mucho menos que cuenten con aportes y nutrientes para el ser humano, lo que en la mayoría de veces resultan perjudiciales para la salud a causa de que contienen altos contenidos de grasa, colesterol y otros aditivos que resultan cancerígenos

En los últimos años ha aumentado el consumo y la producción de embutidos en nuestro país, vale recalcar que este tipo de actividad económica tiene en el mercado ecuatoriano más de 85 años ,entre las empresas más grandes de producción de embutidos son Procesadora Nacional de Alimentos, Don diego y Plumrose, a pesar de las advertencias de los Organismos internacionales que afirman que consumir embutidos provoca varias enfermedades, pero esto no es un problema para la población, o hacen caso omiso a las advertencias.

Siendo una alternativa para ofrecer embutidos de alta calidad y con bajos aportes de grasa y colesterol, la carne de avestruz da origen a varios productos entre estos tenemos los embutidos que se obtiene de la carne.

Hoy en día en el mercado ecuatoriano hay muy pocos productores de embutidos de avestruz y el único que produce embutidos se encuentra ubicado en El Oro la cual lleva el nombre de Granja “**LA COLINA**”, la cual no es reconocida a nivel nacional, el motivo es porque no existe muchos productores que se dediquen a demandar esta ave y peormente en explotarla, es por eso los altos precios que se pide por el kg de carne y por los embutidos elaborados a base de esta carne.

El avestruz es un animal exótico que se caracteriza por sus largas patas, su forma y sus plumas que son muy esplendorosas, pero en los momentos actuales la cría de esta ave ha demostrado que puede competir con muchos animales como el pollo, el pavo, el cerdo, la res y otros que son accesibles en el mercado, pero se comprueba que la avestruz es una alternativa más saludable que el resto de animales. La carne de avestruz tiene una consistencia y un sabor similar a la carne de vacuno, pero es más alta en hierro y proteínas, y es considerablemente más baja en grasa, colesterol y calorías.

En los último años nuestro país se ha caracterizado por los altos porcentajes de enfermedades que existen por el consumo de carnes rojas y blancas que tienen altos niveles de colesterol

en unos casos unos resultan perjudiciales para la salud y en otros casos pueden provocar hasta la muerte. Algunas personas optan por dejar este tipo de alimentos siendo esto un sacrificio para ellos y de ahí el gran desconocimiento que tienen de la carne de avestruz.

Es por ello que la presente tesis está dirigida a todo el público en general para que puedan conocer y ser partícipes de adquirir nuevos productos alimenticios que sean beneficios para su salud con el mismo sabor que se caracterizan los embutidos pero con un toque de carne que al analizarla es una alternativa muy nutritiva y la cual no provoca enfermedades más bien las previene y ayudan en la salud del ser humano.

PROBLEMA

El desconocimiento de la población en general en cuanto a los beneficios que se puede obtener de la carne de avestruz, ha hecho que el animal pierda importancia y pase a formar parte de otra dimensión; por este motivo las personas han dejado de lado este tema, es por ello que el proyecto está diseñado con el propósito de dar a conocer los beneficios que se pueden obtener al consumir los embutidos hechos de la carne de esta ave, los cuales son altamente ricos en proteínas y vitaminas que ayudan en la salud del ser humano.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un plan de negocios para la creación de un micro empresa productora y comercializadora de embutidos de avestruz que permita el conocimiento de los beneficios que se puede obtener a través de la explotación del ave.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente mediante la búsqueda de información de fuentes primarias y secundarias para el sustento del diagnóstico y la propuesta.
- Investigar el mercado mediante encuestas, y entrevistas para conocer de manera precisa el campo comercial para el diseño de un plan estratégico y el lanzamiento del producto.

- Efectuar una valoración financiera mediante el desarrollo de estudios, proyectos e índices financieros que aseguren la rentabilidad del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Por lo anteriormente descrito, es conveniente realizar un plan de negocios para la creación de una microempresa de producción y comercialización de embutidos de avestruz, dado que en Amaguaña no existe un lugar o una empresa que comercialice los embutidos del avestruz por lo tanto las personas no conocen los beneficios que trae el consumir este tipo de alimento.

Además el alto índice de aumento de enfermedades cancerígenas y las muertes que están provocando el consumo de embutidos hecho a base de productos que perjudican la salud del ser humano, hace que la creación de esta microempresa sea el motivo para poder brindar a los pobladores donde se realizara el proyecto que consuman productos alimenticios sanos sin quitar ese sabor exquisito que tienen los embutidos, para que así se reduzcan los porcentajes de enfermedades que trae consumir embutidos; puedan ser reconocidos a nivel nacional y llegar a ser una de las micro empresas conocidas no solo por ofrecer embutidos sino por ofrecer embutidos sanos y que aporten nutrientes en la salud del ser humano

Por un lado, En los ganaderos existe la preocupación de criar y explotar animales más productivos y que les genere más rentabilidad y por otro, de los consumidores que prefieren y optan por productos más saludables, bajos en calorías, grasa y colesterol; esta cultura de una alimentación sana ha crecido de manera significativa en los últimos años, y es ahí donde los embutidos de avestruz surgen como una nueva alternativa de consumo debido a sus características.

Se podría decir que dentro de algunos años el avestruz se convierta en una fuente principal de carne y embutidos en el mercado, desplazando a otros animales con menores características y que no son sanas para la salud humana.

El avestruz presenta muchas ventajas sobre las industrias similares desarrolladas entorno a la explotación pecuaria y sus derivados ya sean avícolas o ganaderas. Una peculiaridad es

que el avestruz aun siendo un ave todo el proceso es más similar a la ganadería. Las ventajas de la industria del avestruz se manifiestan en todos las facetas del proceso, desde el costo de producción, pasando por la calidad de los productos, hasta el precio que cada elemento de la cadena productiva recibe.

Así que no hay problema alguno para poder explotar a este tipo de aves, lo que si es que deberían asociarse varios productores de estas aves para que puedan importar más avestruces a nuestro país y así poder tener más materia prima para poder realizar estos ricos alimentos que sin duda será una buena alternativa para el consumo humano.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. Contextualización espacio temporal del problema.

1.1. Producción y comercialización de embutidos de avestruz en el Mundo

La Producción de embutidos de avestruz en Europa, al igual que en el resto del mundo, se ha caracterizado inicialmente por ser un negocio joven, piramidal y, en consecuencia, especulativo. En los primeros años de actividad han existido incluso empresas relacionadas con la inversión en el negocio de los embutidos de avestruz, en términos de alta rentabilidad. (...) (Moreno, 2016)

Según lo citado con anterioridad se puede mencionar que sería injusto decir que no se ha conseguido bastante para implantar un nuevo sistema alimenticio, tomando en cuenta que en la mayoría de los países, se ha empezado de cero.

1.2. Producción y comercialización de derivados de avestruz en el Ecuador

En el Ecuador la producción embutidos de avestruz no se ha consolidado en el sector alimenticio por su baja aceptación en el mercado y por los altos precios que esto implica, actualmente no existen cifras oficiales de cuantas granjas se dedican a elaborar embutidos de estos animales, debido a que no existe una organización que agrupe a los productores, “según el veterinario Marco Morán especialista en avestruces habría unas 30 fincas dedicadas a la crianza de estos singulares plumíferos”. (Cevallos & Marques, 2014). Pero solo una de ellas conocida como Granja la colina la cual se encuentra ubicada en el Oro se dedica a la elaboración de embutidos procedentes de la carne de avestruz , la cual ya tiene una marca en el mercado ecuatoriano.

La producción de embutidos aún no tiene demanda interna asegurada en nuestro país, puesto que gran parte de la población desconoce que se elaboran productos hechos a base de carne al explotar esta ave.

1.3. Producción y comercialización de derivados de avestruz en Amaguaña

El lugar donde se ejecutara será en la parroquia de Amaguaña conocida también como “tierra de vida”. La parroquia Amaguaña pertenece al Distrito Metropolitano de Quito y está ubicada en el Valle de los Chillos al sur de la Hoya de Guallabamba. Está asentada en el margen derecho del Rio San Pedro y en las faldas de la parte norte del vetusto monte Pasochoa que llega a los 4255 metros sobre el nivel del mar. El centro de la población está a aproximadamente 28 Km al Sur Oriente de la Capital del Ecuador y a 2683 metros sobre el nivel del mar. (Lara Ramos, 2015)

En el sector no existe un sitio o lugar específico en el cual se produzca embutidos de avestruz, por lo tanto la comunidad en general y sus alrededores no conoce los beneficios que se puede obtener de la carne del avestruz, por consecuencia este tema ha pasado a otra dimensión siendo esto un problema para que las personas se adapten a un nuevo sistema de consumo.

1.4. Revisión de investigaciones previas sobre el objeto de estudio

1.4.1. Investigación sobre las propiedades del consumo de carne (Universidad de Guayaquil)

Dirigida hacia la alimentación, la carne del AVESTRUZ a nivel local no es muy conocida, pero en el mundo que nos desenvolvemos, donde predominan los alimentos libres de grasa y ricos en proteínas la carne de esta ave contribuiría a este propósito, es parecida a la de res en su color y sabor, con un 97% libre de grasa y muy rica en proteínas que al consumirla reduciría el número de personas obesas y problemas cardíacos. (Coloma, 2014)

Acontado a lo que dice el autor reducir el índice de personas obesas y problemas cardiacos por consumir esta carne hara que los consumidores empiezen a adaptarse a una nueva alternativa alimenticia sin hacer un sacrificio al dejar de comer loq ue mas les gusta que son los embutidos.

1.4.2. Investigación sobre la composición de la carne de avestruz (Universidad la Salle)

Tiene un alto contenido proteico, buen contenido de hierro, calcio y alto contenido de ácidos grasos de alta densidad (HDA) y de ácidos Omega-3 (las mismas del pescado), requiere de la mitad del tiempo de cocción que la carne de res. Está

comprobado científicamente que la carne del avestruz no transmite parásitos o enfermedad alguna al hombre. (Olarte, 2015)

Como se puede evidenciar en esta tesis la carne de avestruz tiene muchos más beneficios nutricionales que el resto de las carnes por lo que se puede concluir que este tipo de carne es una opción muy buena para cambiar, otras carnes blancas o rojas que pueden ser perjudiciales en la salud del ser humano.

1.4.3. Investigación de producción de jamón con carne de avestruz

El jamón york es un producto de una sola pieza, compuesto de carne picada de grasa magra y grasa animal, la salmuera la introducen en la pieza a través de un proceso llamado inyección, la pieza en cuestión se pincha con agujas por las cuales se introduce la cantidad de salmuera deseada. Es un alimento que, sin caracterizarse por un sabor pronunciado resulta fácil masticar y digerir. Desde un punto de vista nutricional, contiene abundantes proteínas sin ser graso ni muy calórico. (Jara & Ruíz, 2013)

Según las autoras del plan de tesis de elaboración de jamón york es una buena opción reemplazar la carne de avestruz por otras carnes para la elaboración de este apetecible embutido, para ello se debe considerar la calidad, el costo y lo primordial que no sea mala para el consumo.

1.4.4. Investigación sobre chorizo y salchicha elaborada a base de carne de avestruz y soya (Universidad de Loja)

La carne de avestruz posee muchas ventajas por sobre otras carnes y la combinación con soya, nos da como resultado un producto con un mayor contenido nutrimental comparado con el de los alimentos por sí solos y por sobre otros productos del mismo género, siendo más accesibles para la población. Son productos innovadores creados y supervisados por Nutriólogos, que fueron hechos para la población que requiere un aumento en el aporte de proteínas de alto valor biológico y en los que además, su contenido de grasa y colesterol son muy bajos, ayudando así a conservar un buen estado de salud. (Paredes, 2012)

Para este proyecto de elaboración de chorizo y salchicha con carne de avestruz y soya se ha comprobado que la mezcla de carne de avestruz y de soya al unir las tienen muchas más propiedades nutricionales de alto valor proteínico y biológico.

1.5. Cuerpo teórico

1.5.1. Plan

“Un plan es una serie o de pasos o procedimientos que buscan conseguir un objeto o propósito de dirigirla a una dirección, el proceso para diseñar un plan se le conoce como planeación o planificación”. (Castillo, 2014)

Acotando la podemos llegar a una conclusión de que el plan es el primer paso que se debe realizar para poder alcanzar un objetivo o un propósito con respecto a tema en cuestión que se está realizando.

1.5.2. Plan de negocio

Según Pedraza (2014) “En un plan de negocios, generalmente se trata lo referente a los procesos y procedimientos en forma superficial, pero esto no es sencillo, se está hablando de la ingeniería del negocio y como tal, esta parte aborda lo relacionado con la manufactura del bien o producto, o en todo caso con proceso de presentación de un servicio (...). (pág. 211).

Un plan de negocios requiere de una planificación oportuna para alcanzar objetivos realizables y ayuda a crear fuentes de negocio, así como obtener rentabilidad y establecer metas precisas para la obtención de recursos.

1.5.3. Producto y servicio

Un producto es el objeto que oferta el mercado. “Por producto se entiende cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad” (Santesmases, 2014, pág. 33)

Acotando un producto y servicio son los que ofrecen las organizaciones para poder satisfacer necesidades de los clientes, el cual posee un valor o precio para su venta y distribución

1.5.4. El marketing mix

El marketing mix es un concepto que describe las diferentes etapas y decisiones que las empresas o sello hacen a lo largo del producto de entrada en el mercado de un producto o servicio; mientras que el modelo de las 4P es una forma posiblemente la más conocida-de definir el marketing mix. (Montes & Burgos, 2015)

Para que un producto pueda entrar y posicionarse en el mercado debe tener una buena estrategia de marketing, además de un buen producto, un precio accesible y estrategias de publicidad y comercialización que se utilizara para llegar al cliente final.

1.5.5. Estudio de mercado

El estudio de mercado debe contener información estadísticas, si se trata de un mercado existente los datos son más fácil de obtener a través de estadísticas publicadas, en cambio, si el mercado es nuevo será necesario una investigación de mercado para la delimitación del tamaño del segmento de mercado. (Pulloa, 2012, pág. 11)

Un profundo estudio de mercado ayudara a tener una delimitación del segmento de mercado al que estara dirigido el proyecto.

1.5.6. Gestión empresarial

“La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio.” (Prado, 2018)

En conclusión la gestión empresarial es el indicador que hace que la empresa u organización en cuestión sea viable económicamente a través de una buena productividad y competitividad.

1.5.7. Matriz de evaluación de factores externos.

“La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva” (Contreras, 2006)

1.5.8. Procesos productivos y Procedimientos de Operación

Son actividades claves que se realizan en la empresa de forma secuencial y son las más importantes porque de ello depende brindar al consumidor servicio y productos con calidad de esta forma. Pedraza (2014) señala:

En esta parte, será necesario conocer y aportar información sobre el proceso de producción o de prestación del servicio. En este apartado se hará referencia al proceso de elaboración del producto o servicio y a la determinación del costo del mismo.

1.5.9. Flujograma

Es una representación visual de una línea de pasos de acciones que involucran un proceso determinado. En otras palabras, el flujograma radica en representar de forma gráfica diversos hechos, como por ejemplo, situaciones, acontecimientos, movimientos y relaciones de todo tipo, para lo cual se vale del uso de diversos símbolos. (Barros, 2017)

Para acotar el flujograma es de mucha importancia dado que ayuda a conocer los procedimientos para realizar una determinada actividad.

1.5.10. Normativa ANSI

La American National Standard Institute (ANSI) ha preparado una simbología para representar flujos de información del procesamiento electrónico de datos de la cual se emplean algunos símbolos para diagramas de flujo de operación y administrativos. (Stevenson, 2008)

A continuación se muestra en la siguiente figura los símbolos para la realización de flujogramas.






Simples	
Símbolo	Representa
	Operación. Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento.
	Inspección. Indica que se verifica la calidad y/o cantidad de algo.
	Desplazamiento o transporte. Indica el movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro.
	Depósito provisional o espera. Indica demora en el desarrollo de los hechos.
	Almacenamiento permanente. Indica el depósito de un documento o información dentro de un archivo, o de un objeto cualquiera en un almacén.

Figura N° 1 Simbología ANSI
Fuente: Sitio Web

1.5.11. Estudio Técnico

Luna (2016) afirma: El estudio técnico, También denominado estudio de producción, consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como la

investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo y micro y macro localización del plan de negocios (...). (pág. 132).

1.5.12. Proceso financiero

Es la sección del plan que obtendrá la máxima atención de sus inversores. Todas las ideas, conceptos y estrategias expuestos confluyen en un estado financiero y sus proyecciones. Nada interesa más que saber qué se hará con el dinero y cuándo aparecerán las ganancias. (Droznes, 2005, pág. 37)

Lo importante de un proyecto es el proceso financiero que se realizara con el fin de conocer las ganancias y utilidades que se obtendra a traves de la puesta en marcha del mismo.

1.5.13. Financiamiento Requerido

El dinero necesario puede tener distintas fuentes para elaborar el plan de inversión, entre las que se distinguen: recursos propios, financiamiento de bancos, apoyo y participación gubernamental, emisión de acciones, leasing, etc. Elegir la fuente de financiamiento depende del tipo de producto que se proyecte y que permita al negocio solventar los costos financieros. (Pedraza , Modelo de plan de negocios, 2014, pág. 82)

El financiamiento es la forma de conseguir recursos sean estos propios o de crédito.

1.5.14. Capital de trabajo

Es la inversión que la empresa realiza. “El desembolso inicial o capital invertido es el volumen de fondos que la empresa destina a la adquisición de activos permanentes en la realización de un determinado proyecto de inversión para alcanzar el nivel de servicio deseado” (Rosario, 2017, pág. 16).

El capital de trabajo son los recursos que necesita la empresa para ejecutarse, como el dinero, bienes, especies, u otros.

1.5.15. Estados financieros proforma y flujos de efectivos

Son aquello que indican a los propietarios información para luego fijar metas de desempeño. “Los estados financieros son una representación financiera estructurada de la posición financiera y de las transacciones llevadas a cabo por una empresa” (Baena, 2014, pág. 30).

En el plan de negocios el estado financiero permitirá conocer la situación la que el inversionista podrá tomar decisiones para el fin propuesto.

1.5.16. TIR Y VAN

La tasa de utilidad interna. “Es aquel valor relativo que iguala el valor actual de corriente de ingresos con valor actual de la corriente de egresos estimados” (Altuve, 2005, pág. 10).

El valor actual neto es:

En la actualidad la metodología que se presenta y la que tiene una mayor acogida en los últimos tiempos consiste en el reajuste de los “flujos netos de fondos de una taza conocida” lo que significa una media del “costo ponderado del capital” la que se determina con una base de lo que se programó anteriormente en el capítulo de los recursos. (Altuve, 2005, pág. 13)

1.5.17. Proceso legal

Toda actividad empresarial que de ella se originan, se encuentran incorporadas en un régimen legal que regula los derechos y deberes de los diferentes agentes económicos que en ella intervienen. (Pulloa, 2012, pág. 22)

Para que una empresa empiece con el funcionamiento de la misma debiera cumplir con ciertos requisitos que exigen ciertos organismos e instituciones.

1.5.18. Proceso ambiental

“Realiza una descripción general de los impactos ambientales que se producirá al implementar el negocio y las medidas de mitigación. Se requiere cuantificar los costos que se incurrirán en estas medidas, tomando en cuenta lo exigido por nuestra legislación.” (Botten, 2011)

Analizar los impactos ambientales que puede afectar directa o indirectamente la organización una fundamental para poder prevenir y controlar los posibles riesgos que puede sufrir en medio ambiente , dependiendo de las actividades que realice la empresa.

1.5.19. Avestruz

El avestruz proviene de las Ratites, los cuales se incluyen entre las aves que han perdido su facultad de mantenerse en vuelo, pertenece al grupo de los Estrutioniformes que tienen una sola familia. Es el más grande de los pájaros actuales, su tamaño puede llegar hasta 2.50 metros de altura y su peso a 140 kilos, es un pájaro vertebrado, cuyo nombre científico es STRUTHIO CAMELUS. (Díaz & Espinoza, 2013)

Es el ave más grande de su especie, vive entre los treinta y cuarenta años, sus alas pequeñas no le permiten volar, es fuerte y muy veloz, es una especie utilizada como un atractivo turístico, pero más allá de eso hoy en día en muchos países de Europa ingieren su carne como una nueva alternativa saludable.

1.5.20. Situación geográfica del avestruz

La distribución se da en zonas áridas y semiáridas, su hábitat puede comprender lugares con temperaturas muy variadas, por lo general siempre pasan en espacios abiertos donde su tamaño les permite observar con gran facilidad a sus posibles depredadores, también les gusta la vegetación en donde puedan encontrar hierba para alimentarse. (...) (Cevallos & Marques, 2014)

Son aves que se adaptan al medio ambiente puede estar en zonas cálidas como frías, pero donde tenga un espacio considerable para poder desplazarse con facilidad.

1.5.21. Alimentación

El avestruz, al igual que todas las aves, carece de dientes y presenta escasa movilidad en la lengua, por lo que no realiza masticación alguna sobre lo que ingiere. Coge el alimento con el pico y lo hace avanzar hacia la apertura del esófago (...) (Panameña, 2010)

Los avestruces no pueden soportar mucho tiempo en ayunas, ni tampoco ingiriendo agua más de 48 horas ya que esto hará que la avestruz pierda peso ya que reduce su ingestión de alimento.

1.5.22. Incubación

El macho es el encargado de construir el nido, A partir de ese momento la hembra elegida, es la primera en colocar sus huevos, ya que el macho vuelve a repetir el cortejo nupcial con otras hembras, apareándose por lo general con 3 en total, pudiendo llegar hasta a las 5. (Panameña, 2010)

El avestruz pone sus huevos en los meses de marzo o abril, hasta octubre o noviembre, el macho incuba los huevos por lo general en la noche y la hembra lo hace en el día entre 39 y 40 días, en la noche tanto hembra como macho se intercambian las posiciones de incubación.

1.5.23. Productos del avestruz

Hoy en día entre los ganaderos la cría del avestruz se considera el más ventajoso de los proyectos, y al referirse a sus instalaciones se las considera las granjas del futuro debido a la gran variedad de productos posibles de obtener y a su alto potencial agropecuario. (Bioenciclopedia, 2012)

El avestruz es una animal de la cual se puede utilizar todos los miembros de su cuerpo, no se desperdicia nada, entre estas tenemos la carne, las plumas, huevos, entre otros.

1.5.24. Carne de avestruz

El avestruz produce carne roja, con un sabor similar a la de res, en dependencia de la edad a la que se sacrifique el animal. Esta carne posee un alto porcentaje de proteína y un bajo contenido de grasa, lo que la hace más saludable. Su precio oscila entre 10 y 16 USD el kilogramo, en dependencia del tipo de corte que se comercialice. (Lema, 2007, pág. 20)

Además de poseer contenidos bajos en colesterol que otras carnes. Posee un contenido de hierro más elevado en comparación con el resto y es muy saludable para el consumo humano.

1.5.25. Comparación nutritiva de la carne de avestruz

Tabla N° 1 Comparación nutritiva

Espece Animal	Colesterol (mg)	Calorías (Kcal)	Grasa (g)	Proteína (%)
Avestruz	58	97	2	22
Pollo	73	140	3	27
Pavo	59	135	3	25
Res	77	240	15	23
Cordero	78	205	13	22
Cerdo	84	275	19	24

Fuente: USDA; Nutritive Value of foods, Home and Garden Bulletin N°72. (2003).

Elaborado: Autora

Como se puede observar en la tabla 1, el contenido de la carne de avestruz en cuanto a colesterol es un 25% menor que la carne de res; con respecto al contenido de grasa tiene cerca del 10% presente en la res. Las calorías, es de las más bajas comparando con el resto de carnes por ello muchos autores la denominan la carne roja “Light”.

Si se sacrifica un avestruz con peso superior a 120 Kg, el rendimiento, está entre el 45-50%, de carne pura; sin hueso es del 37%. De esta carne, el 80% se vende como carne de primera constituida por los dos muslos, el 20% restante se vende para hamburguesas o embutidos esta carne se deshuesa de las costillas, lomo y cuello. (Jara & Ruíz, 2013)

1.5.26. Embutidos

La elaboración de los embutidos se liga al progreso de la industrialización a mediados del siglo XV, con el descubrimiento de los condimentos los mismos que se utilizaban en la elaboración de embutidos. Es así que de acuerdo a los historiadores en la época de los romanos aparecían embutidos tales como los botulus ó botellos, conocidos en la actualidad con el nombre de botelos o botillos los cuales se elaboran en Galicia, Asturias o León, este producto es tipo morcilla el mismo ya para esa época se lo comercializaba en las calles. (Bajaña Cornejo & González Jaramillo, 2012, pág. 50)

Son muy apetecidos por en el mundo, su sabor es muy rico pero con el tiempo producen enfermedades cancerígenas, puesto que el procesamiento de las mismas y a las carnes rojas que utilizan para su preparación.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÒGICO

El siguiente capítulo describe el diseño metodológico del estudio, en el que se especifican y detallan los métodos, técnicas de recogida de datos, las características de los instrumentos, el análisis de la información, así como algunas características de las muestras participantes en el estudio y la contextualización del contexto en que se desarrolla el estudio, los cuales serán de gran ayuda para poder realizar un correcto estudio de mercado y así conocer las necesidades directas del consumidor con respecto al producto.

2. Enfoque metodológico de la investigación

2.1. Tipo de estudio

El estudio de la investigación es de tipo cualitativa, porque utiliza la recolección de datos para medir las características de fenómenos sociales que provocaron el problema, luego de aplicar el análisis estadístico estableciendo la relación de causa y efecto. Por lo que en el sector de Amaguaña existe una demanda insatisfecha por la falta de oferta de embutidos .No obstante, también comprenderá de una parte cuantitativa al momento de cuantificar la rentabilidad de este negocio.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado se realizó para poder dividir el mercado al cual se va a ofrecer el producto de ahí se dedujo que el rango óptimo para el consumo de embutidos es de 5 años de edad y 64 años de edad.

Tabla N° 2 Segmentación de mercado

Criterios de segmentación	Segmentos
Geográficos	
País	Ecuador
Ciudad	Quito
Situación geográfica	Zona rural
Tamaño sector económico	
Tamaño de la empresa	Micro empresa
Actividad	producción de embutidos de avestruz
Demográfica	
Clientes	Todos
Edad	10-64 Años

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Autora

Según el censo de población y vivienda del 2010, en DM de Quito existe un total de 2.239.191 millones de habitantes con un crecimiento poblacional del 1,419% y un tamaño de familia promedio de 4,2 personas por familia, y en la parroquia de Amaguaña existe un total de 31.106 habitantes de 5 a 64 años. De ahí, la población total de Amaguaña se dividió para el promedio de familias según INEC, es decir 7406 habitantes x familia, de allí se tomara una pequeña muestra para valorar a los posibles clientes que desean adquirir embutidos hechos de la carne 100% de avestruz.

2.2.2. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se ocupó la fórmula para poblaciones finitas, así tenemos:

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

$$N=31.106/ 4,2=7406 \text{ (INEC)}$$

$$Z=1,96$$

$$p= 0,5$$

$$q=0,5$$

$$e=0,05$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 7406}{(0,05)^2 (7406 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 7406,19}{(0,0025)(7405) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{7112,904876}{18,5129 + 0,9604}$$

$$n = 365$$

Aplicando la fórmula de poblaciones finitas para calcular la muestra se obtuvo que se deben realizar 365 encuestas en Amaguaña.

2.2.3. Nivel de competencias según la muestra

Para la correspondiente aplicación de la muestra se ha dividido la población por estratos de acuerdo a los barrios que existe en la parroquia de Amaguaña para así conocer y saber los posibles clientes y consumidores del producto.

Tabla N° 3 Nivel de competencias

EXTRACTO	POBLACIÓN	PROMEDIO FAMILIA	MUESTRA
Cristóbal colon y Pedro Echanique	3000	714	35
Iglesias Sincholagua	5065	1206	59
Centro poblado de Amaguaña	10000	2381	117
Iglesias y Flavio Alfaro	4490	1069	53
Iglesias y Eugenio espejo	2147	511	25
Cristóbal colon y José flores	3404	810	40
García Moreno y Luis Hidalgo	3000	714	35
TOTAL	31106	7406	365

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Autora

2.3. Métodos empíricos y técnicas empleadas para la recolección de la información

2.3.1. Instrumentos de investigación

2.3.1.1. Encuesta dirigida al consumidor

La encuesta es un método de investigación y recopilación de datos utilizada para obtener información de personas sobre diversos temas. En este caso se aplicó la encuesta directamente a los habitantes de la parroquia de Amaguaña. Para así conocer el grado de aceptación, la frecuencia de compra, preferencia, gustos, necesidades, requerimientos, precio y así como también la posible demanda de productos elaborados al explotar el ave.

2.3.1.2. Entrevista dirigida a la competencia

La entrevista es un diálogo que existe entre dos o más personas en la cual el entrevistador hace una serie de preguntas al entrevistado y él se dedica a responder todo esto en relación a un tema, problema o acontecimiento en específico. En este caso se aplicó una entrevista a un proveedor de la marca PLUMROSE.

2.4. Formas de procesamiento de la información obtenida de la aplicación de métodos y técnicas

2.4.1. Resultados de encuesta aplicada

1.- Género

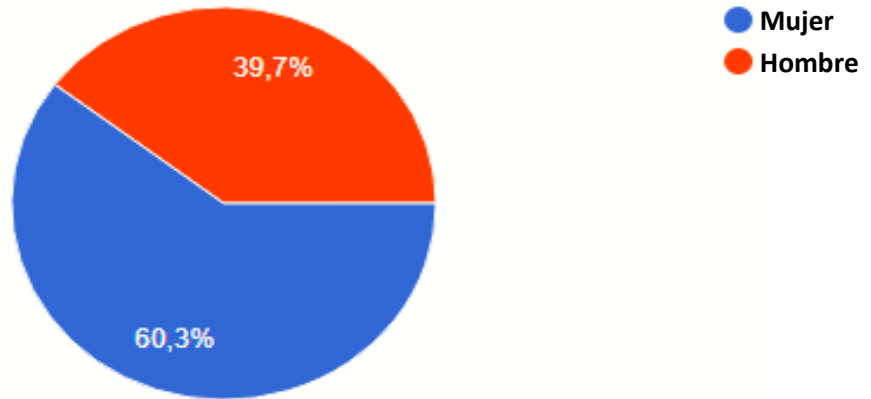


Figura N° 2 Género
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

Del 100% de personas encuestadas el 60,3% es de sexo femenino y tan solo el 39,7% es de sexo masculino.

2.- Consume usted algún tipo de embutido

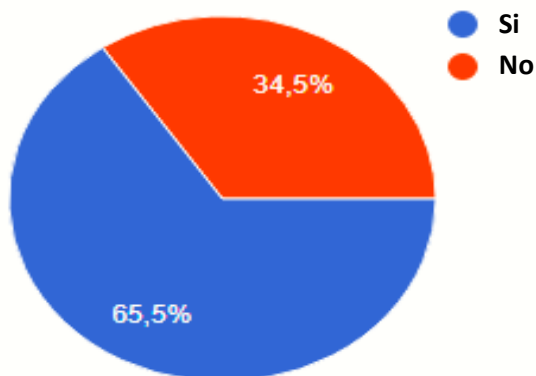


Figura N° 3 Consume embutido
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

El 65,5% de encuestados afirma que ha consumido algún tipo de embutido y el 34,5% no ha consumido.

3.- Si su respuesta es NO, cual es la razón no consumir embutidos.

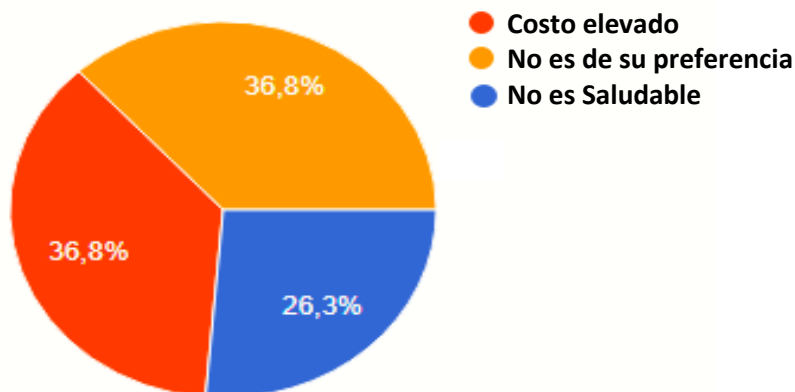


Figura N° 4 Razón de no consumir embutido
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

Del 100% de encuestados el 36,8% no ha consumido embutidos por poseer un costo elevado, el otro 36,8% afirma que no es de su preferencia y tan solo el 26,3% contestó que no es saludable.

4.-Cuál de las siguientes tipos de embutidos consume.

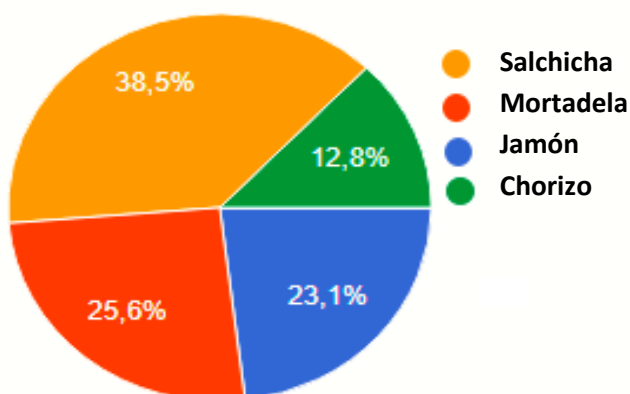


Figura N° 5 Tipos de embutido
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

De las personas que si han consumido embutidos el 38,5% consume salchichas, el 25,6% consume mortadela, el 23,1% jamón y el 12,8% Chorizo.

5.- Cuál es la razón por la cual tiene mayor preferencia de consumo de embutidos.

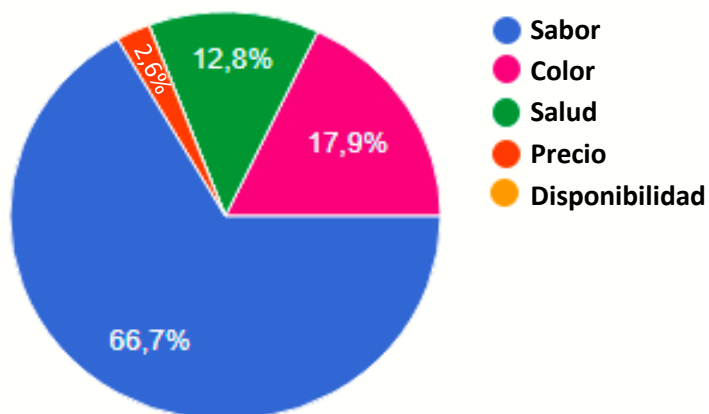


Figura N° 6 Preferencia de consumo de embutido

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

Del 100% de encuestados el 66,7% tiene mayor preferencia de consumo por el sabor de los embutidos, el 17,9% lo prefieren por su color, el 12,8 % por salud y tan solo el 2,6% por el precio.

6.- Ha consumido alguna vez embutidos de avestruz

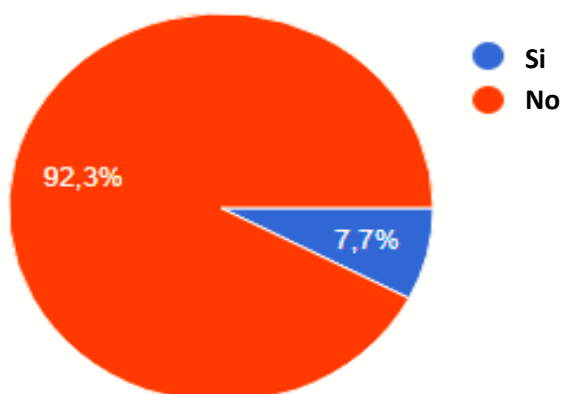


Figura N° 7 Consumo embutidos de avestruz

Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

El 92,3% de encuestados respondió que no han consumido derivados de avestruz y tan solo el 7,7% si lo han probado.

7. - Si su respuesta es NO cual es la razón de no consumir embutidos de avestruz.

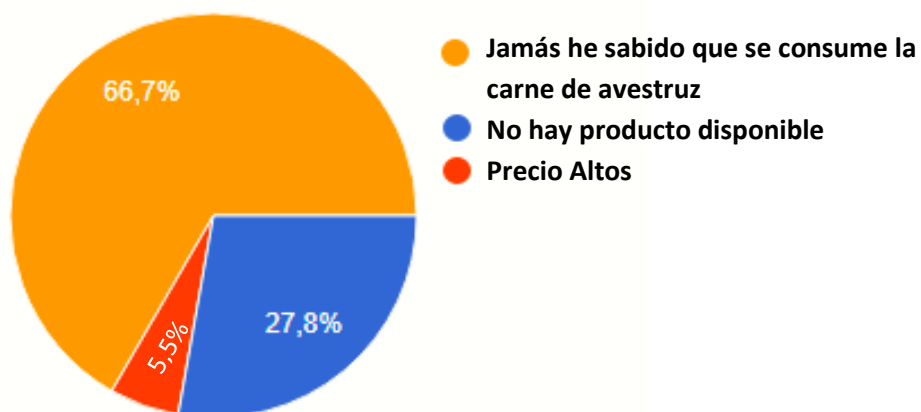


Figura N° 8 Razón de no consumir embutidos de avestruz

Fuente: Encuesta

Elaborado: Autora

Interpretación

De los encuestados que no han consumido embutidos de avestruz el 66,7% indico que jamás ha sabido que se consume dicha carne, el 27,8% respondió que no existe producto disponible en el mercado y el 5,5 % indica que no consumen por los precios altos de los embutidos.

8. ¿Si su respuesta es Si cual fue su nivel de satisfacción?

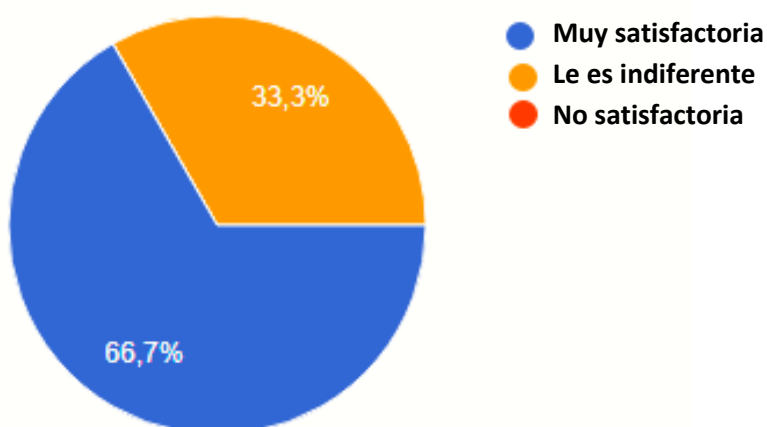


Figura N° 9 Nivel de satisfacción

Fuente: Encuesta

Elaborado: Autora

Interpretación

De los encuestados que si han consumido los embutidos el 66,7% indico que su nivel de satisfacción es muy satisfactoria y el 33,3% contesto que le es indiferente.

9. Si estuviera disponible en el mercado jamón y mortadela de avestruz a un precio de \$6,00 y \$ 4,50 respectivamente la funda 120g cuál sería la intención de compra.

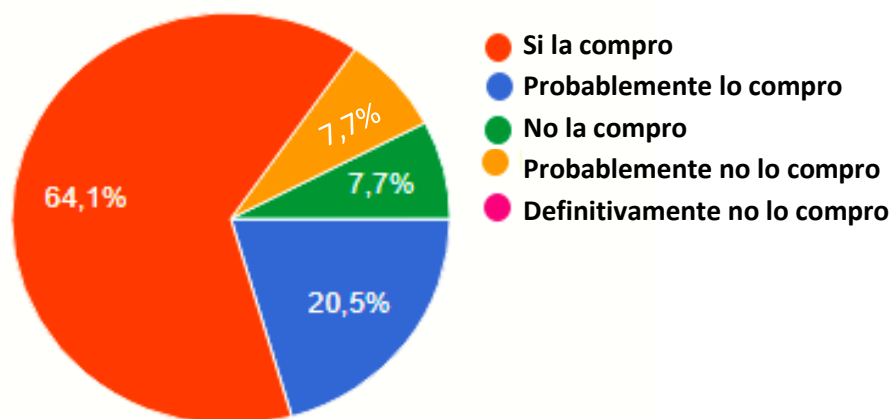


Figura N° 10 Precios Jamón y mortadela
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

El 64,1% indica que si estuviese en el mercado jamón y mortadela a los precios especificados si la comprarían, el 20,5% probablemente lo compraría, el 7,7 % no lo compraría y el otro 7,7% indico que probablemente no lo compraría.

10. Si estuviera disponible en el mercado Salchicha y Chorizo de avestruz a un precio de \$3,00 y \$ 5,00 respectivamente la funda 120g cuál sería la intención de compra.

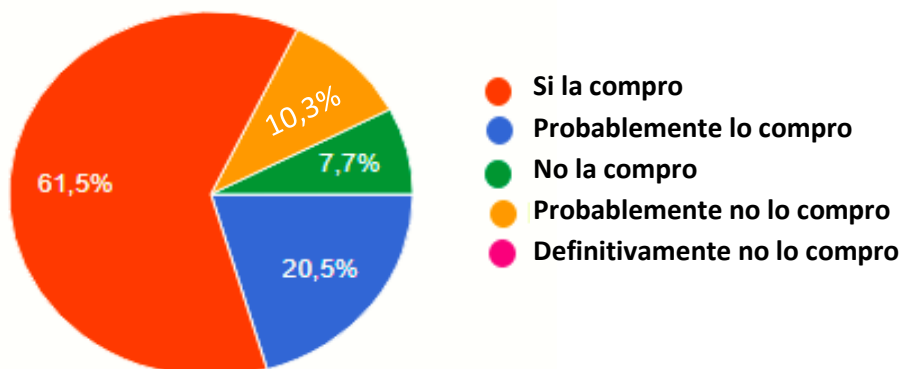


Figura N° 11 Precio Salchicha y Chorizo
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

El 64,1% indica que, si estuviese en el mercado Salchicha y Chorizo a los precios especificados. 61,5 % si la comprarían, el 20,5% probablemente lo compraría, el 7,7 % no lo compraría y 10,3% indico que probablemente no lo compraría.

11. Con qué frecuencia compraría los embutidos de carne de avestruz

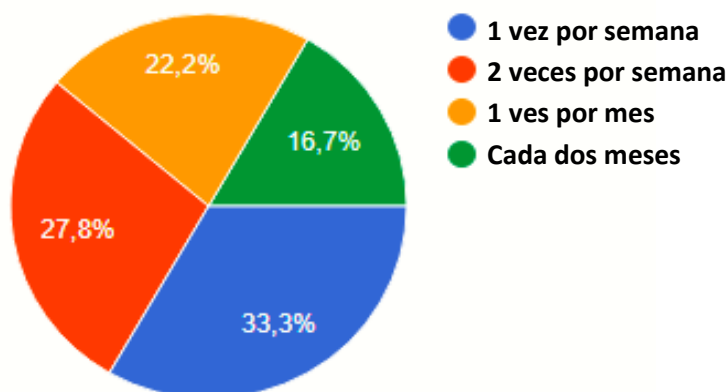


Figura N° 12 Frecuencia de consumo
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

El 33,3% compraría los embutidos de avestruz una vez por semana, el 27,8% dos veces por semana, el 22,2% 1 vez por mes y el 16,7% cada dos meses.

12. Que cantidad compraría

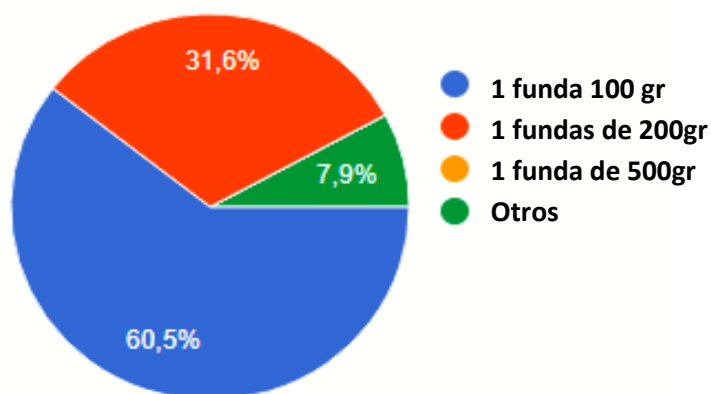


Figura N° 13 Cantidad de compra
Fuente: Encuesta
Elaborado: Autora

Interpretación

El 60,5% indica que la cantidad de embutido de avestruz que adquiriría es 1 funda de 100 gr, el 31,6% 1 funda de 200gr y el 7,9% otros.

13. En qué lugar preferiría comprar los embutidos de avestruz

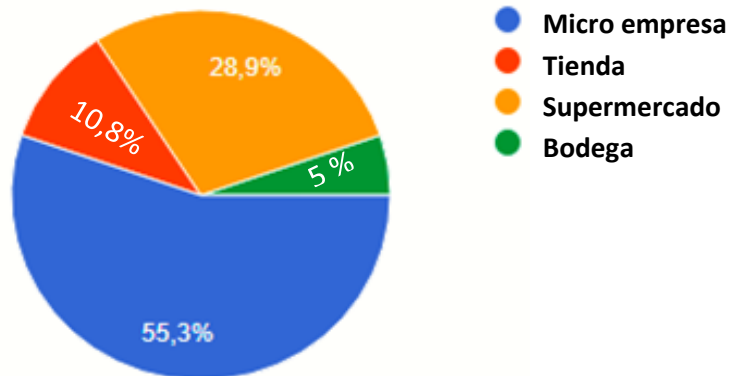


Figura N° 14 Lugar de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado: Autora

Interpretación

El 55,3% indica que compraría embutidos de avestruz en la micro empresa, el 28,9% en el supermercado, el 10,8% en la tienda y el 5% en la bodega

2.4.2. Resultado de entrevista indirecta

ENTREVISTA A PROVEEDOR DE PLUMROSE EN LA CIUDAD AMAGUAÑA

La entrevista se realizó a un proveedor de la marca Plumrose que actualmente es líder del mercado ecuatoriano, cuenta con la mayor preferencia de consumidores por su calidad, constante innovación en productos, presentaciones y empaques adaptándose permanentemente a los gustos del consumidor, cabe recalcar que no existen empresas competidoras de embutidos de avestruz en el sector.

1.- ¿Cuál es el segmento al que se dirige el negocio de los embutidos?

El encuestado respondió que es variado, los embutidos que se distribuye en Quito, lo consumen niños, jóvenes, adultos y manifestó que a todos les gusta el sabor de los embutidos de plumrose.

2.- ¿Comercializa usted exclusivamente embutidos y lo hace por mayor y menor?

El entrevistado manifiestan que si comercializa embutidos pero también otros tipos de productos como filetes de pollo, carne de hamburguesa entre otros, además la comercialización de embutidos lo realiza al por mayor y menor a las diferentes tiendas y supermercados de la ciudad de Quito.

3- ¿Qué tiempo lleva comercializando embutidos para la ciudad de Quito?

El entrevistado nos indicó que la marca Plumrose lleva distribuyendo los embutidos más de 15 años en la ciudad de Quito.

4.- ¿Qué cantidad de embutidos comercializa en cada visita a la Ciudad de Quito?

El respondió que depende de la cantidad que me soliciten las tiendas, bodegas y supermercados.

5.- ¿Indique el precio de los embutidos que más distribuye?

El encuestado respondió que varios tipos de embutidos que comercializa y que los precios varían de acuerdo al tamaño y del tipo. Por lo cual me ayudo con los siguientes precios que aparecen en la siguiente tabla.

Tabla N° 4 Precio Plumrose

Embutido	Peso	Precio
Salchicha	100 gr	0,65
Chorizo	100 gr	1,00
Jamón	100 gr	0,75
Mortadela	100 gr	0,60

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Autora

6.- ¿Cuál es la forma de pago que usted da a sus compradores?

La forma de pago que son consideradas son: al contado cuando el monto de compra es bajo, y a crédito cuando el monto es alto, dando un plazo de 15 o 30 días para su cancelación

2.5. Análisis de los instrumentos aplicados

Según la encuesta aplicada se obtuvo que la aceptación de los embutidos según la muestra analizada; se puede concluir que es un mercado bastante aceptable por los consumidores de Amaguaña, las mujeres son las que mayormente consumen embutidos especialmente la Salchicha, seguido de la mortadela y el chorizo, a estos los prefieren más por el sabor que estos poseen. A pesar de no haber consumido embutidos de avestruz al desconocer que este tipo de carne se consumía, se puede notar que si los pusieran en el mercado a precios convenientes y razonables iguales o más bajos que la competencia, ellos si lo adquirirían, además la adquirirían 1 vez por semana y en presentaciones que se adapten al bolsillo del consumidor y lo adquirirán en la microempresa.

En cuanto a la entrevista que se realizó al proveedor de PLUMROSE, cabe recalcar que no se entrevistó a proveedores de embutidos de avestruz es porque en Amaguaña no existe empresa alguna que distribuya este tipo de alimentos por lo que los resultados que se de la competencia se obtuvo que los embutidos son bastante aceptados en el lugar tanto por niños como jóvenes y adultos y que se distribuyen tanto al por menor como al por mayor tanto en tiendas, bodegas y supermercados, la cantidad de distribución depende de lo solicitado por las organizaciones a donde se distribuye el producto, además el precio es conveniente y se obtiene bastante utilidad de ello.

CAPÍTULO III

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DE AVESTRUZ EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA.

El siguiente capítulo describe la propuesta que se implementará en la empresa de embutidos de avestruz, el plan de mercadeo que se realizará para dar a conocer el producto y la marca, el proceso operativo y de organización que describe los pasos a seguir para la elaboración del producto, así como la misión, visión, principios y las estrategias que se implementarán para continuar con las actividades de la misma, también describe el análisis financiero que da a conocer su rentabilidad y por último describe los requisitos legales y ambientales para el manejo correcto de la organización.

3. Proceso de Marketing

3.1. Análisis del mix del marketing

a) Imagen institucional



Figura N° 15 Imagen Institucional
Elaborado: Autora

b) Nombre: “La Avestruz “Embutidos S.A.

c) Logotipo



Figura N° 16 Logotipo
Elaborado: Autora

El logotipo de la empresa tiene una avestruz de color negra, que representa la elegancia que tiene el ave, así también posee en el fondo un color naranja el cual fue escogido por estar asociada a una alimentación sana, que es lo que caracterizará a la micro empresa que será ofrecer embutidos sanos, en la parte inferior se encuentra el nombre de la micro empresa en color negro.

d) Eslogan

“Come sano, vive sano”

3.1.1. Producto

- **Descripción del producto**

Es un producto alimentario; embutido de carne de avestruz y soya texturizada en polvo (salchicha, mortadela, jamón) empaquetado al vacío, donde el producto principal es la carne de avestruz y la soya con un menor aporte de grasas, colesterol y calorías en total además de un elevado aporte de proteína tanto animal como vegetal.

- **Variedad**

La gama de productos de la empresa **“LA AVESTRUZ” EMBUTIDOS** contiene lo que se detalla a continuación:

a) Salchicha

Es un producto totalmente sano y elaborado a base de carne de avestruz la cual es baja en grasas saturadas y rica en nutrientes, son molidas, mezcladas y combinadas con aditivos naturales, para posteriormente se embutidas en envolturas plásticas, cocidas en hornos, enfriadas y peladas antes de ser empacadas

b) Jamones

Los jamones son productos cárnicos que se elaboran a base de carne de avestruz ablandadas, se condimentan con especias y aditivos naturales se embuten en envolturas plásticas, moldeadas, prensadas y cocinadas en hornos.

c) Mortadelas

Es un producto elaborado 100% con carne de avestruz, la cual es molida, y mezclada con condimentos y aditivos naturales, después se las embute en envolturas plásticas y se cocinan en horno.

d) Chorizo

El chorizo es elaborado con la pechuga de avestruz, la cual es condimentada naturalmente, naturales (sal, comino, pimienta, azúcar, ajo, nuez moscada, vino, achiote, orégano, etc.) y aditivos conservantes que son inofensivos para la salud humana.

- **Características**

- ✓ Es un producto rico en Omega 3 y 6.
- ✓ Aporta nutrientes como fosforo, calcio y hierro.
- ✓ El precio es totalmente accesible al bolsillo del consumidor.
- ✓ Se lo puede consumir desde los 5 años en adelante.

- **Envoltura Plástica**

Son muy resistentes en la embutición y la cocción, son impermeables y evitan la pérdida de agua y entrada de gases externos.



Figura N° 17 Envoltura plástica

Elaborado: Autora

- **Empaque**

Su empaque elaborado a base de un material flexible el cual impide la entrada de aromas externos y gases ofreciendo una vida útil de 30 a 45 días. Cada empaque contendrá 5 unidades por embutido.



Figura N° 18 Empaque
Elaborado: Autora

3.1.2. Precio

El precio de la venta de los embutidos se calculará en base a tres criterios:

1. Datos de la investigación de mercados.
2. De acuerdo al costo total unitario y añadiendo un margen de utilidad.
3. De acuerdo a los precios que maneja la competencia para el mismo tipo de servicio.

a) Precio de Salchicha

Tabla N° 5 Precio Salchicha

Precios comparativos a la competencia				
Precio "la avestruz embutidos"			Precio granja la colina	
Concepto	Costo unitario	Precio unitario	Concepto	Precio unitario
Salchicha de 150 gr	2,72	3,14	Salchicha de 150gr	3,50

Fuente: Precios competencia
Elaborado: Autora

b) Precio de Jamón

Tabla N° 6 Precio jamón

Precios comparativos a la competencia				
Precio “la avestruz embutidos”			Precio granja la colina	
Concepto	Costo unitario	Precio unitario	Concepto	Precio unitario
Jamón de 120gr	5,65	6,50	Salchicha de 150gr	7,00

Fuente: Precios competencia

Elaborado: Autora

c) Precio de Mortadela

Tabla N° 7 Precio Mortadela

Precios comparativos a la competencia				
Precio “la avestruz embutidos”			Precio granja la colina	
Concepto	Costo unitario	Precio unitario	Concepto	Precio unitario
Mortadela 120 gr	4,15	4,78	Salchicha de 150gr	5,00

Fuente: Precios competencia

Elaborado: Autora

d) Precio de Chorizo

Tabla N° 8 Precio Chorizo

Precios comparativos a la competencia				
Precio “la avestruz embutidos”			Precio granja la colina	
Concepto	Costo unitario	Precio unitario	Concepto	Precio unitario
Chorizo 120 gr	5,96	6,86	Salchicha de 150gr	7,00

Fuente: Precios competencia

Elaborado: Autora

3.1.3. Plaza

- **Como se va a distribuir**

El modelo de distribución se inicia en la planta de producción de embutidos de avestruz que está ubicada en la parroquia de Amaguaña, desde allí se distribuye el producto tanto al sector como a sus alrededores empezando por tiendas, bodegas y supermercados

siempre y cuando cada uno acepte la distribución del producto y cumpla todas los requerimientos tanto del cliente como del consumidor.

Canales de distribución del producto

a) Directo

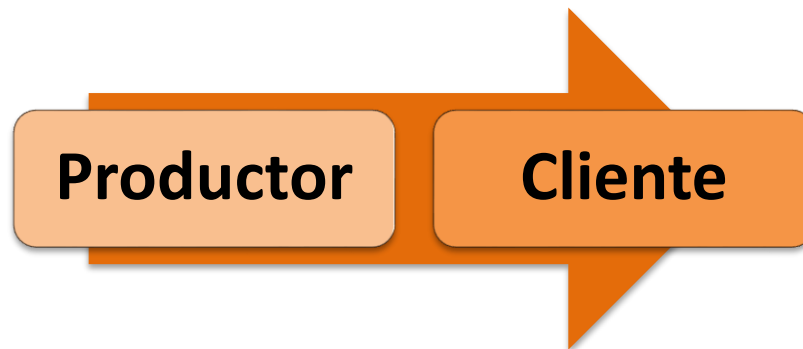


Figura N° 19 Canal directo
Elaborado: Autora

Establecer un canal directo de distribución entre la fábrica de embutidos de avestruz y el cliente.

b) Indirecto



Figura N° 20 Canal indirecto
Elaborado: Autora

Contratar distribuidores que abastezcan el producto en los diferentes puntos de ventas como tiendas, supermercados, bodegas, entre otros.

3.1.4. Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

Como medios para dar a conocer los servicios del Centro serán:

- Letrero adosado en la fabrica



Figura N° 21 Letrero Fábrica

Elaborado: Autora

- Redes Sociales.



Figura N° 22 Redes Sociales

Elaborado: Autora

A continuación se presenta un anuncio realizado para la publicidad de la empresa



Figura N° 23 Anuncio
Elaborado: Autora

3.1.5. Análisis demanda y sus proyecciones

✚ Dimensión demográfica

Tabla N° 9 Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población
Edad	Población total	31106

Fuente: INEC
Elaborado: Autora

La dimensión demográfica demuestra que tenemos un total 31106 habitantes en la parroquia de Amaguaña.

✚ Consumo de embutidos 2010-2018

Para proyectar la demanda, primero se procede a elaborar una tabla de consumo de embutidos del año 2010 hasta el 2018 que sirve de base para la proyección. Para mayor veracidad se procedió a consultar en el INEC los datos de la población de Amaguaña y se segmentó la población por edad que comprende de 5 hasta los 64 años siendo un rango idóneo para consumir este producto y se procedió multiplicando por el consumo

promedio anual en el Ecuador del año 2018 , el cual es de 5,5 a 6 kilos por persona que son datos referenciales del sector industrial..

Tabla N° 10 Tendencia de la demanda

AÑO	Población	Consumo promedio(Kg)	Demanda
2010	31.106,00	6	186.636,00
2011	31.547,39	6	189.284,36
2013	31.988,79	6	191.932,73
2014	32.430,18	6	194.581,09
2015	32.871,58	6	197.229,46
2016	33.312,97	6	199.877,82
2017	33.754,36	6	202.526,19
2018	34.195,76	6	205.174,55

Fuente: www.eluniverso.com

Elaborado: Autora

Despues de haber elaborado la tabla de consumo ahora se tiene la base de datos históricos para aplicar la técnica de proyección, en este caso se aplico el método de mínimos cuadrados, por el motivo de que los datos que se utilizan tienen una tendencia de crecimiento.

Proyección de demanda

Se realizó todos los cálculos correspondientes a la fórmula $y=a+bx$ que corresponde el método de mínimos cuadrados y se obtuvo la demanda proyectada 2019-2023, se puede observar que existe un crecimiento de demanda considerable para cada año proyectado.

Tabla N° 11 Proyección de demanda

Año	Proyección demanda
2018	205.174,55
2019	206.785,05
2020	209.075,52
2021	211.366,00
2022	213.656,48

Elaborado: Autora

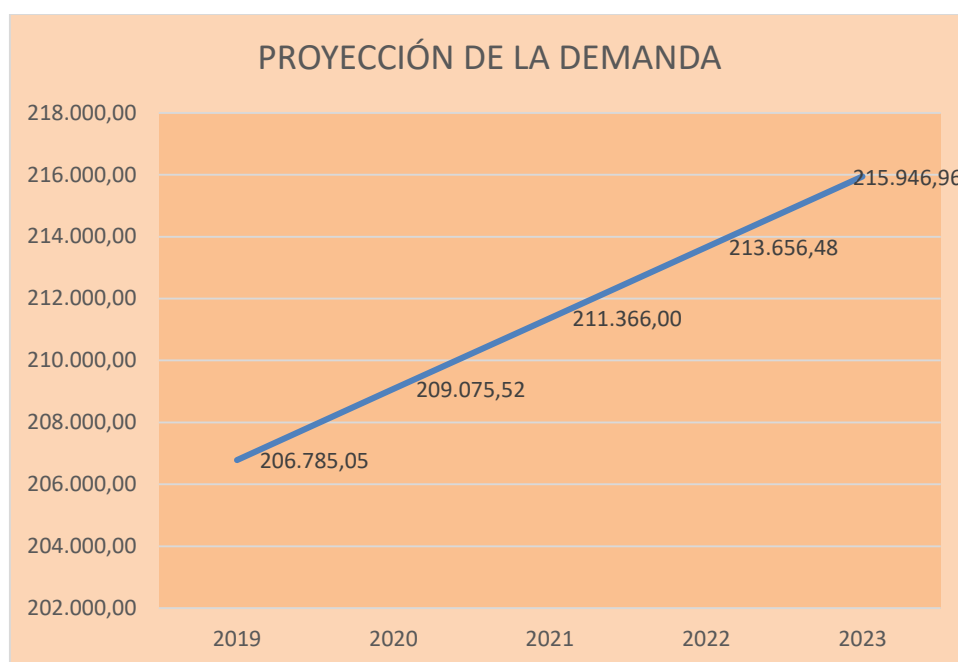


Figura N° 24 Proyección de demanda
Elaborado: Autora

3.1.6. Análisis de la oferta y proyecciones

Para el cálculo de la oferta se tuvo presente factores como tipo de producción, volumen de producción, costo de materias primas, capacidad instalada; para la oferta se va utilizar como base la información recopilada en el INEC y se elaboró una tabla de kilos de embutidos producidos por empresas de Quito que se representa a continuación.

Tabla N° 12 Kilos a nivel nacional

Kilos producidos a nivel de Quito	
2010	1.372.258,00
2011	1.391.730,34
2012	1.411.202,68
2013	1.430.675,02
2014	1.450.147,36
2015	1.469.619,71
2016	1.489.092,05
2017	1.508.564,39
2018	1.528.036,73

Fuente: INEC
Elaborado: Autora

Como se puede apreciar en la tabla de producción de embutidos de 2010 al 2018, ha aumentado la oferta de embutidos considerablemente, con ello se puede establecer que la producción de embutidos a nivel de Quito es alta.

Con esto podemos realizar la oferta a nivel del sector de Amaguaña en la cual obtuvimos lo siguiente:

Tabla N° 13 Kilos a nivel de Amaguaña

Año	Kilos Quito	% Amaguaña	Kilos Amaguaña
2010	1.372.258,00	1,36%	18.662,71
2011	1.391.730,34	1,36%	18.927,53
2012	1.411.202,68	1,36%	19.192,36
2013	1.430.675,02	1,36%	19.457,18
2014	1.450.147,36	1,36%	19.722,00
2015	1.469.619,71	1,36%	19.986,83
2016	1.489.092,05	1,36%	20.251,65
2017	1.508.564,39	1,36%	20.516,48
2018	1.528.036,73	1,36%	20.781,30

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

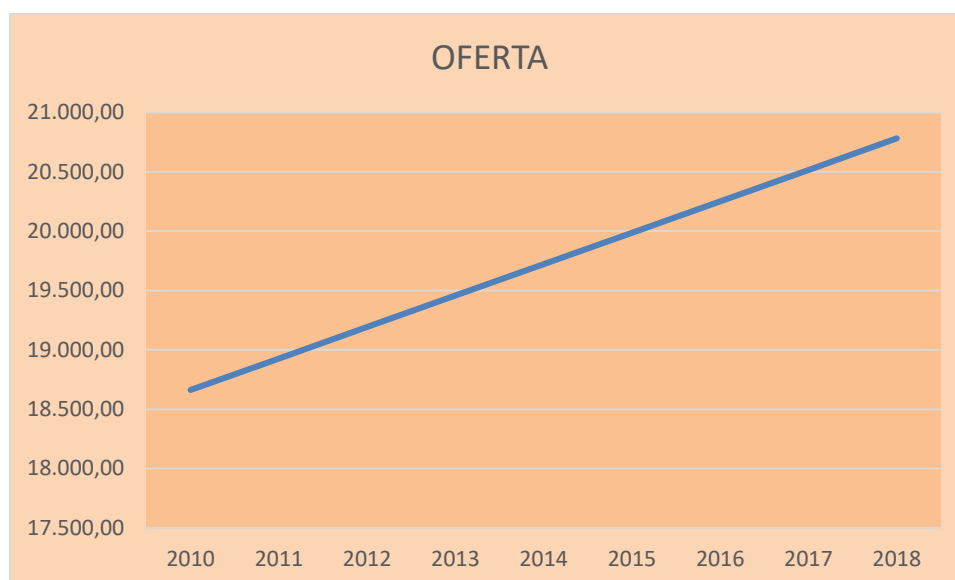


Figura N° 25 Oferta 2010-2018

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

Para el cálculo de esta tabla se consideró la población total de Ecuador vs la población de Amaguaña, al realizar todos los cálculos se obtuvo que la parroquia representa el 1,36% de la población total del Ecuador, dato que se utilizó para multiplicarlo por el número de producción de kg de embutidos a nivel nacional, y así se obtuvo la oferta de los años 2010-2018.

Proyección de Oferta

Para el cálculo de proyección de la oferta se utilizó el mismo método aplicando en la demanda es decir la fórmula de mínimos cuadrados para lo que se obtuvo lo que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla N° 14 Proyección de oferta

Año	Proyección oferta
2018	20.781,30
2019	21.046,12
2020	21.310,95
2021	21.575,77
2022	21.840,59

Elaborado: Autora

3.1.7. Demanda insatisfecha

Para establecer la demanda insatisfecha se procedió a restar las proyecciones de la demanda y oferta respectivamente obteniendo lo que se detalla a continuación.

Tabla N° 15 Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	205.174,55	20.781,30	184.128,43
2019	206.785,05	21.046,12	185.209,27
2020	209.075,52	21.310,95	187.234,93
2021	211.366,00	21.575,77	189.260,58
2022	213.656,48	21.840,59	191.815,88

Elaborado: Autora

Al realizar la tabla se obtuvo que para los años 2018-2022 la demanda es considerablemente significativa para cada año.

3.1.8. Demanda para el proyecto

Posterior de el cálculo de la demanda insatisfecha se procede a establecer en el que el proyecto esta en capacidad de participar y considerando que se pretende crear una micro empresa, se toma la decisión de que el proyecto va a participar con el 4,67% anual de demanda insatisfecha, debido a que el producto es nuevo en el mercado.

Tabla N° 16 Demanda para el proyecto

DEMANDA INSATISFECHA	Porcentaje de participación	Produccion Anual
184.128,43	4,67%	5600
185.209,27	4,67%	5624
187.234,93	4,67%	5681
189.260,58	4,67%	5738
191.815,88	4,67%	5795

Elaborado: Autora

3.1.9. Programa de producción de embutidos

Tabla N° 17 Programa de producción

año	Producción anual(unidades)	producción mensual(unidades)
2018	5600	180
2019	5624	119
2020	5681	108
2021	5738	60
2022	5795	467
2023	5852	180

Elaborado: Autora

3.1.10. Producción de líneas para el año 2018

Tabla N° 18 Producción por productos

Producto	total anual	% Tipo de embutidos	Total anual
Salchicha	5.600,00	0,39	2.156,00
Jamón	5.600,00	0,26	1.433,60
Mortadela	5.600,00	0,23	1.293,60
Chorizo	5.600,00	0,13	716,80
		1,00	5.600,00

Elaborado: Autora

La producción anual por producto se obtuvo multiplicando las unidades a producir anualmente por el porcentaje de tipos de embutidos obtenidos de los resultados de la encuesta la cual se encuentra específicamente en la pregunta 4 de la misma y así se obtuvo las unidades de empaque que se debe producir anualmente.

3.2. Proceso operativo y organización

3.2.1. Misión

“Ofrecer a los clientes embutidos hechos de carne de avestruz de alta calidad regidas por las normas ISO, que superen expectativas de clientes y consumidores mediante el compromiso

en generar y mantener relaciones cordiales y cooperativas con empleados clientes, competidores, proveedores y la sociedad en general”.

3.2.2. Visión

Líderes a nivel local en el año 2023 en producción de embutidos de avestruz, en base a la alta calidad de los productos, uso de la tecnología y compromiso con los clientes, innovando constantemente los productos.

3.2.3. Principios y valores

Ética: Estamos comprometidos con nuestro trabajo diario.

Responsabilidad: cumplir con las obligaciones hacia los empleados, la sociedad y la credibilidad de la empresa.

Honradez: Velar por los recursos de la organización y seremos claros y transparentes.

Satisfacción a los clientes: General relaciones sólidas con nuestros clientes a través de la transparencia de los productos y la información adecuada.

Trabajo en equipo: Capacitación al personal para el correcto manejo de relaciones inter e intrapersonales.

3.2.4. Formulación de estrategias

- Investigación de mercadeo
- Convenios comerciales con socios estratégicos
- Innovación de canales de logística
- Campañas promocionales
- Capacitación y desarrollo de competencia en TH

3.2.5. Formulación de objetivo

- Capacitar a los trabajadores frecuentemente para tener un talento humano muy productivo y capacitado.
- Establecer una publicidad técnica y específica para captar clientes
- Tener una atención personalizada al cliente para que conozca el producto final.
- Generar fuentes de empleo para reducir la tasa de desempleo a nivel nacional.

3.2.6. Macro entorno y Micro entorno

3.2.6.1. Análisis del negocio a través del Modelo de Porter

Proveedores

Los proveedores de nuestra empresa “**LA AVESTRUZ**” **EMBUTIDOS S.A.** es el personal que va hacer contratado por nuestra empresa para que brinde información, financiamiento y ofrezca nuestro producto terminado.

Cliente

El cliente directo son la personas que residen en Amaguaña y sus alrededores, que vendrían hacer los clientes más cercanos a nuestra empresa, pero “**LA AVESTRUZ**” **EMBUTIDOS S.A.**, también está disponible para todo tipo de clientes que deseen adquirir nuestro producto,

Los clientes directos que adquieran nuestros productos obtendrán beneficios de promociones y descuentos por su preferencia.

Competencia

La competencia directa que tiene la micro empresa es Plumrose y Don diego los cuales distribuyen embutidos, pero sería una ventaja para la empresa dado que ninguna de estas empresas distribuye embutidos de avestruz y la competencia indirecta es la Granja la Colina que es la única que tiene embutidos de avestruz con marca ya en el mercado.

Sustitutos

Tanto el pollo, la carne de res, la carne de cerdo, el pavo y otros tipos de carne son los principales sustitutos de nuestro producto por sus bajos costos y accesibilidad, pero la empresa ofrece precios diferenciadores y accesibles al público en general.

Modelo Porter

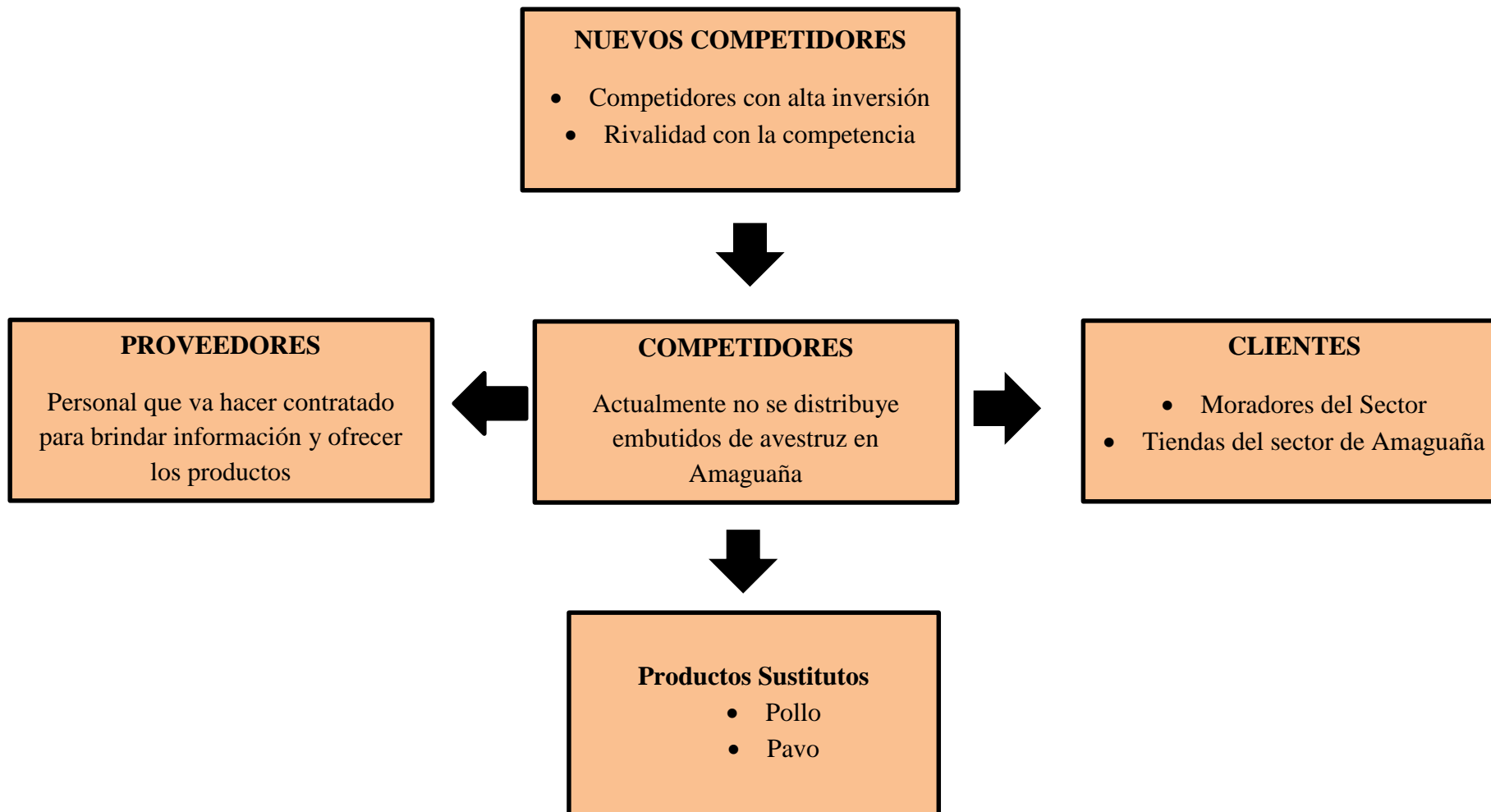


Figura N° 26 Fuerzas de Porter
Elaborado: Autora

3.2.6.2. Análisis de oportunidades y amenazas EFE

- Entre las oportunidades tenemos las siguientes realizar alianzas con proveedores, adquisición de tecnologías, accesos a créditos mediante políticas financieras, selección de clientes habituales que consuman el producto regularmente y desarrollo del sector , las oportunidades son las mejoras que se podrían implementar en la organización las cuales son beneficiosas para poder crecer como organización.
- Entre las amenazas que posee la empresa está la materia prima escasa, sustitutos con menores precios, la poca aceptación por parte del cliente, la negación de los clientes hacia el producto, y la inestabilidad del país las amenazas deben ser eliminados en su totalidad porque a futuro pueden ser perjudiciales para la empresa, esto ocasionaría el quiebre o el cierre definitivo de la misma.

A continuación se presenta la matriz EFE

Matriz EFE

Tabla N° 19 Matriz EFE

MATRIZ EFE				
FACTORES EXTERNOS CLAVE	valor	Clasificación	Valor Ponderado	
<u>Oportunidades</u>				
1. Selección de mejores clientes	0,1	4	0,4	
2. Existe demanda insatisfecha	0,15	5	0,75	
3. competencia débil	0,5	6	3,6	
4. Realizar alianzas con proveedores	0,15	4	0,6	
5. Desarrollo del sector	0,1	3	0,3	
Total	1		5,65	
<u>Amenazas</u>				
1. Materia prima escasa	0,3	5	1,5	
2. Sustitutos más baratos	0,2	4	0,8	
3. -Poca aceptación por parte del cliente	0,15	4	0,6	
4. -Negociación por parte del cliente	0,25	3	1,05	
5. -Inestabilidad económica del país	0,1	3	0,3	
TOTAL	1		4,25	

Elaborado: Autora

Interpretación:

Mediante la realización de la matriz EFE se concluyó que hay más oportunidades que amenazas para constituir la empresa.

3.2.7. Constitución de la organización

a) Nombre

“LA AVESTRUZ “EMBUTIDOS S.A

b) Tipo de empresa

Tabla N° 20 Tipo de empresa

Según el tamaño	Micro empresa
Según su actividad	industrial
Según su origen de capital	Privada
Según régimen jurídico	sociedad anónima
Ámbito Territorial	Local

Elaborado: Autora

c) Socios

Tabla N° 21 Socios

Socio 1	Gissela Laura Catota Hidalgo
---------	------------------------------

Socio 2

Jaime Raúl Catota Hidalgo

Elaborado: Autora

d) Requerimiento para la constitución de S.A

Este tipo de compañía se caracteriza por cuyo capital, está dividido en acciones negociables y está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones.

e) Requisitos

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

3.2.8. Estructura organizacional

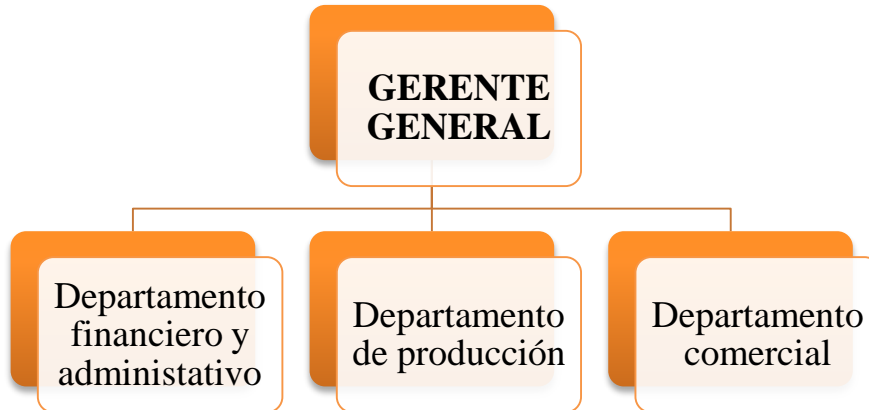


Figura N° 27 Departamento Gerente General
Elaborado: Autora



Figura N° 28 Departamento Administrativo-Financiero
Elaborado: Autora

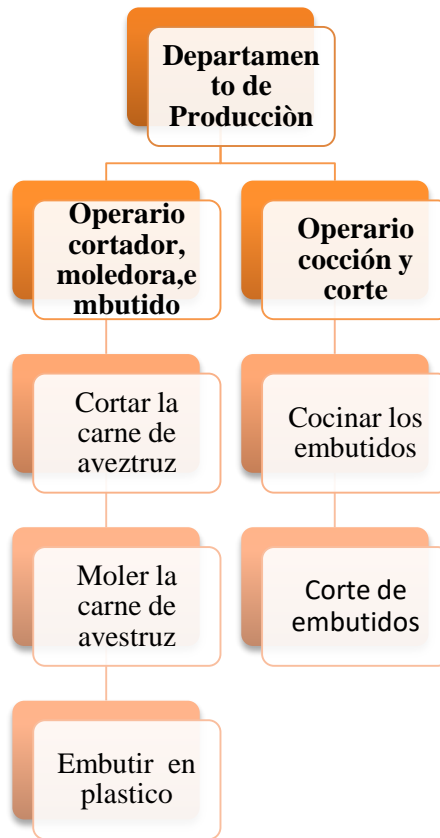


Figura N° 29 Departamento de producción
Elaborado: Autora

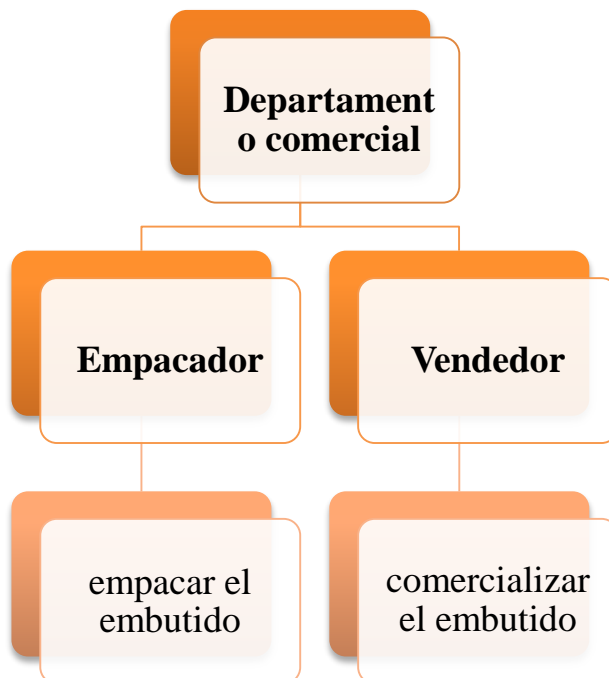


Figura N° 30 Departamento comercial
Elaborado: Autora

- El monitoreo de actividades y las decisiones finales, estará a cargo del Gerente General.
- El departamento administrativo financiero está dividido en tres secciones finanzas que se encargará del pago a proveedores y sueldos al personal, registro y seguimiento presupuestario y operaciones de caja en general, la administración que se encargará de atención al cliente, realización de compras y adquisiciones y talento humano del reclutamiento y selección del personal así como la gestión y desarrollo del personal.
- El departamento técnico y operativo se encargará de los diferentes procesos para obtener los diferentes embutidos de avestruz como son mortadela, salchicha, chorizo y jamón
- EL departamento de marketing y ventas se encargará de la comercialización de los embutidos de avestruz, así como del posicionamiento de la empresa en el mercado local

3.2.9. Plano de distribución planta de producción

El área que se dispone es de aproximadamente 400m², los cuales serán establecidos como se muestra en el siguiente diagrama.



Figura N° 31 Planta de producción

Elaborado: Autora

3.3. Procesos de producción

Proceso de elaboración de embutido de avestruz

El proceso de la elaboración de embutidos empieza con la recepción de materia prima, la carne será adquirirá de la granja el Inga ubicada en el sector de Pifo, se procederá con el cortado de la misma, se selecciona el tipo de embutido a realizar, seguido del mezclado al cual se le añadirá condimentos y persevantes naturales, se cocinan en el horno industrial, continua con el enfriamiento, se procede a cortar y pelar el embutido, se empaca y finalmente se almacena para su posterior distribución



Figura N° 32 Proceso de Elaboración de embutido
Elaborado: Autora

3.4. Estudio técnico

3.4.1. Análisis de localización

a) Macro localización

La microempresa de avestruz estará ubicada en el Ecuador, específicamente en la provincia de Pichincha, cantón Quito, sector Valle de los chillos.

Tabla N° 22 Macro localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Valle de los chillos

Elaborado: Autora

b) Micro localización

La micro empresa “LA AVESTRUZ” EMBUTIDOS S.A estará ubicada en la parroquia de Amaguaña por la carretera Panamericana, cerca del club Castillo de Amaguaña.

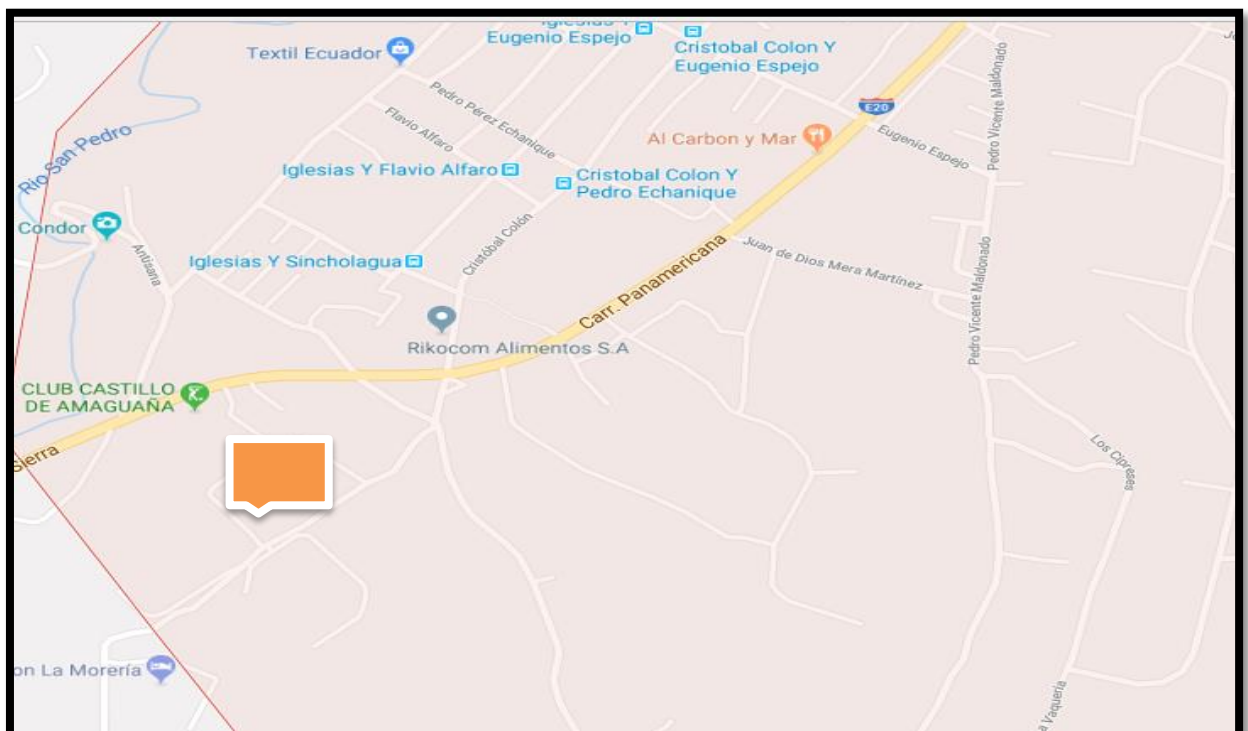


Figura N° 33 Macro localización

Fuente: Google map

3.4.2. Requerimiento de recursos

Para iniciar con el negocio de embutidos de avestruz se necesitan los siguientes materiales para proveer a la microempresa “LA AVESTRUZ “EMBUTIDOS””; así como el recurso financiero que necesita para empezar a funcionar y la mano de obra la cual es un factor muy importante para la producción de los embutidos.

Tabla N° 23 Requerimiento de Recursos

Recursos materiales		Cantidad
MAQUINARIA	Sierra eléctrica industrial de carne	1
	Molino industrial	1
	Horno industrial	1
	Cortadora	1
	Embutidora	1
	Envasadora al vacío	1
	Cuchillos industriales	1
MUEBLES	Escritorio	3
	Sillas	3
EQUIPO	Computadora	2
	Scanner	1
	Impresora	1
	Teléfono	1
INFRAESTRUCTURA	Redes de distribución de electricidad	-
	Conectividad a internet	-
	Redes de telefonía fija	-
	Cableado	-

Elaborado: Autora

Tabla N° 24 Recurso Financiero

Recurso financiero	Aporte
Socio 1	\$37.312,14
Socio 2	\$37.312,14

Elaborado: Autora

El recurso financiero está formado por los recursos propios de 2 socios de la micro empresa, para lo cual cada socio debe aportar con **\$37.312,14**.

Tabla N° 25 Talento humano

Talento humano	Cantidad
Gerente general	1
Personal administrativo financiero	1
Operario cortadora y moledora	2
Operario cocción, enfriamiento y corte	1
Empacador y Empacador	1

Elaborado: Autora

El talento humano es la parte más importante dentro de la organización, la empresa contará con 8 personas para poder iniciar con la producción de embutidos.

3.5. Proceso financiero

3.5.1. Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión permite conocer los requerimientos que se necesita para iniciar con el funcionamiento de la empresa. A continuación se detalla lo que se requiere.

Tabla N° 26 Presupuesto de inversión

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
INVERSIÓN FIJA			
Equipo y maquinaria			
Sierra eléctrica industrial de carne	1	1.700,00	1.700,00
Molino industrial	1	2.900,00	2.900,00
Horno industrial	1	3.500,00	3.500,00
Cortadora	1	2.000,00	2.000,00
Embutidora	1	3.000,00	3.000,00
Envasadora al vacío	1	950,00	950,00
Cuchillos industriales	1	100,00	100,00
Total Equipo y maquinaria			14.150,00
Muebles y enseres			
Escritorio completo	3	400,00	1.200,00
Sillas	3	20,00	60,00
Total muebles y enseres			1.260,00
Equipo de oficina			
Archivador	1	25,00	25,00
Scanner	1	120,00	120,00
Impresora	1	100,00	120,00
Teléfono	1	60,00	60,00
Total Equipo de oficina			325,00
Equipo de computación			
Computadora	2	800,00	1.600,00
Total Equipo de computación			1.600,00
Vehículos			
Camioneta	1	40.000,00	40.000,00
total Vehículo			40.000,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA			57.335,00

Costos de Operación y Gastos de Constitución			
Redes de distribución de electricidad		40,00	40,00
Conectividad a internet		25,00	25,00
Redes de telefonía fija		22,00	22,00
fallas y pintura		30,00	30,00
letreros	1	450,00	450,00
Gastos de constitución		300,00	300,00
Pago abogado		300,00	300,00
TOTAL OTROS COSTOS Y GASTOS			1.167,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Capital de trabajo			16.122,28
TOTAL INVERSIÓN			<u>74.624,28</u>

Elaborado: Autora

Para poner en funcionamiento el negocio de acuerdo a los requerimientos especificados en la tabla el monto es de **\$74.624,28 dólares**

3.5.2. Plan de financiamiento.

Se detalla las inversiones que se requerirán y las fuentes de donde se obtendrán los recursos

Tabla N° 27 Plan de financiamiento

Inversión del Proyecto	\$ Valor	Inversión del socio	Aportación	Socios
Inversión Fija	57.335,00	50%	37.312,14	Socio 1
Capital del trabajo y Otros Costos	17.289,28	50%	37.312,14	Socio 2
INVERSIÓN TOTAL	74.624,28	100%	74.624,28	
	100%			

Elaborado: Autora

El 100% del proyecto se va a financiar con fondos propios de los socios, cada uno aportará el 50% que es \$ 37.312,14 dólares.

3.5.3. Cálculo de costos y gastos.

Los costos y gastos que la empresa tendrá durante el desarrollo de las actividades serán las siguientes:

Tabla N° 28 Detalle de costos y gastos

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Costo	Costo mensual	Costo anual
Área administrativa y financiera					
Administrador y Financiero	hombre/mes	1	386,00	386,00	4.632,00
13er sueldo		1	32,17	32,17	386,00
14to sueldo		1	32,17	32,17	386,00
Vacaciones		1	16,08	16,08	193,00
11,15% aporte patronal		1	43,04	43,04	516,47
Total sueldo administrador			509,46	509,46	6.113,47
Área de producción					
operario 1 cortadora , moledora, embutidora	hombre/mes	1	386,00	386,00	4.632,00
operario 2 cocción y corte	hombre/mes	1	386,00	386,00	4.632,00
13er sueldo		1	32,17	32,17	386,00
14to sueldo		1	64,33	64,33	772,00
Vacaciones			32,17	32,17	386,00
11,15% aporte patronal			86,08	86,08	1.032,94
Total sueldo producción			986,74	986,74	11.840,94
Área comercial					
Empacador y Vendedor	hombre/mes	1	386,00	386,00	4.632,00
13er sueldo		1	32,17	32,17	386,00
14to sueldo		1	32,17	32,17	386,00
Vacaciones		1	16,08	16,08	193,00
11,15% aporte patronal		1	43,04	43,04	516,47
Total Sueldo comercial			509,46	509,46	6.113,47
total sueldos y salarios				2.005,66	24.067,87
Otros gastos de operación					
mantenimiento vehículo				100,00	1.200,00
mantenimiento instalaciones	monto total			50,00	600,00
suministros de oficina	monto total			80,00	960,00
suministros de limpieza	monto total			50,00	600,00
Publicidad	monto total			100,00	1.200,00
Internet	monto total			20,00	240,00
agua y luz	monto total			80,00	960,00
Teléfono	monto total			25,00	300,00
Total otros gastos				505,00	6.060,00
Total Gastos				2.510,66	30.127,87

Elaborado: Autora

Los costos y gastos serán de **2.510,66 dólares** mensualmente y anualmente será de **30.127,87 dólares**.

3.5.4. Costos de materia prima

a) Salchicha

Tabla N° 29 Materia Prima Salchicha

Embutido	Cantidad	Precio	Mensual	Anual
Salchicha(kg)	260,65	12,00	3.127,82	37.533,80
condimentos	sin especificar	10,50	10,50	126,00
tripas artificiales(m)	306,00	0,60	183,60	2.203,20
fundas de empaque(100unidades)	2.156,00	2,00	43,12	517,44
Soya(libras)	7,00	0,60	4,20	50,40
TOTAL	2.729,65	25,70	3.369,24	40.430,84

Elaborado: Autora

b) Jamón

Tabla N° 30 Materia Prima Jamón

Embutido	Cantidad	Precio	Mensual	Anual
Jamón(kg)	392,00	12,00	5.553,97	66.647,59
condimentos	sin especificar	10,50	10,50	126,00
fundas de empaque(100unidades)	1.434,00	2,50	35,85	430,20
Soya(libras)	7,00	0,60	4,20	50,40
TOTAL	1.833,00	27,10	5.604,52	67.254,19

Elaborado: Autora

c) Mortadela

Tabla N° 31 Materia Prima mortadela

Embutido	Cantidad	Precio	Mensual	Anual
Mortadela (kg)	235,20	12,00	2.822,37	33.868,39
condimentos	sin especificar	10,50	10,50	126,00
fundas de empaque(100unidades)	1.294,00	2,50	32,35	388,20
Soya(libras)	7,00	0,60	4,20	50,40
TOTAL	1.537,20		2.869,42	34.432,99

Elaborado: Autora

d) Chorizo

Tabla N° 32 Materia prima chorizo

Embutido	Cantidad	Precio	Mensual	Anual
Chorizo (kg)	130,33	12,00	1.563,91	18.766,90
condimentos	sin especificar	10,50	10,50	126,00
tripas artificiales(m)	105,00	1,50	157,50	1.890,00
fundas de empaque(100unidades)	716,80	2,50	32,35	388,20
Soya(libras)	7,00	0,60	4,20	50,40
TOTAL	1.537,20		1.768,46	21.221,50

Elaborado: Autora

Los costos de materia prima totales que la micro empresa deberá comprar para proceder con la elaboración de embutidos es **13.611,63** dólares mensualmente y **163.339,53** anualmente.

3.5.5. Capital de Trabajo.

Tabla N° 33 Capital de Trabajo

Capital de trabajo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	163.339,53	167.292,35	171.340,82	175.487,27	179.734,06
Mano de Obra	24.067,87	24.650,31	25.246,85	25.857,83	26.483,59
Otros bienes y servicios	6.060,00	6.206,65	6.356,85	6.510,69	6.668,25
TOTAL	193.467,40	198.149,31	202.944,53	207.855,78	212.885,89

Elaborado: Autora

Nota: Se considera un 2,42% por año, de aumento en materia prima, mano de obra y otros bienes y servicios.

El capital de trabajo que la microempresa debe disponer es **193.467,40** mínimos anualmente para continuar con sus actividades de funcionamiento.

3.5.6. Depreciación y amortización

Tabla N° 34 Depreciación y amortización

Descripción	Valor total	Depreciación y Amortización mensual	Depreciación y Amortización anual
Muebles y enseres	1.260,00	10,50	126,00
Maquinaria y equipo	14.150,00	117,92	1.415,00
Equipos de computación	1.600,00	44,44	533,33
Equipo de oficina	325,00	9,03	108,33
Vehículos	40.000,00	666,67	8.000,00
Gastos constitución	300,00	5,00	60,00
TOTAL	57.635,00	848,56	10.182,67

Elaborado: Autora

Al calcular las depreciaciones y la amortización se tiene un valor de muebles y enseres de 10,50 mensualmente y 126,00 dólares al año, para maquinaria y equipo mensualmente es de 117,92 dólares y 1415,00 dólares anualmente, en equipo de computación la depreciación mensual es de 44,4 dólares y la anual es de 533,33 dólares ,así mismo los equipos de oficina tienen un valor mensual de 9,03 dólares y 108,33 dólares anualmente y por ultimo vehículos que tiene un valor de 666,67 dólares mensualmente y anualmente 8.000,00 dólares .

La Amortización por gastos de constitución es de 5 dólares mensuales y la anual es de 60 dólares.

3.5.7. Cálculo de costo de Ventas y Precio de Ventas

a) Salchicha

Tabla N° 35 Precio de venta Salchicha

Costos de producción	\$
Materia prima	3.369,24
Mano de obra	2.005,66
CIF	505
Total	5.879,90
Unidades a producir	2156
Costo de venta	2,72722449
Porcentaje de utilidad	15%
Precio de venta	3,14

Elaborado: Autora

b) Jamón

Tabla N° 36 Precio de Venta Jamón

Costos de producción	\$
Materia prima	5.604,52
Mano de obra	2.005,66
CIF	505
Total	8.115,18
Unidades a producir	1434
Costo de venta	5,65911855
Porcentaje de utilidad	15%
Precio de venta	6,50

Elaborado: Autora

c) Mortadela

Tabla N° 37 Precio de venta Mortadela

Costos de producción	\$
Materia prima	2.869,42
Mano de obra	2.005,66
CIF	505
Total	5.380,08
Unidades a producir	1294
costo de venta	4,1577094
Porcentaje de utilidad	15%
Precio de venta	4,78

Elaborado: Autora

d) Chorizo

Tabla N° 38 Precio de venta Chorizo

Costos de producción	\$
Materia prima	1.768,46
Mano de obra	2.005,66
CIF	505
Total	4.279,12
Unidades a producir	717
costo de venta	5,9680837
Porcentaje de utilidad	15%
Precio de venta	6,86

Para el cálculo de los costos de ventas, se procedió con la suma de los costos de operación, el total del mismo se lo dividió para las unidades a producir de cada embutido, posteriormente se calculó el precio de venta con lo cual obtuvimos lo siguiente las salchichas a **3,14**, el jamón **6,50**, la mortadela en **4,78** y el chorizo en **6,86** por paquete de 5 unidades cada uno.

3.5.8. Presupuesto Ingreso

Tabla N° 39 Presupuesto Ingreso

CONCEPTO	Precio	UNIDADES A PRODUCIR	TOTAL
Salchicha de 150gr	3,14	2.156	6.761,88
Jamón de 120 gr	6,51	1.434	9.329,85
Mortadela de 120 gr	4,78	1.294	6.185,17
Chorizo de 120 gr	6,86	717	4.919,61
TOTAL	21,28	5.600,00	27.196,52

Elaborado: Autora

El presupuesto de ingreso según las unidades y tipos de embutidos que se va a producir, se estableció un total de **27.196,52** dólares.

Tabla N° 40 Proyección de ingresos

Concepto	Precio	Unidades a producir	total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salchicha de 150gr	3,14	2.156	6.761,88	83.106,21	87.261,53	91.624,60	96.205,83	83.106,21
Jamón de 120 gr	6,51	1.434	9.329,85	114.667,58	120.400,96	126.421,01	132.742,06	114.667,58
Mortadela de 120 gr	4,78	1.294	6.185,17	76.018,27	79.819,19	83.810,15	88.000,65	76.018,27
Chorizo de 120 gr	6,86	717	4.919,61	60.463,98	61.927,21	63.425,85	64.960,76	60.463,98
TOTAL	21,28895657	5.600,00	27.196,52	326.358,18	332.885,35	347.723,13	363.266,68	379.550,55

Elaborado: Autora

Nota: Se considera un 2,42% por año, de aumento en los ingresos operacionales por motivo de inflación promedio de los últimos 5 años a nivel de Ecuador.

3.5.9. Estado de Pérdidas y ganancias

Tabla N° 41 Estado de Pérdidas y Ganancias

INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	326.358,18	334.256,05	342.345,05	350.629,80	359.115,04
Costo de ventas					
Costos de operación	163.339,53	167.292,35	171.340,82	175.487,27	179.734,06
Utilidad bruta en ventas	163.018,65	166.963,70	171.004,23	175.142,53	179.380,98
Gastos operacionales					
Gastos servicios basicos	1.500,00	1.501,02	1.537,35	1.574,55	1.612,66
Gasto sueldos y beneficios	24.067,87	24.068,90	24.651,36	25.247,93	25.858,93
Gasto mantenimiento	1.800,00	1.801,02	1.844,61	1.889,25	1.934,97
Gasto publicidad	1.800,00	1.801,02	1.844,61	1.889,25	1.934,97
Consumo de utiles de oficina	960,00	961,02	984,28	1.008,10	1.032,50
Consumo de limpieza	600,00	601,02	615,57	630,47	645,72
Depreciación de muebles y enseres	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15
Depreciación de maquinaria y equipo	1.415,00	1.485,75	1.560,04	1.638,04	1.719,94
Depreciación de equipo de computación	533,33	560,00	588,00	617,40	648,27
Depreciación de equipo de oficina	108,33	113,75	119,44	125,41	131,68
Depreciación de equipo de oficina	8.000,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05
Amortización gasto de constitución	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
Total gastos operacionales	40.970,54	41.488,82	42.770,32	44.096,71	45.469,76
Utilidad antes de impuesto	122.048,11	125.474,89	128.233,91	131.045,82	133.911,21
15% trabajadores	18.307,22	18.821,23	19.235,09	19.656,87	20.086,68
22% impuesto a la renta	16.152,52	17.063,57	17.916,75	18.812,58	19.753,21
Utilidad operacional	87.588,38	89.590,09	91.758,17	93.978,71	96.253,00

Elaborado: Autora

Al realizar el estado de pérdidas y ganancias tenemos una utilidad operacional del **87.588,38**, para el primer año y los siguientes años se aumentó un 2,42% porcentaje que se obtuvo del promedio de inflación a nivel de Ecuador.

3.5.10. Flujo de caja

Tabla N° 42 Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	inversión inicial	-74624,2835				
(+)	Ingresos gravables		\$326.358,18	\$334.256,05	\$342.345,05	\$350.629,80
(-)	Costos de operación		\$163.339,53	\$167.292,35	\$171.340,82	\$175.487,27
(=)	Ingresos netos gravables		\$163.018,65	\$166.963,70	\$171.004,23	\$175.142,53
(-)	Impuestos		\$34.459,73	\$35.293,66	\$36.147,77	\$37.022,54
(+)	Otros costos no deducibles		\$1.560,00	\$1.597,75	\$1.636,42	\$1.676,02
(-)	Depreciaciones		\$10.182,67	\$10.429,09	\$10.681,47	\$10.939,96
	Flujo de caja neto	-74624,2835	\$42.191,97	\$45.018,92	\$47.914,29	\$50.879,72

Elaborado: Autora

Nota: Se considera un 2,42%(INEC) por año, de aumento en los ingresos operacionales por motivo de inflación a nivel de Ecuador.

Según el flujo de efectivo realizado se obtuvo para el primer año **42.191,97**; es decir que la empresa tiene liquidez de dinero para realizar su entradas y salidas de efectivo, que le ayuda a continuar con sus actividades diarias.

3.5.11. Cálculo del Tir y Van

a) Valor actual neto

Para el cálculo del van se usó la siguiente formula:

$$VAN = -A + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+i)^n}$$

Tabla N° 43 VAN

DATOS	VALORES
Numero de periodos	5
Tipo de periodo	Anual
Tasa Referencial BCE	7,88
Inflación (INEC) 2018	2,42
TOTAL	10,3
WACC	10,30%

CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VAN)			
Periodo (n)	Flujo de caja económico (FC)	(1+r) ⁿ	FC / (1+r) ⁿ
0	-74.624,28	1,00	-74.624,28
1	42.191,97	1,10	38.252,01
2	45.018,92	1,22	37.003,61
3	47.914,29	1,34	35.705,78
4	50.879,72	1,48	34.375,00
5	53.916,92	1,63	33.025,35
		TOTAL	103.737,47

Elaborado: Autora

Para el cálculo del mismo se aplicó la fórmula con los siguientes datos, inversión inicial de **74.624,28** ; el número de periodos que son 5 años, los valores del flujo de caja, la tasa referencial del Banco Central del Ecuador **7,88%** que corresponde a la tasa activa, el porcentaje de inflación tomado del INEC el cual arroja un valor del **2,42%** y el WACC o tasa de descuento que se obtiene dividiendo el financiamiento propio dividido para el financiamiento total y el resultado se multiplica por la suma de la tasa referencial del BCE y la inflación.El VAN para el proyecto es \$ **103.737,47**; lo que significa que en la inversión del presente proyecto se obtendrá un beneficio similar en relación con la inversión.

b) Tasa interna de retorno

Para el cálculo de la tasa de retorno se usó los datos de los flujos de efectivo es así que tenemos:

Tabla N° 44 TIR

Tipo de interés	0%	2%	5%	10%	15%
VAN	165.297,54	151.001,09	129.119,25	105.166,19	83.506,47
TIR	54,13%	54,13%	54,13%	54,13%	54,13%
Resultado VAN Rentable	Rentable	Rentable	Rentable	Rentable	Rentable

Elaborado: Autora

Esta TIR demuestra que se estaría beneficiando en un **54,13%** en relación con la inversión.

3.5.12. Relación Beneficio/Costo

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Costos totales}}$$

$$RBC = \frac{326.358,180}{193.467,40}$$

$$RBC=1,68$$

Significa que por cada dólar invertido se obtendrá una rentabilidad de 0.68 centavos de dólar.

3.5.13. Periodo de recuperación de inversión

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

a= Año anterior inmediato a que se recupera la inversión.

b= Inversión inicial.

c= Suma de los flujos de efectivo anteriores.

d= FNE del año en que se satisface la inversión.

$$PR=1+ ((74624,28-42191,97)/45018,92))$$

$$PR= 2,6$$

Significa que se recuperará la inversión en 2 años y 6 meses.

3.5.14. Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se debe tener bien identificado los costos y para ello se utilizó la siguiente fórmula.

$$P.E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{PV - CV}$$

a) Punto de equilibrio Salchicha

$$P.E. = \frac{505}{3,14 - 2,80}$$

$$P.E = 1486 \text{ unidades}$$

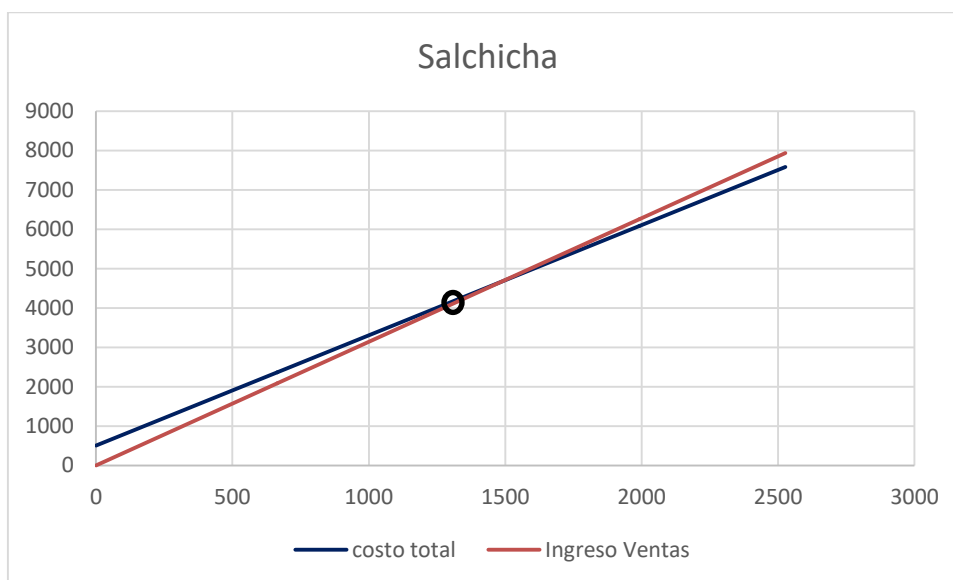


Figura N° 34 Punto de equilibrio Salchicha
Elaborado: Autora

Las unidades mínimas para la venta de salchichas de avestruz de \$3,14; es de 1486 para que el micro empresa “LA AVESTRUZ” EMBUTIDOS se encuentre en punto de equilibrio, en relación al derivado que más demandantes tienen.

b) Punto de equilibrio Jamón

$$P.E.v = \frac{505}{6,50 - 5,65}$$

$$P.E.v = 595 \text{ Unidades}$$



Figura N° 35 Punto de equilibrio Jamón
Elaborado: Autora

Las unidades mínimas para la venta de jamón de avestruz de \$6,50; es de 594,12 para que el micro empresa “LA AVESTRUZ” EMBUTIDOS se encuentre en punto de equilibrio.

c) Punto de equilibrio Mortadela

$$P.E. = \frac{505}{4,78 - 4,15}$$

$$P.E. = 802 \text{ Unidades}$$

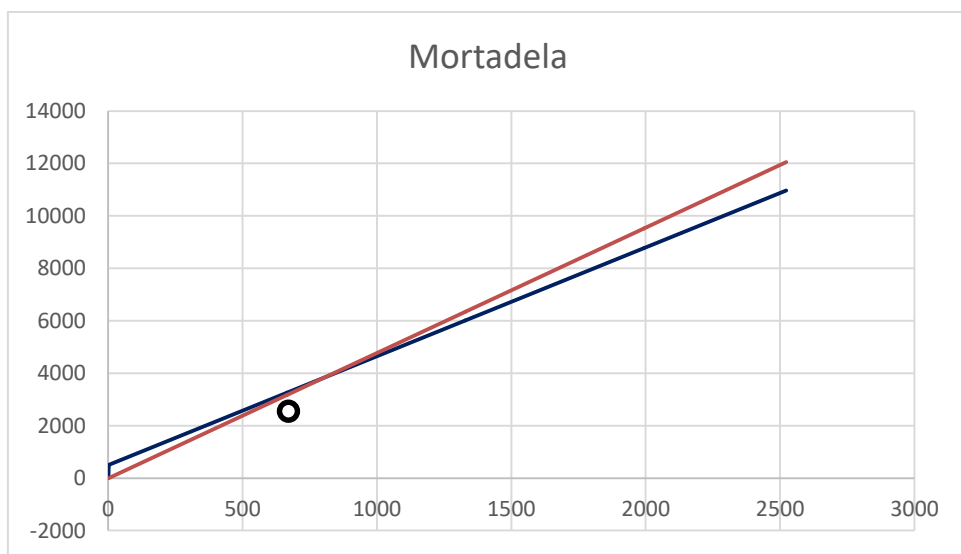


Figura N° 36 Punto de equilibrio Mortadela
Elaborado: Autora

Las unidades mínimas para la venta de mortadela de avestruz de \$4,78; es de 801,58 para que el micro empresa “LA AVESTRUZ” EMBUTIDOS se encuentre en punto de equilibrio.

d) Punto de equilibrio Chorizo

$$P.E.v = \frac{505}{6,86 - 5,96}$$

$$P.E.v = 562 \text{ Unidades}$$

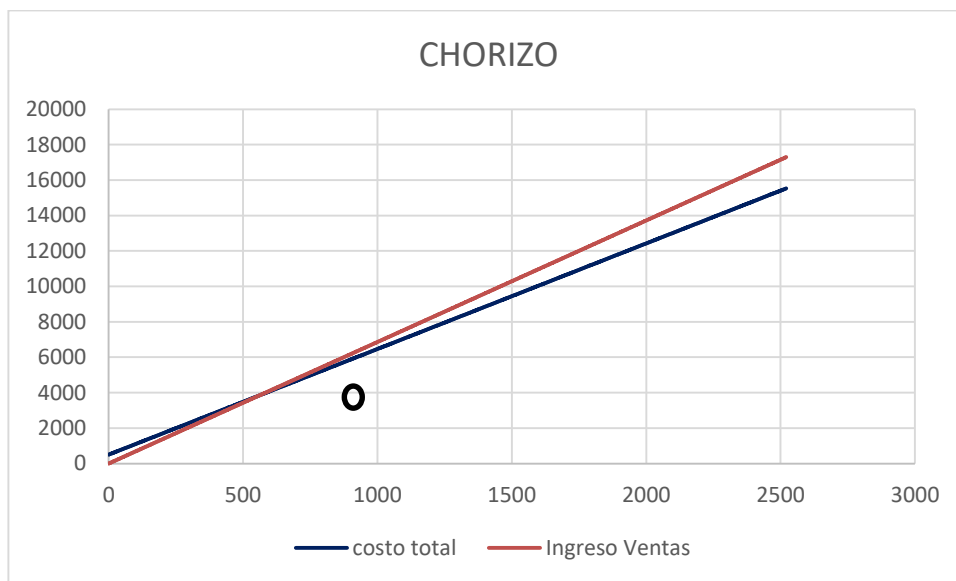


Figura N° 37 Punto de equilibrio Chorizo
Elaborado: Autora

La cantidad mínima para la venta de chorizo de avestruz de \$6,86; es de 561,11 para que el micro empresa “LA AVESTRUZ” EMBUTIDOS se encuentre en punto de equilibrio.

3.6. Marco legal

Para poder crear la microempresa de producción de los embutidos en el sector de Amaguaña para su posterior comercialización en toda la ciudad de Quito, debemos considerar como personas naturales lo siguiente:

Permiso de funcionamiento (SUPERCIAS)

El funcionamiento o la constitución de nuestra empresa en la cual consta el tipo de empresa, la razón social, el número de socios y personas que formaran parte de la empresa, el capital, entre otros viene dado por la SUPERCIAS que es un Organismo que tiene por objeto regular y controlar nuestra empresa con el fin de que cumpla con las leyes y reglamentos establecidas. Ver Anexo 5.4

Registro único de contribuyentes

Como primer paso se debe registrar en la Administración tributaria para identificar a los contribuyentes por motivos de información. El RUC es un número de identificación el cual está compuesto por trece números, el cual deben poseer todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan alguna actividad económica en el Ecuador. Ver Anexo 5.5

Permisos municipales de funcionamiento

Este permiso se lo obtiene directamente en el municipio de la parroquia de Amaguaña, para ello se debe cumplir con los siguientes requisitos: Ver Anexo 5.6

- Copia de RUC
- Copia de nombramiento o representante Legal
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- Copia de Planilla de Energía Eléctrica
- Formulario de declaración para obtener la patente

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

La documentación se entrega directamente en el departamento de bomberos la cual será revisada previamente. Los documentos son los siguientes: Ver Anexo 5.7

- Copia de RUC

- Copia de nombramiento o representante Legal
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- Copia de Planilla de Energía Eléctrica

Permiso de MSP

El registro sanitario para alimentos procesados o aditivos productos naturales procesados, o para empresas que la produzcan, será otorgado por el ministerio de Salud pública, a través de las subsecretarías y direcciones provinciales que determine el reglamento correspondiente, entre las normas de higiene y establecidas son: Ver Anexo 5.7

- Implementación del nuevo etiquetado de alimentos procesados
- Mejorar la calidad de los alimentos, en beneficio de la ciudadanía.
- Se mantiene la prohibición de que la empresa, de manera directa o por intermedio de cualquier personaje incluido en la etiqueta –sea o no profesional de la salud–, proceda a “declarar propiedades saludables, que no puedan comprobarse”

3.7. Estudio Ambiental

Este proyecto tiene como objetivo el procesamiento de carne, donde se aplicarán diferentes procesos industriales, los mismos que causan impactos ambientales positivos y negativos.

3.7.1. Área de Influencia Directa

La principal área de influencia será el sitio destinado a la instalación de la planta procesadora de carne y sus derivados.

3.7.2. Área de Influencia Indirecta

Las áreas de influencia indirecta serán las más alejadas del proyecto como son: vías de acceso, cultivos aledaños, acequias.

3.7.3. Estudio de Impactos

Se analizará la localización de la empresa revisando las condiciones ambientales de la zona, tanto la flora y la fauna existente no sufrirá daños en el momento de la creación de la fábrica, ni en la producción ni mucho menos en la distribución del producto, para así evitar daños ambientales. La microempresa “LA AVESTRUZ “EMBUTIDOS S.A no utilizará sustancias nocivas ni tóxicas que afecten al ambiente por lo que no presentará problemas de

contaminación. Los desechos líquidos de la planta embutidora se hará a través del alcantarillado, se utilizara detergentes industriales para la limpieza general de la planta.

Para la eliminación de desechos sólidos se contará con un lugar en donde se pondrán los sobrantes que provienen de procesos de escalado, picado y escurrimiento. Los huesos serán utilizados como abono, los plásticos, papeles y demás residuos orgánicos serán colocados en tachos de diferentes colores para poderlos reciclar.

La higiene es lo más importante para que una empresa no se vea afecta económicamente ni pierda imagen lo cual provocaría que los clientes no compren los embutidos, por eso deben utilizar de manera cuidadosa todos los insumos como harinas, especies, aditivos que puedan traer animales rastrosos y voladores.

La maquinaria para la producción genera ruido, pero es muy bajo y no contamina el medio ambiente, se debe llevar un control de decibeles para seguir realizando las actividades con normalidad y principalmente cuidar la salud de los trabajadores de la planta.

4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

- ✓ El avestruz es un animal del cual se puede obtener varios productos de alta calidad; entre ellos tenemos la carne de avestruz, que es rica en proteínas y minerales, baja en colesterol y grasas, con un sabor similar a la carne roja con la diferencia que es muy saludable para la salud del ser humano
- ✓ A pesar de las advertencias de los organismos internacionales de control alimentaria, las personas siguen prefiriendo los embutidos elaborados a base de grasas y desperdicios del cerdo, vaca, pollo, entre otros. Los habitantes lo prefieren tanto por su sabor como su precio accesible al público sin saber que están consumiendo productos que en un futuro pueden provocar enfermedades como el cáncer, hígado graso, irritación del colón entre otras.
- ✓ Amaguaña a pesar de ser una parroquia rural, es una tierra muy turística, cuenta con hosterías, haciendas fincas, parques y muchos lugares verdes los cuales se pueden visitar, el proyecto está enfocado a la producción y comercialización de embutidos tanto a los moradores del sector, como a turistas y sectores aledaños a la parroquia, sin dejar de lado a los demás clientes que deseen adquirir el producto.
- ✓ El desconocimiento de los habitantes de la parroquia de Amaguaña del consumo de la carne de avestruz, hace que muchas personas dejen de lado una alimentación sana y nutritiva y continúen consumiendo lo tradicional y perjudicial.
- ✓ Cuidar la vida y la salud del ser humano es el objetivo de la microempresa ofreciendo embutidos libres de grasas y colesterol, lo que le hace un producto saludable que lo pueden consumir niños, jóvenes y adultos.
- ✓ Los embutidos son muy consumidos en la Parroquia de Amaguaña de acuerdo a la población encuestada se observó que, del total de 365 encuestados según la muestra estudiada el 38,5% consume más la salchicha sin dejar de lado los otros embutidos como la mortadela, jamón y chorizo que si son consumidos por los habitantes, el 66,7% prefiere comer los embutidos por el sabor que estos tienen.
- ✓ En cuanto al consumo de embutidos de avestruz el 92,3% no ha consumido dicho producto a causa de que jamás han sabido que este tipo de ave se consume y el 7,7% que han sido los que si han tenido la oportunidad de probarlos respondieron que fue muy satisfactorio probar este tipo de alimento.

- ✓ Respecto al precio de la mortadela a \$6,00 y jamón a \$4,50 el 64,1% respondió que si lo comprarían y el 61,5% compraría la salchicha y chorizo a un precio de \$3,00 y \$ 5,00 respectivamente, es decir que si demandarían el producto a los precios establecidos.
- ✓ El 33,3% respondió que la frecuencia de compra sería una vez por semana, el 60,5% compraría una funda de 100 gr y el 55,3% adquiriría el producto directamente en la microempresa.
- ✓ La empresa estará constituida por un mínimo de 2 socios, los cuales serán las personas que ayudaran en la elaboración y comercialización del mismo para así lograr ser una de las empresas líderes a nivel local.
- ✓ Se concluyó que en la Parroquia de Amaguaña existirá una gran demanda insatisfecha para los años 2018-2023 así que la empresa decidió cubrir el 36% de esta demanda producción y ofreciendo embutidos sanos y nutritivos.
- ✓ El marketing del proyecto debe ser un factor muy fundamental a la hora de ofrecer el producto en el mercado, las buenas estrategias de precio, plaza y promoción ayudara a que el cliente conozca los beneficios que se obtiene al consumir embutido de avestruz.
- ✓ El VAN y el TIR fueron dos factores muy importantes a la hora de definir si el proyecto era rentable, El VAN para el proyecto fue \$ **103.737,47**; lo que significa que en la inversión del presente proyecto se obtendrá un beneficio mayor en relación con la inversión, y el TIR demuestra que se estaría beneficiando en un 54,13% .
- ✓ El período de recuperación de la inversión será de 2 años y 6 meses, es decir que solo hasta que se cumpla ese período de tiempo se recuperará el total del dinero invertido por los socios.
- ✓ El costo beneficio de la micro empresa indica que de cada dólar que venda obtendrá una rentabilidad de 0,68.
- ✓ La planta de producción de embutidos no provocará ninguna contaminación ambiental en los procesos de elaboración y comercialización, pero siempre hay que tomar medidas preventivas que ayuden a solucionar posibles riesgos ambientales.

4.2. Recomendaciones

- ✓ De acuerdo con la evaluación del proyecto y su factibilidad se recomienda ponerlo en práctica, ya que se estaría contribuyendo al desarrollo socio económico del sector
- ✓ Se recomienda al sector de Amaguaña y sus alrededores que eviten consumir embutidos perjudiciales para su salud y opten por una nueva opción alimenticia la que pesar de tener un precio alto, no dañara su salud ni producirán enfermedades mortales.
- ✓ Para el proceso de introducción del producto al mercado, la microempresa “LA AVESTRUZ” EMBUTIDOS deberá realizar estrategias publicitarias, a más de las que se ha establecido en el proyecto para tener una mayor acogida.
- ✓ Para mayor productividad del micro empresa, los empleados deberán sujetarse a los diagramas de flujo de procesos que se ha establecido para las áreas de producción y ventas.

5. Bibliografía y citas

1. Aguilar , A., & Medina , X. (13 de 12 de 2012). *Revista española de nutrición humana*. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-AspectosNutricionalesYSocialesDelConsumoDeLaCarneD-4417740.pdf
2. Altuve, J. (2005). *El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión*. Mérida: Red Actual Contable Faces.
3. Baena, D. (2014). *Análisis financiero* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
4. Bajaña Cornejo, A., & González Jaramillo, R. (2012). Estudio de factibilidad. En *Comercialización de embutidos* (pág. 155). Milagro: milagro.
5. Barros, E. (24 de Diciembre de 2017). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/flujoograma/>
6. *bdigital*. (marzo de 2011). Obtenido de <http://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/1242/1/T3405.pdf>
7. Bioenciclopedia. (2012). *Bio enciclopedia*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <http://www.bioenciclopedia.com>: <http://www.bioenciclopedia.com/avestruz/>
8. Botten, C. (24 de Octubre de 2011). *CEPAL*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <https://www.cepal.org>: https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/44613/Impacto_ambiental-clase.pdf
9. Castillo, W. (25 de Septiembre de 2014). *conceptop de definicion*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <http://conceptodefinicion.de/plan/>: <http://conceptodefinicion.de/plan/>
10. Cevallos, A., & Marques, J. (10 de Marzo de 2014). *Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <https://www.dspace.ups.edu.ec/>: <https://www.dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6477>
11. Coloma, L. (2014). *Estudio de factibilidad para la instalación de una planta de faenamiento y procesamiento de avestruz*. Universidad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Recuperado el 30 de Agosto de 2018
12. Contreras, J. (16 de julio de 2006). *joseacontreras*. Obtenido de <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap491d.htm>
13. *Crece negocios*. (febrero de 2012). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

14. *desarrollo empresarial*. (agosto de 2011). Obtenido de <http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/M%C3%B3dulo-2-Los-Factores-Econ%C3%BDmicos-y-su-Incidencia-en-El-Desarrollo-Empresarial1.pdf>
15. Díaz, D., & Espinoza, R. (12 de Febrero de 2013). *CRÍA Y MANEJO DE LA AVESTRUZ*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <http://www.lebas.com.mx>: <http://www.lebas.com.mx/files/AVESTRUZ.pdf>
16. Droznes, L. (2005). *Manual para un plan de negocios*. Bogota.
17. en50MiNUTOS.es. (2016). *El marketing mix: Las 4Ps para aumentar sus ventas*. mexico: 50 minutos .es.
18. Gallardo, Á. (27 de 10 de 2016). *El periodico*. Obtenido de <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20151026/la-oms-liga-el-cancer-con-el-embutido-y-la-carne-roja-procesada-4620461>
19. Garzón, A. (2008). *PROYECTOS*. Obtenido de <http://www.avestruces.com.mx/avestruzproyectos.htm>
20. Jara, E., & Ruíz, N. (2013). *Elaboración de jamón york a base de carne de avestruz*. Bolívar. Recuperado el 30 de Agosto de 2018
21. Jhonson, G. (2010). *Dirección estratégica*. Mexico: Prentice Hall.
22. Kotler, P. (2008). *Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y Control*. Mexico: Prentice Hall.
23. Lara Ramos, S. A. (12 de Diciembre de 2015). *ESPE*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <https://repositorio.espe.edu.ec>: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12326/1/T-ESPE-057147.pdf>
24. Lema, J. (2007). *Proyecto de factibilidad para la crianza de avestruces en el cantón Salcedo*. Latacunga.
25. Lemée, C. (agosto de 2010). *REVISTA FACULTAD*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49762/Documento_completo.pdf?sequence=1
26. Luna, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
27. Montes , L., & Burgos, R. (10 de Enero de 2015). *Investigación de mercados para la introducción de un nuevo producto de gelatina a base de flor de caléndula en Bucaramanga (Santander)*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <repository.usta.edu.co>: <repository.usta.edu.co/.../878/2015-MontesMojica%2CLuisHernando>

28. Moreno, J. C. (10 de junio de 2016). *TODO CARNE*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <http://todocarne.es>: <http://todocarne.es/el-avestruz-y-su-carne/>
29. Olarte, M. (2015). *Plan de tesis para la comercialización de carne de avestruz*. Tesis de grado, Universidad La Salle, Bogotá. Recuperado el 30 de Agosto de 2018
30. Orozco, A. (2008). *Investigación de Mercado*. Quito: Norma.
31. *pag BCE*. (ENERO de 2001). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/268-tasas-de-interes-referenciales-para-prestamos-externos-del-sector-privado>
32. Panameña, C. (s/d de s/m de 2010). *Alimentación*. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de <http://avestruz-carmen.blogspot.com/>: <http://avestruz-carmen.blogspot.com/p/alimentacion.html>
33. Paredes, E. (2012). *Plan de tesis para la elaboración de salchicha y chorizo de avestruz y soya*. Universidad de Loja, UTPL, Loja. Recuperado el 30 de Agosto de 2018
34. Pedraza , O. H. (2014). *Modelo de plan de negocios* (Primera ed.). México: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uisraelsp/reader.action?docID=3227864&query=RENDON+PLAN+DE+NEGOCIOS>
35. Pedraza , O. H. (2014). *Modelo de plan de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
36. Porter, M. (2011). *Estrategia Competitiva*. México: Continental.
37. Prado, L. (20 de Agosto de 2018). *economia gestion empresarial*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de <https://www.definicionabc.com>: <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>
38. Proaño, L. (17 de agosto de 2013). *CONFUZAL*. Obtenido de <http://confuzal.com/como/Informaci%C3%B3n%20nutricional%20de%20los%20huevos%20de%20avestruz%20/>
39. Pulloa. (2012). Manual Plan de negocios para pymes. En Pulloa, *Plan de negocios para PYMES* (pág. 30). Nicaragua: Managua.
40. *Repositorio*. (agosto de 2011). Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9358/1/40911_1.pdf
41. Rivero, A. (13 de mayo de 2013). *SALUD ACTUAL*. Obtenido de https://www.saludactual.cl/news/los_beneficios_de_consumir_carne_de_avestruz.php

42. Rocha, G. (2013). *ZOOWEBPLUS*. Obtenido de <http://www.zoowebplus.com/animales/?animal=nandu>
43. Rodríguez, C., García, B., & Cárdenas, L. (2013).
44. Rosario, A. J. (2017). *Dirección Financiera*. Almería: Editorial Universidad de Almería.
45. Santesmases, m. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia* (1 ed.). México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uisraelsp/reader.action?docID=3227310&query=definici%C3%B3n+de+producto+y+servicio>
46. *scrib*. (marzo de 2008). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/92937458/REQUISITOS-PARA-CREAR-UNA-SOCIEDAD-ANONIMA-EN-EL-ECUADOR>
47. Stevenson, W. (Mayo de 2008). *Biblio 3*. Obtenido de http://biblio3.url.edu.gt/publiclg/biblio_sin_paredes/fac_economicas/2016/orga_empr/cap/07.pdf
48. *Supercias*. (abril de 2013). Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
49. Wikipedia®. (28 de 05 de 2018). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Struthio_camelus

6. Anexos

6.1. Encuesta para embutidos de avestruz

Modelo de encuesta: Evaluación de un producto

Realizado por:

Fecha:

Indicación: Por favor conteste las preguntas de acuerdo al tema en cuestión

Marque con una X su opción y cuando sea necesario completa su respuesta.

1.-Género:

F___ M___

2. Consume usted algún tipo de embutido

Sí ___ No ___

3. Si su respuesta es NO, cual es la razón de no consumir embutidos

a. ___No es saludable b. ___Costo elevado c. ___No es de su preferencia.

Si su respuesta en la primera pregunta fue No, por favor no continúe con la encuesta.

4. Cuál de las siguientes tipos de embutidos consume usted marque de 1-4 siendo 1 de mayor consumo y la 4 de menor consumo.

a. ___Jamón b. ___Mortadela c. ___Salchicha e. ___Chorizo f. ___ Otros

5. Cuál es la razón por la cual tiene mayor preferencia de consumo de embutidos.

Siendo 1 la de mayor Importancia y 5 la de menor importancia.

a. ___ Sabor b. ___ Color c. ___ Salud d. ___ Precio e. ___ Disponibilidad

6. Ha consumido alguna vez embutidos de avestruz

Sí ___ No ___

7. Si su respuesta es NO cual es la razón de no consumir embutidos de avestruz.

a. ___No hay producto disponible b. ___ Precio c. ___ Jamás ha sabido que se consume la carne de avestruz

8. Si su respuesta es Si cual fue su nivel de satisfacción.

a. __ Muy satisfactoria b. __ No satisfactoria c. __ Le es indiferente

9. Si estuviera disponible en el mercado jamón y mortadela de avestruz a un precio de \$6,00 y \$ 4,50 respectivamente la funda 120g cuál sería la intención de compra.

a. __ Definitivamente la compro b. __ Probablemente la compro. c. __ No la compro

d. __ Probablemente no la compro e. Definitivamente no la compro.

10. Si estuviera disponible en el mercado Salchicha y Chorizo de avestruz a un precio de \$3,00 y \$ 5,00 respectivamente la funda 120g cuál sería la intención de compra.

a. __ Definitivamente la compro b. __ Probablemente la compro. c. __ No la compro

d. __ Probablemente no la compro e. __ Definitivamente no la compro.

11. Con qué frecuencia compraría los embutidos de carne de avestruz.

a. __ 1 vez por semana b. 2__ veces por semana c. __ 1 vez por mes. d. __ Cada dos meses

12. Que cantidad compraría

a. __ 1 funda 100g b. __ 1 funda 200g c. __ 1 funda de 500g. d. __ Otros.

13. En qué lugar preferiría comprar los embutidos de avestruz.

a. __ Micro empresa "LA AVESTRUZ" b. __ Tienda c. __ Supermercado. d. __ Otro

Gracias por su colaboración.

6.2. Entrevista a proveedor de plumrose en la parroquia de Amaguaña

La entrevista se realizó a un proveedor de la marca Plumrose que actualmente es líder del mercado ecuatoriano, cuenta con la mayor preferencia de consumidores en vista de su calidad, constante innovación en productos, presentaciones y empaques adaptándose permanentemente a los gustos del consumidor.

- 1.- ¿Cuál es el segmento al que se dirige el negocio de los embutidos?**
- 2.- ¿Comercializa usted exclusivamente embutidos y lo hace por mayor y menor?**
- 3.- ¿Qué tiempo lleva comercializando embutidos para la ciudad de Quito?**
- 4.- ¿Qué cantidad de embutidos comercializa en cada visita a la Ciudad de Quito?**
- 5.- ¿Indique el precio de los embutidos que más distribuye?**
- 6.- ¿Cuál es la forma de pago que usted da a sus compradores?**

6.3. Productos ofertados por la micro empresa

a) Salchicha de avestruz



b) Mortadela de avestruz



c) Jamón de avestruz



d) Chorizo de avestruz



6.4. Permiso de funcionamiento (SUPERCIAS)



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS



SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS

Nombre Reserva(Denominación)	<input type="text"/>
Tipo Compañía	<input type="text"/>
Nombre Comercial	<input type="text"/>
Nro. Trámite 2015.2.3408	

1. Datos Compañía	2. Minuta	3. Escritura	4. Nombramientos	5. Documentos Adjuntos	
Nombre de Archivo	Estado	Agregar	Ver	Eliminar	verificado
ESCRITURA	FIRMADO				
NOMBRAMIENTO GERENTE GENERAL	FIRMADO				
NOMBRAMIENTO PRESIDENTE	FIRMADO				


Visor de Documento

6.5. Registro único de contribuyentes

	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES		 <i>...le hace bien al país</i>
NÚMERO RUC:			
APELLIDOS Y NOMBRES:			
NOMBRE COMERCIAL:	FERRETERIA SAN LUIS		
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	SI	NÚMERO:	SI
FEC. NACIMIENTO:	21/05/1959	FEC. INICIO ACTIVIDADES:	01/11/1990
FEC. INSCRIPCIÓN:	17/12/1990	FEC. ACTUALIZACIÓN:	03/04/2013
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	03/04/2013
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL			
VENTA AL POR MENOR ESPECIALIZADA DE ARTICULOS DE FERRETERIA.			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: LA MAGDALENA Calle: EL CANELO Número: 927 Interozon: ALEJO BRUIS Referencia: A UNA CUADRA DEL CENTRO COMERCIAL ATAHUALPA Teléfono: 022688992			
DOMICILIO ESPECIAL			
SI			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA			

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS CÓDIGO: RIMRUC2015000128950 FECHA: 12 de febrero de 2015 14:30 Pág. 1 de 2

6.6. Permisos municipales de funcionamiento

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO			
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias			
RAET - PERSONAS NATURALES			
			Fecha: <input type="text" value="aaaa/mm/aa"/>
A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE			
APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	<input type="text"/>		
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	<input type="text"/>		
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	<input type="text"/>		
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:	<input type="text"/>		
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:	<input type="text"/>		
	<input type="text"/>		
B. DATOS UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
PARROQUIA:	<input type="text"/>		
BARRIO:	<input type="text"/>		
CALLE PRINCIPAL:	<input type="text"/>		
Nº. CASA:	<input type="text"/>		
INTERSECCIÓN:	<input type="text"/>		
CORREO ELECTRÓNICO:	<input type="text"/>		
TELÉFONO 1:	<input type="text"/>	TELÉFONO 2:	<input type="text"/>
		TELÉFONO 3:	<input type="text"/>
POSEE ESTABLECIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Nº. DE ESTABLECIMIENTOS QUE POSEE <input type="text"/>
Nº. PREDIO (S) DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
C. EN CASO DE ARTESANOS			
Nº. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	<input type="text"/>		
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	<input type="text"/>		
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	<input type="text"/>		
D. EN CASO DE DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES			
Nº. DE CARNÉ CONADIS:	<input type="text"/>		
FECHA DE CALIFICACIÓN:	<input type="text"/>		
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	<input type="text"/>		

6.7. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

 <p>CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO</p>	<p>DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO RUC. 172324534001</p> <p>PERMISO DE FUNCIONAMIENTO</p>
<p>QUITO- ECUADOR</p>	
<p>QUITO, 28 de noviembre de 2013</p>	<p>NOMBRE DEL LOCAL : "KEYNA "</p>
<p>SEÑORITA</p>	<p>REPRESENTANT LEGAL : Nathaly Pereira</p>
<p>Nathaly Pereira</p>	<p>DIRECCION : VOZANDES N39-130 Y AV. AMÉRICA</p>
<p>GERENTE GENERAL</p>	<p>ACTIVIDAD : ELABORACIÓN Y VENTA DE PRENDAS DE VESTIR</p>
<p>EMPRESA "KEYNA Cía.Lda"</p>	
<p>PRESENTE</p>	
<p>DE MI CONSIDERACION:</p>	
<p>Una vez revisada las instalaciones de su Empresa "KEYNA Cía. Ltda." <i>Compañía Limitada</i> ubicada en la calle VOZANDES N39-130 Y AV. AMÉRICA, la cual se dedicara a la elaboración y venta de prendas de vestir para hombre y mujer, le damos a conocer que su solicitud del 22 de noviembre de 2013 ha sido aceptada, por lo tanto puede iniciar sus funciones sin dificultad.</p>	<p>El CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, en atención a la solicitud presentada y mediante la inspección n° 001 con fecha realizada por el inspector Cristian Sandoval, considerando que el establecimiento, cumple disposiciones y normativas del art. 35 de la ley de defensa contra incendios, del permiso de funcionamiento valido por el año.</p>
<p>Esperando que tenga éxito en sus futuras labores les deseamos lo mejor.</p>	<p>QUITO A 16 DE DICIEMBRE DEL 2013</p>
<p>ATENTAMENTE</p>	 
<p>Ing. CARLOS ZULCA</p>	<p>GESTION DE REGISTRO CB.DMQ SECRETARIA DMQ</p>
<p>PRESIDENTE DEL CUERPO DE BOMBEROS DE QUITO</p>	

6.8. Permiso de MSP

P.F. No. MSP-2017-Z09-0011900	
CERTIFICADO DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	
SERVICIOS DE SALUD	
CLASE DE RIESGO : A	
De conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica de Salud, se confiere el presente Permiso de Funcionamiento a:	
Unidad Operativa:	CLINICA DE ESPECIALIDADES MARIA AUXILIADORA CIA. LTDA.
Razon social:	CLINICA DE ESPECIALIDADES MARIA AUXILIADORA CIA. LTDA.
Nombre comercial:	CLINICA DE ESPECIALIDADES MARIA AUXILIADORA
Propietario o representante legal:	CALVACHE ACOSTA GLADYS FABIOLA
No. RUC:	1791900502001
No. establecimiento:	001
Tipo:	ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS DE SALUD PÚBLICOS Y PRIVADOS / II NIVEL DE ATENCIÓN / Hospitalario / HOSPITAL GENERAL
Código:	2.2.2
Actividad(es):	ACTIVIDADES DE CONSULTA Y TRATAMIENTO POR MEDICOS DE MEDICINA GENERAL O ESPECIALIZADA, INCLUSO CIRUJANOS EN INSTITUCIONES DE ATENCIÓN DE LA SALUD.
Responsable técnico:	CESAR ANTONIO ARIAS ROMERO
Ubicación:	
Provincia:	PICHINCHA
Cantón:	QUITO
Parroquia:	LA CONCEPCIÓN
Dirección:	AV. DE LA PRENSA OE3-44 y PASAJE HECTOR MOLINA
Barrio:	COTOCOLLAO
Fecha de emisión:	2017-01-06
Fecha de vencimiento:	2018-01-06
Aprobado por:	SUAREZ GALARZA MARCO AUGUSTO DIRECTOR (A) PROVINCIAL DE SALUD

Verifique la validez del certificado

1 / 1

Av. República de El Salvador 36-64 y Suecia
Teléfono: 593 (2) 3814400
www.msp.gob.ec