

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

“INDOAMÉRICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Y

ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE

EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA
PASTEURIZADORA DE CLARAS DE HUEVO EN
LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

Trabajo de investigación para la obtención del Título
de Ingeniero en Administración de Empresas y
Negocios.

AUTOR:

Parra Trávez, Eric David

DIRECTOR

Ing. Ibeth Molina

AMBATO – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA PASTEURIZADORA DE CLARAS DE HUEVO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA” presentado por Eric David Parra Trávez, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación 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.

Ambato, 18 de agosto del 2017

Ing. Ibeth Molina

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Eric David Parra Trávez

CI: 050357578-9

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Eric David Parra Trávez, declaro ser autor del trabajo de investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PASTEURIZADORA DE CLARAS DE HUEVO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios” autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Parciales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato a los 18 días del mes de agosto del 2017, firmo conforme:

Autor: Eric David Parra Trávez
C.I. 050357578-9
Latacunga, Calle Gonzalo Cordova y Jaime Roldos
parraeric3b@hotmail.com
0999749746

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por estar siempre presente en cada etapa de mi vida y ser mi apoyo incondicional. A mis padres por su enorme esfuerzo, dedicación e inmenso amor siendo mi fuerza para seguir adelante con motivación cultivándome valores y principios. También quiero agradecer a la Universidad Tecnológica Indoamérica por brindarme la fabulosa oportunidad de pertenecer a ella, y a cada uno de los docentes en especial a mi directora de tesis quienes fueron mis mentores brindándome las bases fundamentales por medio de sus conocimientos y experiencias para ser un profesional competitivo y socialmente responsable

Gracias

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi cariño a mi familia, en especial a mis padres quienes con su amor incondicional, paciencia, determinación me han brindado la increíble oportunidad de culminar mis estudios, porque siempre han estado en los buenos y malos momentos, por ese amor y dedicación único. Lo dedico a mi hermano por ser mi mejor amigo y motivarme con sus consejos a lo largo de mi vida. También quiero dedicarlo a mi novia quien ha sido mi complemento y apoyo estos últimos años.

Eric Parra

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
ÁREA DE MARKETING.....	3
Definición del producto o servicio.....	3
Especificación del Servicio o Producto.....	3
Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.	6
Definición del mercado	8
Qué mercado se va a tocar en general.....	8
Categorización de sujetos.....	8
Estudio de Segmentación	8
Plan de muestreo	10
Diseño y recolección de información.....	13
Análisis e Interpretación	17
Demanda Potencial.....	30
Análisis del macro y micro ambiente.....	31

Análisis del micro ambiente.....	31
Análisis del macro ambiente	33
Proyección de la oferta.....	35
Demanda Potencial Insatisfecha	36
Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)	36
Plan de medios	37
Plan de marketing.....	38
Envasado (doy pack) y etiqueta	39
Precio.....	40
Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)	41
Seguimiento de Clientes.....	42
Especificar mercados alternativos.....	42
CAPÍTULO II	43
ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	43
Descripción del proceso	43
Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	43
Mapa de procesos	44
Flujograma de proceso de elaboración de claras de huevo pasteurizadas envasadas.....	45
Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	46
Tecnología a aplicar.	49
Factores que afectan el plan de operaciones	50
Ritmo de producción.	50
Nivel de inventario promedio.....	51
Número de trabajadores.	52
Capacidad de producción	53
Capacidad de Producción Futura.	53
Definición de recursos necesarios para la producción	53
Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	53
Calidad	54

Método de Control de Calidad.	54
Normativas y permisos que afectan su instalación.	55
CAPÍTULO III.....	59
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	59
Análisis estratégico y definición de objetivos.....	59
Visión de la Empresa.	59
Misión de la Empresa:.....	59
Análisis FODA.....	60
Mapa estratégico	62
Organización funcional de la empresa	63
Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.....	63
Describa brevemente los cargos del organigrama.....	65
Control de gestión	69
Indicadores de gestión.....	70
Necesidades de personal	70
CAPÍTULO IV.....	71
ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	71
Determinación de la forma jurídica.....	71
Patentes y Marcas.....	71
Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	72
Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento control sanitario.	73
RUC - SRI.....	73
Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de cuerpo de bomberos.	74
Requisitos para obtener la Patente Municipal.....	75
Requisitos para solicitar el uso de suelo	75

Obtención de notificación sanitaria de alimentos procesados (Fabricación Nacional).....	75
CAPÍTULO V	78
ÁREA FINANCIERA.....	78
Plan de inversiones.....	78
Plan de financiamiento	80
Cálculo de costos y gastos	81
Cálculo de Ingresos	92
Flujo de Caja	95
Punto de equilibrio	95
Estado de Resultados proyectado.....	97
Evaluación financiera.....	98
Conclusiones	105
Recomendaciones.....	106
BIBLIOGRAFÍA	107
ANEXOS	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Composición y estructura del huevo	4
Figura 2.	¿Consume algún suplemento alimenticio?	18
Figura 3.	¿Con que frecuencia compra suplementos alimenticios?.....	19
Figura 4.	¿Qué tipo de alimentos que contiene proteína consume?	20
Figura 5.	¿Consume usted Huevos?.....	21
Figura 6.	¿En qué tipo de presentación consume usted los huevos?	22
Figura 7.	¿Cuándo consume huevos, lo hace?:.....	23
Figura 8.	Sabía usted que las claras de huevo sirven para:.....	24
Figura 9.	¿Le gustaría consumir claras de huevo pasteurizadas envasadas?	25
Figura 10.	¿En dónde le gustaría adquirir este producto?	26
Figura 11.	¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?.....	27
Figura 12.	¿En qué horario usted accede a los medios de comunicación en el día?	28
Figura 13.	¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un litro de claras de huevo pasteurizadas envasadas?	29
Figura 14.	Logotipo	38
Figura 15.	Envase doy pack vista anterior	39
Figura 16.	Envase doy pack vista posterior	40
Figura 17.	Canal de distribución.....	42
Figura 18.	Mapa de procesos	44
Figura 19.	Flujograma de procesos.....	45
Figura 20.	Distribución de la planta	47
Figura 21.	Temperatura de proceso de pasteurización	50
Figura 22.	Hoja de control	54
Figura 23.	Diagrama causa-efecto	55
Figura 24.	Organigrama estructural	63
Figura 25.	Organigrama funcional.....	64
Figura 26.	Punto de equilibrio	96
Figura 27.	Estado de Resultados proyectado	97

Figura 28. Tasa interna de retorno.....	100
---	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Composición del huevo entero, yema y clara	4
Tabla 2.	Equivalencia de los ovoproductos.....	6
Tabla 3.	Matriz de factores diferenciadores	7
Tabla 4.	Categorización de sujetos.....	8
Tabla 5.	Dimensión conductual.....	9
Tabla 6.	Dimensión geográfica	9
Tabla 7.	Dimensión demográfica	10
Tabla 8.	Cuadro de necesidades objetivo específico 1	11
Tabla 9.	Cuadro de necesidades objetivo específico 2.....	12
Tabla 10.	Cuadro de necesidades objetivo específico 3.....	12
Tabla 11.	Población zona urbana	13
Tabla 12.	Porcentaje de población que practica deporte	13
Tabla 13.	Productos sustitutos.....	16
Tabla 14.	Costo de materia prima	16
Tabla 15.	Costos directos e indirectos de fabricación.....	17
Tabla 16.	¿Consume algún suplemento alimenticio?.....	18
Tabla 17.	¿Con qué frecuencia compra suplementos alimenticios?.....	19
Tabla 18.	¿Qué tipo de alimentos que contiene proteína consume?	20
Tabla 19.	¿Consume usted Huevos?.....	21
Tabla 20.	¿En qué tipo de presentación consume usted los huevos?	22
Tabla 21.	¿Cuándo consume huevos, lo hace?:.....	23
Tabla 22.	Sabía usted que las claras de huevo sirven para:.....	24
Tabla 23.	¿Le gustaría consumir claras de huevo pasteurizadas envasadas?.....	25
Tabla 24.	¿En dónde le gustaría adquirir este producto?	26
Tabla 25.	¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?.....	27
Tabla 26.	¿En qué horario usted accede a los medios de comunicación en el día?	28
Tabla 27.	¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un litro de claras de huevo pasteurizadas envasadas?	29

Tabla 28.	Frecuencia de consumo	31
Tabla 29.	Demanda.....	31
Tabla 30.	Matriz de ponderación de Porter	31
Tabla 31.	Matriz EFI	33
Tabla 32.	Matriz EFE	34
Tabla 33.	Matriz de perfil competitivo.....	34
Tabla 34.	Proyección de la oferta.....	35
Tabla 35.	Demanda potencial insatisfecha	36
Tabla 36.	Plan y presupuesto de medios	37
Tabla 37.	Descripción del nombre y logo de la empresa	38
Tabla 38.	Equipos y maquinaria.....	47
Tabla 39.	Operario por proceso	48
Tabla 40.	Ritmo de producción	50
Tabla 41.	Capacidad de producción futura.....	53
Tabla 42.	Matriz FODA	61
Tabla 43.	Descripción cargo gerente	65
Tabla 44.	Descripción puesto contador	66
Tabla 45.	Descripción puesto vendedor	67
Tabla 46.	Descripción cargo Técnico de calidad	68
Tabla 47.	Descripción cargo operario	69
Tabla 48.	Indicadores de gestión.....	70
Tabla 49.	Necesidad de personal	70
Tabla 50.	Plan de inversiones.....	78
Tabla 51.	Forma de financiamiento.....	80
Tabla 52.	Capital de trabajo	81
Tabla 53.	Detalle de costos.....	81
Tabla 54.	Proyección de costos	83
Tabla 55.	Detalle de gastos.....	85
Tabla 56.	Gasto de ventas.....	85
Tabla 57.	Gasto Financiero	86
Tabla 58.	Proyección de gastos	87
Tabla 59.	Mano de obra.....	89

Tabla 60.	Provisiones	90
Tabla 61.	Depreciación.....	91
Tabla 62.	Proyección de la depreciación.....	92
Tabla 63.	Cálculo de ingresos	93
Tabla 64.	Proyección de ingresos.....	94
Tabla 65.	Flujo de caja	95
Tabla 66.	Punto de equilibrio	96
Tabla 67.	Tasa de descuento o TMAR.....	98
Tabla 68.	Valor actual neto	98
Tabla 69.	Tasa interna de retorno.....	99
Tabla 70.	Beneficio costo	100
Tabla 71.	Periodo de recuperación	101
Tabla 72.	Balance general	103
Tabla 73.	Rentabilidad	104

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA PASTEURIZADORA DE CLARAS DE HUEVO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”

AUTOR: Eric David Parra Trávez

TUTOR: Ing. Ibeth Molina

El presente trabajo de investigación trata sobre la elaboración de suplementos proteicos a base de claras de huevo pasteurizadas envasadas. La implementación de una planta pasteurizadora en la ciudad de Latacunga se desarrolló con la finalidad de analizar su factibilidad dentro de los cinco años que se realiza el proyecto, el producto a venderse son claras de huevo envasadas con su posterior distribución a deportistas de las ciudades de Latacunga y Ambato. La investigación que se realizó partió desde una etapa exploratoria, donde se contextualizó el problema para la determinación de alternativas. Al evaluar varios factores del desarrollo del plan de negocios se utilizó como principal instrumento de levantamiento de información la encuesta a un total de 374 personas, implementando un muestreo no probabilístico para analizar criterios como: frecuencia de consumo, aceptación, gustos y preferencias, precios, costos y canales de distribución. Finalmente, se obtuvo como resultado que el proyecto es factible en todas sus etapas para realizar la inversión en la planta pasteurizadora, tomando en cuenta que el 65% de los encuestados estarían dispuestos a consumir el producto.

DESCRIPTORES: Suplementos, pasteurizadora, proteína, claras de huevo.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

ABSTRACT

TEMA: “BUSINESS PLAN FOR THE IMPLEMENTATION OF AN EGG WHITES PASTEURIZER IN THE CITY OF LATACUNGA”

AUTOR: Eric David Parra Trávez

TUTOR: Ing. Ibeth Molina

The present research deals with the elaboration of protein supplements based on pasteurized egg whites packaged. The implementation of a pasteurizing plant in the city of Latacunga was developed in order to analyze its feasibility within five years of the project, the product to be sold are egg whites packaged with their subsequent distribution to athletes from the cities of Latacunga and Ambato. The research done started from an exploratory stage, where the problem was contextualized for the determination of alternatives. When evaluating several factors in the development of the business plan, a survey of a total of 374 people was used as the main tool of collecting information, implementing a non-probabilistic sampling to analyze criteria such as frequency of consumption, acceptance, tastes and preferences, costs and distribution channels. Finally, it was obtained as a result that the project is feasible in all stages to do the investment in the pasteurizing plant, taking into account that 65% of the respondents will be willing to consume the product.

DESCRIPTORES: Supplements, pasteurizer, protein, egg whites.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador no se cuenta con una industria dedicada a la elaboración y producción de suplementos alimenticios para deportistas, son escasas las empresas que realizan algún tipo de suplemento que contenga proteína para las personas que realizan deporte, los pocos suplementos deportivos que se ofertan en el país específicamente en las ciudades de Latacunga y Ambato son limitados. También influye mucho los altos precios que tienen los suplementos importados.

La finalidad del plan de negocios es analizar y evaluar la posible introducción al mercado de un suplemento proteico a base de claras de huevo con la posterior comercialización del producto en las ciudades de Latacunga y Ambato.

CAPITULO 1. Se realizará el respectivo estudio de mercado para la introducción del producto, análisis y segmentación de mercado, comportamiento del consumidor, canales de distribución a ser usados y como punto de partida la revisión de la oferta y la demanda.

CAPITULO 2. Se procedió a realizar el estudio técnico en el cual se revisa todos los procesos que la empresa usa para la elaboración de las claras de huevo envasadas, la maquinaria y personal que requiere, el tiempo que se usan en las diferentes actividades y la tecnología que se aplicara.

CAPITULO 3. Se establece todo lo referente al área organizativa de la institución y su planificación estratégica que tendrá dentro de los 5 años analizando diferentes factores, también como la estructuración de los principales objetivos de la empresa como la misión y la visión institucional, organigramas y descripción de los puestos de trabajo.

CAPITULO 4. Se procede a determinar la forma jurídica de la empresa para el inicio de sus actividades, como también todos los requisitos y permisos de

funcionamiento que la compañía incurriría para comenzar a funcionar, cumpliendo con lo que dice la ley.

CAPITULO 5. Se lo realizó con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto, se realizará una revisión de la inversión que la empresa necesita, costos y gastos que incurriría, ingresos que tendrá la institución, el efectivo que manejaría dentro de los cinco años, la utilidad que deja el proyecto, y como factores principales los indicadores como el VAN y TIR que determinaran si el proyecto se puede llevar a cabo.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

Definición del producto o servicio

Especificación del Servicio o Producto.

El producto a ofertar como un suplemento alimenticio para los deportistas serán las claras de huevo pasteurizadas en su respectivo envase, siendo un producto alto en proteína natural, segura y versátil para el uso del consumidor final.

El Diccionario de la Real Academia (s.f) menciona que el huevo es una forma redonda que posee un determinado peso y tamaño, que generan las aves hembras, también está compuesto por un embrión (Instituto de Estudios del Huevo, 2004).

Para tener una idea más clara del huevo entero de gallina es necesario comprender su composición y su valor nutricional. Según Boatella, Codony, & López (2004), “Los huevos frescos contienen un 65% de clara y un 35% de yema” (p.95).Esto indica que el huevo en su mayoría está compuesto por la clara que es el componente principal del producto.

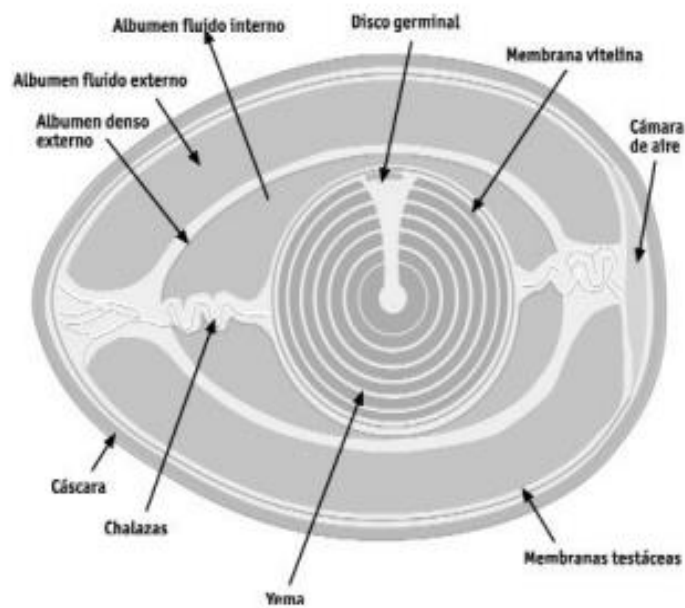


Figura 1. Composición y estructura del huevo

Fuente: Instituto de estudios del huevo (2004)

El huevo es un alimento bueno para la salud. El huevo de alrededor 60 gr de peso genera 85 calorías y contiene un 7% de proteína que es necesaria y una gran cantidad de nutrientes, también vitaminas. Es lo que hace al huevo altamente nutritivo con baja cantidad de calorías (Instituto de Estudios del Huevo , 2007).

Tabla 1. Composición del huevo entero, yema y clara

Componente	69 g. Huevo entero	19 g. Yema	39 g. de Clara
Agua (g)	38,9	9,8	34,3
Energía (kcal)	84,6	67,1	19,1
Proteína (g)	6,6	3,1	4,3
H. de carbono (g)	0,35	0,006	0,27
Lípidos (g)	6,3	6,1	0,08
Ácidos grasos saturados (g)	1,7	1,8	0
Ácidos grasos mono insaturados (g)	2,6	2,5	0
Ácidos grasos poliinsaturados (g)	0,94	1	0
Ácido oleico (g)	2,3	2,2	0
Colesterol (mg)	214	239	0
Colina (mg)	316,2	316,2	0
Vitaminas			
Vitamina A (ug)	118	168	0
Retinol (ug)	117	167	0
Carotenoides (ug)	5,2	5,5	0
Vitamina B1 (mg)	0,06	0,06	0,01
Vitamina B2 (mg)	0,19	0,08	0,12
Vitamina B3 (mg)	1,7	0,8	1,3

Componente	69 g. Huevo entero	19 g. Yema	39 g. de Clara
Vitamina B5 (mg)	0,94	0,7	0,05
Vitamina B9 (mg)	26,7	30,2	3,6
Vitamina B12 (mg)	1,1	0,38	0,04
Vitamina C (mg)	0	0	0,12
Vitamina D (ug)	0,94	1,1	0
Vitamina E (mg)	0,99	1	0
Minerales			
Calcio (mg)	29,3	26,6	4,3
Fósforo (mg)	113	112	8,2
Hierro (mg)	1,1	1,4	0,08
Yodo (ug)	6,6	2,3	2,7
Zinc (mg)	1	0,72	0,01
Magnesio (mg)	6,3	3	4,7
Sodio (mg)	75,2	9,7	66,3
Potasio (mg)	76,7	26,2	60,1
Manganeso (mg)	0,04	0,02	0,02
Selenio (ug)	5,2	3,6	2,1

Fuente: Ortega , López , & Requejo ,(2004)

Elaborado por: Parra E, (2017)

El huevo de gallina es catalogado como uno de los mejores alimentos en contenido alto de proteína que se utiliza para la alimentación de las personas, para mantener una dieta equilibrada (Pascual & Calderon , 2000). Esto nos indica que son ideales para la dieta de los deportistas en su alimentación diaria.

Una de las mejores opciones para “Los sustitutos de los huevos son ovoproductos líquidos, refrigerados o congelados, formulados para sustituir al huevo entero” (Gil & Ruiz, 2010, pág. 92).

Las equivalencias en cantidad de los ovoproductos dependiendo su cantidad la encontramos en la siguiente tabla:

Tabla 2. Equivalencia de los ovoproductos

EQUIVALENCIAS DE LOS OVOPRODUCTOS (aproximadamente, en función del tamaño del huevo)
1 huevo entero en polvo pesa 12 gramos
1 kg de huevo entero en polvo contiene unos 83 huevos
1 kg de huevo entero líquido contiene 20 huevos
1 clara de huevo en polvo pesa 4 gramos
Para 1 kg de clara de huevo en polvo hacen falta 250 huevos
Para 1 kg de clara de huevo líquida hacen falta unos 30 huevos
1 yema de huevo en polvo pesa 8 gramos
Para 1 kg de yema de huevo en polvo hacen falta unos 125 huevos
Para 1 kg de yema de huevo líquida hacen falta unos 60 huevos

Fuente: Instituto de Estudios del Huevo ,(2007)

El producto de claras líquidas pasteurizadas se obtiene cuando se separa de la cascara y yema, también se lo somete al proceso de pasteurización (Instituto de Estudios del Huevo , 2007). La empresa venderá este tipo de producto a los deportistas para su suplementación diaria.

Se considera como suplementos a los productos que ayudan a aumentar el potencial en las personas que practican deporte, se los puede considerar también como medicamentos. Estos productos se anuncian indicando sus beneficios de potenciar el rendimiento (Frontera , Herring , Micheli , & Silver , 2008).

Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

La innovación en el producto se muestra con la pasteurización del mismo para eliminar los microorganismos e incorporando el envase para el fácil consumo de las claras.

La salmonella es dañina para las personas. La bacteria es poco resistente en dosis altas de sal, luz y tratamiento térmico. Es la culpable de infecciones por consumo de alimentos (Instituto de Estudios del Huevo, 2004).

Por esta razón “La pasteurización es obligatoria en todos los países. Garantiza la eliminación de los microorganismos patógenos que pueden encontrarse en el huevo, principalmente de la Salmonella enteritis” (Gil & Ruiz, 2010, pág. 90).

Uno de los beneficios de la pasteurización de las claras de huevo líquido es mantenerla libre de bacterias como la salmonella, la cual es la responsable de enfermedades en los humanos con mucha frecuencia (Instituto de Estudios del Huevo, 2004).

Entre los beneficios de los ovoproductos tenemos que son versátiles, facilita su manejo, ahorra tiempo en la ruptura del huevo, seguros para consumir y su vida útil es más larga (Instituto de Estudios del Huevo, 2007). Esto ayudara a las personas a facilitar el uso del producto optimizando su tiempo y necesidades.

Según Gil & Ruiz (2010),” Los tipos de envases comprenden desde bolsas hasta envases de plásticos o de acero inoxidable de gran capacidad” (p.90). El envase que se eligió para la comercialización del producto son bolsas doypack con válvula dosificadora el cual será un aspecto innovador a resaltar del producto ofertado.

Tabla 3. Matriz de factores diferenciadores

Producto	Características	Propiedades	Atributos
Claras de huevo pasteurizadas envasadas	-Su textura es viscosa. -Posee un color amarillo claro. -El recipiente es un empaque con dispensador. -La presentación del producto será de 1 litro. -La dimensión del envase será de 25cm*18cm.	Compuesto por: -Claras enteras de huevo de gallina. -Posee muy pocas calorías e hidratos de carbono. -No tiene grasa y colesterol. -Contiene proteína. -Tiene vitaminas como la A, B1, B2, B3, B5, B9; B12 y C. -Aminoácidos esenciales.	-Eliminación de la principal bacteria que contienen los huevos como es la salmonella por medio de la pasteurización. -Empaque funcional con tapa rosca doypack. -Etiqueta con información nutricional y uso recomendado del producto. -EL producto es versátil y fácil para su preparación.

Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: Parra E. (2017)

Definición del mercado

El mercado es un conjunto de personas dispuestas a cubrir sus necesidades para poder satisfacerlas y comparten un mismo fin (Manuera Alemán & Rodríguez Escudero, 2007) .

Qué mercado se va a tocar en general.

El mercado que se va a tocar en general son todas aquellas personas que realizan deporte a nivel de las provincias de Cotopaxi y Tungurahua específicamente de las ciudades de Latacunga y Ambato que se encuentren en el área urbana, siendo hombres y mujeres, en un rango de edad entre los 20-40 años, que su estilo de vida o habito sea el realizar cualquier tipo de deporte, los cuales será potenciales clientes y estarán dispuestos a adquirir nuestro producto

Categorización de sujetos

Tabla 4. Categorización de sujetos

¿Quién compra?	Deportistas
¿Quién usa?	Deportistas
¿Quién decide?	Deportistas
¿Quién influye?	Deportistas

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Estudio de Segmentación

La segmentación de mercados nos ayuda a establecer conjunto de personas o potenciales clientes con características iguales para el análisis de la conducta de los consumidores, ayuda a generar estrategias de marketing (Baena Graciá, 2011).

La segmentación conductual separa a los clientes en agrupaciones de acuerdo con su información, su comportamiento, frecuencia de uso, es un factor fundamental para empezar la segmentación de mercado (Armstrong, Kotler, Merino , Pintado , & José María , 2011).

Tabla 5. Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad:	Fisiológica – Reconocimiento
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

La segmentación geográfica ayuda a diferenciar y establecer un segmento de mercado en distintas zonas geográficas, países, regiones, ciudad entre otras. La empresa establecerá a que área geográfica se dedicará para cubrir las necesidades (Armstrong, Kotler, Merino , Pintado , & José María , 2011).

Tabla 6. Dimensión geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi / Tungurahua
Ciudad	Latacunga / Ambato
Zona	Urbana
Tamaño	251912

Fuente: INEC, (2010)

Elaborado por: Parra E, (2017)

Es aquella que establece por medio de una división del mercado en una serie de grupos tomando en cuenta factores como sexo, edad, nacionalidad, también estudios, se usa la segmentación demográfica para analizar el mercado y cubrirlo adecuadamente (Armstrong, Kotler, Merino , Pintado , & José María , 2011).

Se procedió a realizar la dimensión demográfica partiendo de la variable sexo que se encuentran incluidos hombres y mujeres en la zona urbana de Ambato y Latacunga, posteriormente se escogió la variable edad entre 20-40 años ya que según la OMS dice que es la edad óptima para realizar actividad física de intensidad moderada y vigorosa, dentro de ese rango se puede estructurar masa muscular adecuadamente, también se la eligió porque tendrían la capacidad monetaria de adquirir el producto. Finalmente se escogió el criterio estilo de vida basándose en el porcentaje de personas que practican deporte en la sierra que asciende al 36,40%.

Tabla 7. Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población
Sexo	Hombres – Mujeres (P.Urbana)	251912
Edad	20 – 40 años	82674
Estilo de vida	Deportistas (36,4%)	30093

Fuente: INEC, (2010)

Elaborado por: Parra E, (2017)

Plan de muestreo

La población o universo es el conjunto de personas u cosas que sirve como información para el investigador que tienen un interés o característica específica (Hair , Bush , & Ortinau, 2004).

La población universo para el estudio son los deportistas de las provincias de Cotopaxi y Tungurahua específicamente de las ciudades de Latacunga y Ambato establecidas en la zona urbana, que se encuentran en un rango de 20-40 años de edad y que tienen como estilo de vida o hábito el realizar deporte, suman un total de 30093 personas, el tipo de muestreo a utilizar es no probabilístico.

El muestreo de conveniencia es una herramienta de bajo costo que otras, y ahorra mucho tiempo. Los sujetos para el muestreo son más colaborativos y tratables. (Malhotra, 2004).

Se realizará por medio de la herramienta de formularios google forms, el cual permite realizar encuestas digitales sin ningún costo.

Se procederá a realizar las encuestas a personas que se encuentren en lugares donde se practique deporte como gimnasios, recintos deportivos.

Formula:

n= Muestra estadística

Z= Nivel de confianza (95% - 1,96)

P= Probabilidad de ocurrencia (50% - 0,5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (50% - 0,5)

e= Error estándar (5% - 0,05)

N= Mercado Objetivo – Universo Poblacional

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(30093)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (30093)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{28901,32}{0.9604 + 75,23} = 380 \text{ encuestas}$$

$$= 380 \text{ encuestas}$$

Cuadro de necesidades

Objetivo específico 1: Introducir al mercado de las ciudades de Latacunga y Ambato la industria de ovoproductos.

Tabla 8. Cuadro de necesidades objetivo específico 1

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Población de la zona urbana de los cantones Ambato y Latacunga.	Secundaria	INEC	Servicios agrupados.
Numero de deportistas que pueden acceder al producto.	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Frecuencia de consumo de suplementos alimenticios.	Primaria	Deportistas	Encuesta
Gustos y preferencias de los consumidores.	Primaria	Deportistas	Encuesta
Tipo de deportes que practica el mercado potencial.	Primaria	Deportistas	Encuesta
Diseño y elección del logotipo de la empresa.	Primaria	Deportistas	Observación
Lugares donde compran suplementos alimenticios los deportistas.	Primaria	Deportistas	Encuesta
Promoción y publicidad.	Primaria	Deportistas	Encuesta

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Objetivo específico 2: Determinar precios accesibles para proteínas que ayuden a los deportistas.

Tabla 9. Cuadro de necesidades objetivo específico 2

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Precios de productos sustitutos.	Secundaria	Competencia	Banco de datos de otras organizaciones
Definición de precios en base a costos.	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados
Precio que estaría dispuesto a pagar el potencial consumidor.	Primaria	Deportistas	Encuesta
Método de precios en base a la competencia.	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados
Método de precios en base a los consumidores.	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados
Conocer acerca de los costos fijos y variables.	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados
Costos directos de fabricación y costos indirectos de fabricación.	Secundaria	Estudio Financiero	Sistema de información

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Objetivo específico 3: Reducir el riesgo de fracaso de los nuevos emprendimientos.

Tabla 10. Cuadro de necesidades objetivo específico 3

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Definición análisis del entorno.	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Definición de Administración estratégica.	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Conocer sobre los beneficios de un plan de inversión.	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados
Conocer acerca del comportamiento del consumidor.	Secundaria	Libros	Servicios Agrupados
Selección de personal basado en competencias.	Secundaria	Libros	Servicios agrupados

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Diseño y recolección de información.

Información secundaria

Servicios Agrupados

Necesidad 1: Población de la zona urbana cantones Ambato y Latacunga.

Se tomaron los datos del INEC de la población según grupos de edad por cantón para realizar el respectivo análisis del número de personas que se encuentran en el área urbana de Latacunga y Ambato.

Tabla 11. Población zona urbana

Cantón	Zona	Total
Ambato	Urbano	165.185
Latacunga	Urbano	63.842

Fuente: INEC, (2010)

Elaborado por: Parra E, (2017)

Necesidad 2: Número de deportistas que pueden acceder al producto.

Tabla 12. Porcentaje de población que practica deporte

Practica algún deporte	Sierra	Costa	Amazonia	Total
Si	1594567	1262735	166007	3023309
Porcentaje	36,40%	26,50%	40%	31,60%
Total	1594567	1262735	166007	3023309

Fuente: INEC, (2009)

Elaborado por: Parra E, (2017)

Según el INEC el porcentaje que practica algún tipo de deporte en la región Sierra es del 36,40% de la población. Este dato nos ayudara a determinar en el estudio de segmentación el número de personas que practican deporte en las ciudades de Ambato y Latacunga.

Necesidad 3: Método precios en base a costos.

Existe un número alto de empresas que determinan sus precios por márgenes. Es indispensable hacer una serie de cálculos que asegure el alcance de resultados positivos se obtiene que el precio unitario es igual a costo unitario más el margen de utilidad, tienen como principio los costos (Rodríguez Ardura , y otros, 2006).

Necesidad 4: Método de precio en base a la competencia

Se determina los precios en base a la competencia cuando se toma como punto de referencia el precio de la competencia, los precios podrían estar sobre, por debajo o igual que los competidores, dependiendo de la posición que haya adoptado cada empresa ya sea retadora o seguidora (Rodríguez Ardura , y otros, 2006).

Necesidad 5: Método basado en la demanda

Ciertas empresas optan por determinar sus precios en relación a la demanda, recolectan información acerca de cuánto estaría dispuesto a pagar los consumidores, se recolecta información por medio de herramientas de información primaria como encuestas y pruebas piloto (Rodríguez Ardura , y otros, 2006).

Necesidad 6: Conocer acerca de los costos fijos y variables

Los costos fijos son importantes como por ejemplo el alquiler, sueldos y servicios básicos son constantes y muy poco variables con relación a las ventas. Los costos variables son los que de acuerdo a las ventas y cantidad de producción como las materias primas (Jiménez Lemus , 2010).

Necesidad 7: Análisis del entorno

Para la creación de un negocio se debe analizar ciertos factores que influyen en la situación actual. Para poder saber pronosticar aspectos relacionados con el presente, pasado y futuro de una sociedad. Se debe analizar los factores externos de la empresa los cuales no puede controlar, se debe hacer un análisis de los factores

políticos, económicos, sociales y políticos (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez , 2012).

Necesidad 8: Administración estratégica

Los encargados de direccionar la empresa tienen que pensar estratégicamente ya que el mundo está en un constante cambio, la globalización que influye en los cambios de conductas en las personas y empresas. Por medio de la aplicación de la administración estratégica se busca maximizar la rentabilidad, y aumentar la eficiencia de los recursos de la empresa (Torres Hernández , 2014).

Necesidad 9: Conocer sobre los beneficios de un plan de inversión.

El plan de inversión es la planificación que se hace con un monto determinado y se le asigna varios factores que lo conformaran, y si será de ayuda para las personas, este tiene como finalidad medir la rentabilidad de tal forma que garantice cubrir necesidades siendo segura y factible (Baca Urbina , 2010).

Necesidad 10: Conocer acerca del comportamiento del consumidor

El comportamiento de los consumidores son principios básicos del marketing para establecer estrategias comerciales, ya que los consumidores tienen una conducta variable, hay que tener información adecuada para establecer estrategias y como está estructurado las necesidades del cliente, el comportamiento del consumidor se estudia desde varios aspectos como lo económico, psicológica, sociología y antropología (Rivas & Grande , 2013).

Necesidad 11: Gestión por competencias

Se la considera como una práctica buena dentro de las organizaciones, este modelo por competencias permite seleccionar, medir y desarrollar a los empleados con lo que la empresa necesita para alcanzar sus objetivos institucionales. (Alles, 2016).

Banco de datos de otras organizaciones

Necesidad 1: Precios de productos sustitutos.

Tabla 13. Productos sustitutos

Descripción	Precio
Iso Win Whey protein isolate 1 libra (suero de leche)	\$ 27,50
Carne Bolic 1,85 libras (Concentrado de carne)	\$ 43,85
Whey Protein 2 libras (suero de leche)	\$ 69,30
Bebida a base de proteína sabor a frutas 946 ml	\$ 51,75
Protein Isolate (Proteína aislada de trigo)	\$ 42,11

Fuente: NaturalVitality, (s.f)

Elaborado por: Parra E, (2017)

Los precios de los productos sustitutos se los obtuvieron de la empresa NaturalVitality, teniendo como referencia los precios de los tipos de proteína que tienen y cuál es su valor de venta al público.

Necesidad 3: Costo de la materia prima

Tabla 14. Costo de materia prima

Empresa	Precio
Avícola Brazales	\$2,70
Avícola Valeria	\$2,70

Fuente: Anexos

Elaborado por: Parra E, (2017)

Se obtuvo el precio de la materia prima por medio de proformas que se solicitó a las avícolas ubicadas en el cantón Latacunga y ellos indicaron que el precio de la cubeta de huevos medianos se encuentra a \$2,70.

Sistema de Información

Necesidad: Costos directos de fabricación y costos indirectos de fabricación

Se los obtuvo después de realizar el análisis financiero para determinar cuáles son los costos directos de fabricación, así como también los costos indirectos que tiene la elaboración del producto.

Tabla 15. Costos directos e indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO
Producto 1: Claras de huevo envasadas pasteurizadas			
Huevos Enteros de Gallina	Cubetas	3000	\$ 2,70
Envases doy pack	Envase	3000	\$ 0,38
Servicios Básicos	Agua-Luz	1	\$ 200,00
Mano de Obra directa	Operario	1	\$ 494,50
Técnico de calidad	Empleado	1	\$ 580,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Parra E, (2017)

Análisis e Interpretación

Información Primaria

Encuesta

La edad promedio de los encuestados es de 25 años de edad, la muestra total ascendió a 380 encuestados en total en las dos ciudades se procedió a dar un porcentaje por ciudad, distribuidos de la siguiente manera: deportistas de la ciudad de Latacunga el 40% de encuestados, es decir se realizaron alrededor de 152 encuestas, y la ciudad de Ambato con el 60 % en donde se realizó 228 encuestas.

Los deportistas se encontraron en establecimientos deportivos en su gran mayoría en gimnasios, y en menor proporción en recintos deportivos y federaciones deportivas.

Entre los deportes o actividades físicas que más practican las personas de estas ciudades son: fisiculturismo, fitness, gimnasio, rumba terapia, artes marciales, calistenia y crossfit, la mayor parte de encuestados asistía a gimnasios ya que son lugares donde frecuentan gran cantidad de personas a realizar actividad física por salud, bienestar y encontrarse en forma.

Pregunta 1: ¿Consume algún suplemento alimenticio?

Tabla 16. ¿Consume algún suplemento alimenticio?

Opción	# Personas	Porcentaje
SI	277	73%
NO	103	27%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)



Figura 2. ¿Consume algún suplemento alimenticio?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: El 73% de las personas encuestadas si consumen alguna clase de suplemento alimenticio en sus dietas diarias, mientras que un 27% no lo hacen.

Interpretación: Estos valores nos indican que una gran cantidad de personas que hacen deporte si consumen algún tipo de suplementos alimenticios en sus dietas, mientras que los que no consumen complementos nutricionales es porque no los necesitan ya que cubren sus necesidades nutricionales o porque no es de su agrado comprar este tipo de productos.

Pregunta 2: ¿Con que frecuencia compra suplementos alimenticios?

Tabla 17. ¿Con que frecuencia compra suplementos alimenticios?

Opciones	# Personas	Porcentaje
Diario	32	12%
Semanal	70	25%
Mensual	118	42%
Semestral	41	15%
Anual	16	6%
Total	277	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

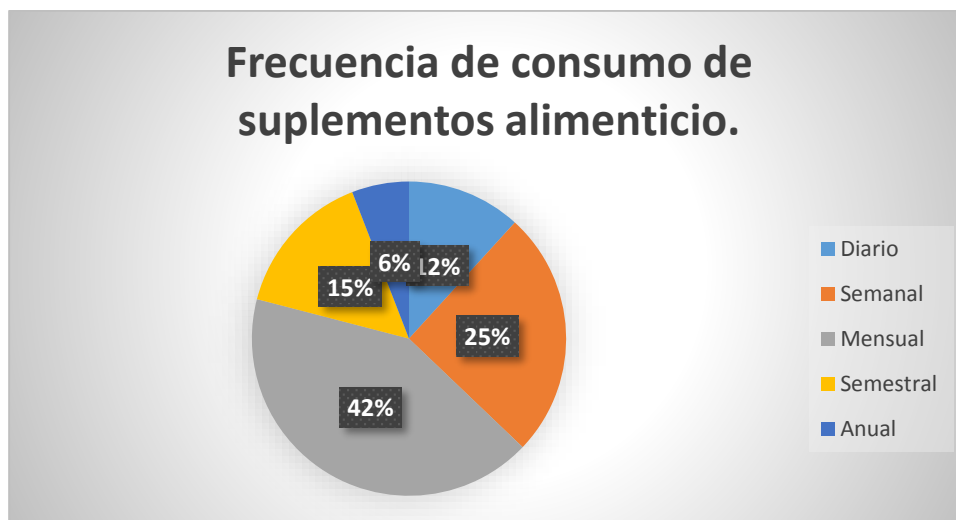


Figura 3. ¿Con que frecuencia compra suplementos alimenticios?

Elaborado por: Parra E. (2017)

Fuente: Encuesta

Análisis: La frecuencia de consumo de productos alimenticios es del 42% al mes es la mayor frecuencia de consumo por parte de los encuestados, le sigue el 25% semanal, mientras que el 15% lo hacen semestralmente, el 12% lo hacen diariamente y tan solo un 6% consume productos alimenticios en el periodo de un año

Interpretación: La frecuencia de mayor consumo de suplementos es mensual, posteriormente la segunda es semanal, esto nos ayuda a observar el consumo por parte de los deportistas y para analizar cuál es el comportamiento de compra.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de alimentos que contiene proteína consume?

Tabla 18. ¿Qué tipo de alimentos que contiene proteína consume?

Opciones	# Personas	Porcentaje
Leche	195	51%
Carne	246	65%
Huevos	352	93%
Pollo	305	80%
Pescado	198	52%
Pescado	198	52%
Granos	154	41%
Total	380	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

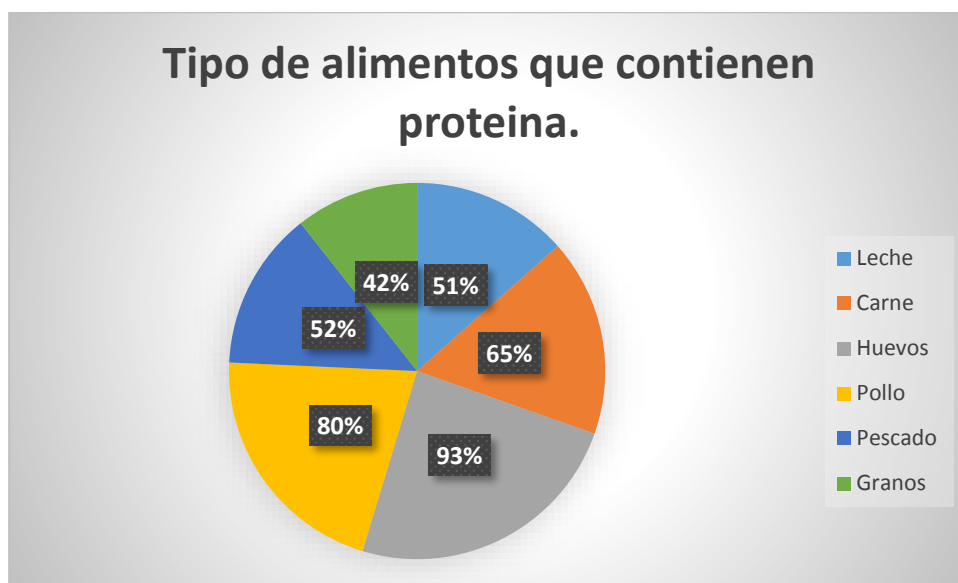


Figura 4. ¿Qué tipo de alimentos que contiene proteína consume?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: El alimento que contiene proteína que más se consume son los huevos de gallina con el 93% de aceptación, el pollo es otro producto que contiene proteína que más se consume con el 80%, la carne de res es otro de los productos que se consumen con mayor frecuencia por parte de las personas con un 65%, el pescado con 52%, la leche el 51% y los granos con 41%.

Interpretación: El consumo de huevos de gallina es fundamental para nuestro estudio y este asciende el 93% de los encuestados consumen este producto por sus características como la proteína y su accesibilidad, después se encuentra la carne de pollo y res con gran aceptación porque son indispensables en las dietas.

Pregunta 4: ¿Consume usted Huevos?

Tabla 19. ¿Consume usted Huevos?

Opciones	# Personas	Porcentaje
SI	352	93%
NO	28	7%
Total	374	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)



Figura 5. ¿Consume usted Huevos?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis. El 93% si consume huevos enteros de gallina, mientras que el 7% no lo hace.

Interpretación: Un 93% de las personas encuestadas si consumen huevos enteros por diversas razones las cuales son, por su dieta diaria, son altamente nutritivos, contiene muchas vitaminas, aportan energía y son una fuente indispensable de proteína estas son las razones más comunes que manifestaron las personas, mientras que un 7% no lo consumen ya que no es de su agrado o desconocen su utilidad.

Pregunta 5: ¿En qué tipo de presentación consume usted los huevos?

Tabla 20. ¿En qué tipo de presentación consume usted los huevos?

Opciones	# Personas	Porcentaje
Cubetas de 12 u	107	30%
Cubetas de 24 u	79	22%
Cubetas de 30 u	166	48%
Total	352	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

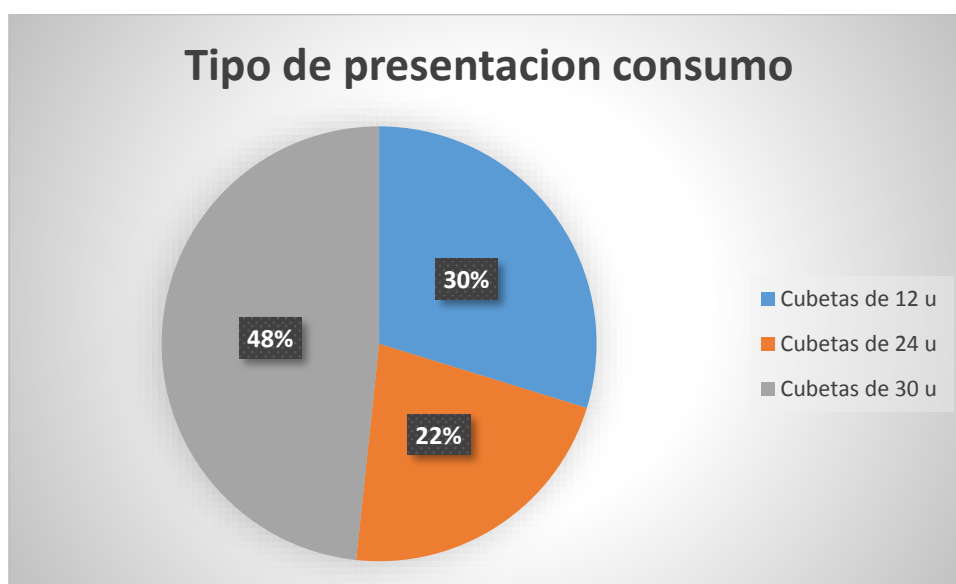


Figura 6. ¿En qué tipo de presentación consume usted los huevos?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: La cubeta de 30 unidades es la más consumida con un porcentaje que asciende a 48%, mientras que las cubetas de 12 unidades un 30% la consumen y el 22% compran las cubetas de 24 unidades de huevo.

Interpretación: El tipo de presentación nos ayudara a determinar qué cantidad de huevos consumen los deportistas, la cubeta de 30 unidades es la que más adquieren ya que cubre sus necesidades nutricionales ya que el consumo de huevos en deportistas es alto al ser una fuente de proteína económica y accesible.

Pregunta 6: ¿Cuándo consume huevos, lo hace?:

Tabla 21. ¿Cuándo consume huevos, lo hace?:

Opciones	# Personas	Porcentaje
Entero	201	57%
Solo clara	151	43%
Solo yema	0	0%
Total	346	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)



Figura 7. ¿Cuándo consume huevos, lo hace?:

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: Los deportistas dijeron que consumen los huevos un 57% enteros ya que aportan los nutrientes necesarios que ellos necesitan, y un 43% lo hacen solo las claras ya que prefieren consumirlo y aprovecharlo mejor así.

Interpretación: La forma de ingerir el producto es importante ya que indica como los deportistas consumen los huevos enteros de gallina, y estos lo hacen de manera entera, pero existe un gran consumo de solo claras de huevo ya que indican que la albumina contiene gran cantidad de proteína que los deportistas necesitan para cubrir sus necesidades nutricionales diarias.

Pregunta 7: Sabía usted que las claras de huevo sirven para:

Tabla 22. Sabía usted que las claras de huevo sirven para:

Opción	# Personas	Porcentaje
Posee muy pocas calorías	227	64%
Ganar masa muscular	345	98%
Mineralización de los huesos	128	36%
Sensación de saciedad	301	86%
No sabia	36	10%
Total	352	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

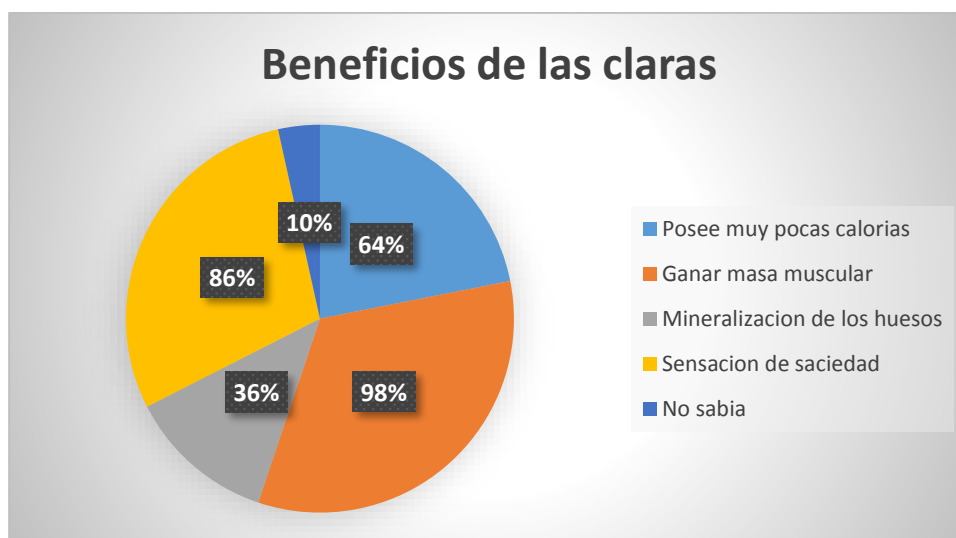


Figura 8. Sabía usted que las claras de huevo sirven para:

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: Dentro de los beneficios y atributos que tiene las claras de huevo el más conocido es el de ganar masa muscular con el 98%, en segundo lugar, la sensación de saciedad es otro atributo conocido con el 86%, en tercer lugar, posee muy pocas calorías aproximadamente con el 64%, después se encuentra el beneficio de mineralización de los huesos con 36% y en al final las personas que no sabían los beneficios que se aporta con 10%.

Interpretación: Esta información es de gran ayuda porque el beneficio que más sobresale y que se potenciara es el de ganar masa muscular ya que la mayoría de los encuestados la conocen.

Pregunta 8: ¿Le gustaría consumir claras de huevo pasteurizadas envasadas?

Tabla 23. ¿Le gustaría consumir claras de huevo pasteurizadas envasadas?

Opciones	# Personas	Porcentaje
SI	229	65%
NO	123	35%
Total	352	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

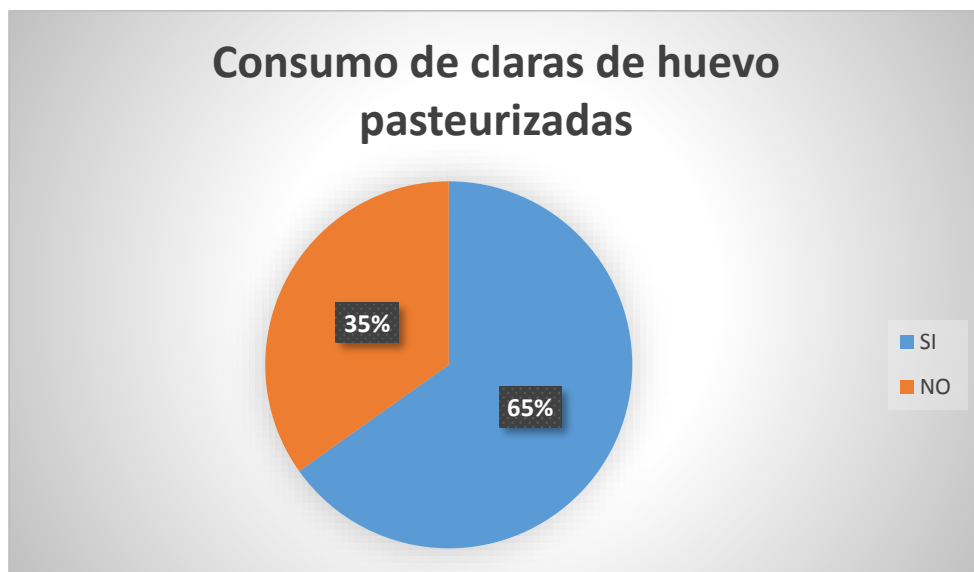


Figura 9. ¿Le gustaría consumir claras de huevo pasteurizadas envasadas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: Un 65% de las personas encuestadas estarían dispuestas a consumir claras de huevo pasteurizadas lo cual es muy alentador, y un 35% no le agrada la idea.

Interpretación: Las personas que si estarían dispuestas a consumir el producto ayudaran a determinar la demanda por la aceptación que tendrá el producto brindando sus beneficios, mientras que las que no lo consumirían serian descartadas en el estudio y una de las razones por las cuales no lo ingerirían es porque no es de su agrado.

Pregunta 9: ¿En dónde le gustaría adquirir este producto?

Tabla 24. ¿En dónde le gustaría adquirir este producto?

Opciones	# Personas	Porcentaje
Tienda de barrio	28	12%
Tienda virtual	39	17%
Supermercados	127	56%
Gimnasios	35	15%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

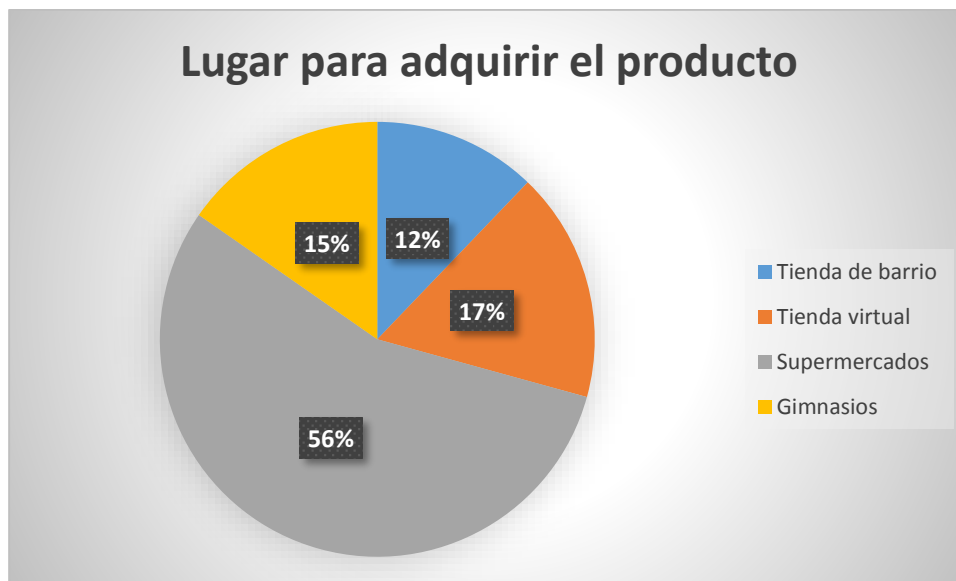


Figura 10. ¿En dónde le gustaría adquirir este producto?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: Los deportistas por conveniencia de sitio y por facilidad le gustaría adquirir este producto en los supermercados con una aceptación del 56%, mientras que un 17% lo adquirirían en tiendas virtuales, el 12% en tiendas de barrio y finalmente el 15% en gimnasios.

Interpretación: La mayor parte de encuestados prefieren adquirir sus productos en los supermercados alrededor de un 55% lo cual nos ayuda a determinar nuestro canal de distribución a usar para mayor accesibilidad de los consumidores.

Pregunta 10: ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

Tabla 25. ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

Opciones	# Personas	Porcentaje
Televisión	66	29%
Radio	35	15%
Redes sociales	114	50%
Prensa escrita	14	6%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)



Figura 11. ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: El medio de comunicación de mayor preferencia para los encuestados fueron las redes sociales con el 50% de aceptación, la televisión es otra de las opciones con el 29% de preferencia, mientras que el 15% prefiere la radio y tan solo el 6% la prensa escrita.

Interpretación: Los medios de comunicación de preferencia de los encuestados son las redes sociales en una gran mayoría ya que existe una manera más fácil y versátil de interactuar con los consumidores, ellos indicaron que el Facebook, twitter e Instagram son de su preferencia, esta información ayudara a establecer el plan de medios y presupuesto en promoción y publicidad.

Pregunta 11: ¿En qué horario usted accede a los medios de comunicación en el día?

Tabla 26. ¿En qué horario usted accede a los medios de comunicación en el día?

Opciones	# Personas	Porcentaje
Mañana	65	28%
Tarde	23	10%
Noche	141	62%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)



Figura 12. ¿En qué horario usted accede a los medios de comunicación en el día?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Interpretación: Las personas acceden a los medios de comunicación en la noche con mayor preferencia el 62% que accede en las noches, en la mañana el 10% de las personas y el 28% en el horario de la tarde.

Interpretación: Esta información nos ayudará a determinar los horarios de promocionar nuestro producto y generar estrategias para atraer a los clientes potenciales, la mayoría de las personas acceden a los medios de comunicación en la noche por la disponibilidad de tiempo en las personas.

Pregunta 12: ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un litro de claras de huevo pasteurizadas envasadas?

Tabla 27. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un litro de claras de huevo pasteurizadas envasadas?

Opciones	# Personas	Porcentaje
\$ 4-6	131	57%
\$ 6-8	65	28%
\$ 8-10	33	15%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)



Figura 13. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un litro de claras de huevo pasteurizadas envasadas?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E. (2017)

Análisis: El 57 % de los encuestados estarían dispuestos a pagar un valor entre 4-6 dólares por adquirir claras de huevo pasteurizadas envasadas, el 28% estarían dispuestos a pagar alrededor de 6-8 dólares por el producto y el 15% de los encuestados podría pagar la cantidad de 8-10 dólares.

Interpretación: Los datos obtenidos en esta pregunta en específico nos ayudaran para realizar el respectivo análisis de precios, que indican que el consumidor se inclina por pagar el valor más bajo que es de \$ 4-6, con un porcentaje del 57% de los encuestados.

La información adquirida mediante la encuesta a deportistas fue de gran ayuda para observar el comportamiento del futuro consumidor y para saber datos relevantes sobre el plan de negocio desarrollado.

Observación

Por medio del instrumento de levantamiento de información primaria como es la observación realizada a deportistas se procedió a elegir el logotipo que identificara a la empresa, se obtuvieron los siguientes resultados: el 57% prefiere el logotipo 3, posteriormente el 32% se inclinó por el logotipo 2 y tan solo un 11% se identificó con el logotipo 1, los cuales se pueden mirar en los anexos.

El logotipo elegido nos ayudó a determinar cuál será la imagen de la empresa con la cual se identificará a lo largo del tiempo, se eligió el logotipo 3 ya que fue del agrado de las personas y se sintieron identificados con el logo que es un huevo roto que se encuentra haciendo ejercicio levantando unas pesas, sus colores llamativos y su tipografía fueron del agrado de los deportistas.

Demanda Potencial

La demanda está compuesta por aquellas personas que están dispuestas a comprar un producto o servicio a un precio que está establecido mediante los productores en unidades monetarias (Mejía , Álvarez , & Fernández, 2005).

Al no contar con datos históricos del consumo de huevo liquido en el país se procedió a establecer la demanda por datos obtenidos de la encuesta con la pregunta de aceptación del producto específicamente con los que si consumirían es decir el 65% aplicándolo al último dato de la segmentación que es 30093 se obtiene el valor de 19560 personas, posteriormente se la relaciona con el consumo per cápita de huevos en Ecuador que según Conave es de 140 huevos, esto se lo convirtió a litros de clara de huevo teniendo en cuenta que para un litro de claras se necesita 30 huevos, entonces se obtiene que 5 litros de clara liquida es el consumo per cápita.

Tabla 28. Frecuencia de consumo

Opciones	Porcentaje	Mercado O
Si	65%	19560
No	35%	10533
Total	100%	30093

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E, (2017)

Una vez realizado el cálculo del mercado objetivo se procede a multiplicarlo por el valor del consumo per cápita que son 5 litros de clara liquida para obtener la cantidad de producto que se consume por los deportistas anualmente, se procede a proyectar la demanda en productos para el año 2016 mediante la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,5% según el INEC se proyectó los siguientes cinco años con este indicador.

Tabla 29. Demanda

Año	Demanda
2016	91282
2017	92651
2018	94041
2019	95452
2020	96883
2021	98337

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E, (2017)

Análisis del macro y micro ambiente

Análisis del micro ambiente

Tabla 30. Matriz de ponderación de Porter

Factores	Impacto	Ponderación
Amenazas de nuevos competidores.	Alto	0,4
Poder de negociación de proveedores.	Bajo	0,1
Rivalidad de la competencia en el mercado.	Bajo	0,1
Poder de negociación de los clientes.	Bajo	0,1
Amenaza de sustitutos.	Medio	0,3
Total		1

Elaborado por: Parra E, (2017)

Se procedió a dar una ponderación a los diferentes factores de las fuerzas de Porter dentro del rango de 0-1, siendo 0 menos importantes y acercándose a 1 de mayor importancia de acuerdo al peso que tiene cada una dentro del análisis, la sumatoria de todos los factores siempre dará uno.

Amenaza de nuevos competidores

Las avícolas podrían empezar a producir ovoproductos como claras de huevo envasadas pasteurizadas en supermercados, también el ingreso de ovoproductos importados, otra de las amenazas de nuevos competidores para la empresa serán productos sustitutos que contienen proteína y brindan beneficios similares al de las claras de huevo, la amenaza más grande sería por parte de las avícolas ya que disponen de la materia prima en un volumen elevado.

Poder de Negociación Proveedores

El poder de negociación por parte de los proveedores sería extremadamente bajo, ya que existen muchas avícolas en el centro del país que por su producción elevada y alta competitividad en precios de los huevos enteros de gallina hace que las avícolas tengan que vender su producto a un precio bajo y nuestra empresa se beneficiara al momento de escoger los proveedores de la materia prima.

Rivalidad de la Competencia en el Mercado

En la actualidad existe una sola empresa que realiza y elabora huevo líquido pasteurizado en el Ecuador, pero sus segmentos de mercado son totalmente distintos como: panaderías, pastelerías, hoteles, empresas de salsas y mayonesa.

Esta empresa no incursiona en el segmento de deportistas y su distribución es al por mayor en volúmenes altos de producto y trabajan solamente bajo pedido, la empresa se encuentra ubicada en el sector de Quito-Sangolqui.

Poder de Negociación con los clientes

Al ser el único productor de claras de huevo pasteurizadas envasadas con la comercialización del producto en las ciudades de Ambato y Latacunga los potenciales clientes que tienen como estilo de vida realizar deporte no tendrían poder de negociación ya que ellos en ninguna parte del país encontrarían el producto, y tendrían que elegir opciones más costosas.

Amenaza de sustitutos

Los sustitutos más cercanos que tenemos son aquellos que contienen proteína en cantidades considerables como: proteína aislada de leche, proteína de soya, proteína de carne, y suplementos deportivos los cuales cumplen con los requerimientos y beneficios para los deportistas, serán una amenaza para el producto ofertado.

Análisis del macro ambiente

Tabla 31. Matriz EFI

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total ponderado
Fortalezas			
Elaboración de productos a base de proteína de alto valor biológico.	0,2	4	0,8
Maquinaria e infraestructura adecuada para la producción.	0,1	3	0,3
Clima y localización óptima de la planta	0,075	3	0,225
Manejo adecuado de recursos financieros	0,1	4	0,4
Proceso riguroso de control y eliminación de bacterias del producto.	0,05	3	0,15
Total de oportunidades	0,525		1,875
Debilidades			
Ser una empresa nueva en el mercado	0,2	1	0,2
No estar posicionada en las ciudades de Ambato y Latacunga.	0,1	1	0,1
Usar un canal de distribución medio es decir por medio de supermercados.	0,05	2	0,1
No contar con la capacitación adecuada para el mantenimiento de la maquinaria.	0,05	2	0,1
La vida útil del producto es muy corta.	0,075	2	0,15
Total amenazas	0,475		0,65
Total	1		2,53

Elaborado por: Parra E, (2017)

Esta matriz nos indica que la empresa está respondiendo bien ante las debilidades que tiene sabiendo aprovechar las fortalezas dentro de su mercado, con un 2,53 sobre el promedio que es 2,5 que es aceptable dentro del análisis.

Tabla 32. Matriz EFE

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total ponderado
Oportunidades			
Ser una empresa nueva en el mercado de ovoproductos	0,3	4	1,2
Precio de la materia prima accesible	0,1	3	0,3
Venta del producto en supermercados	0,05	3	0,15
Desarrollar suplementos alimenticios a base de claras de huevo para deportistas	0,075	4	0,3
Apoyo del gobierno para nuevos emprendedores con créditos.	0,025	2	0,05
Total de oportunidades	0,55		2
Amenazas			
Productos sustitutos a base de proteína	0,2	1	0,2
Tasas altas de interés en entidades financieras.	0,075	2	0,15
Nueva línea de productos de avícolas existentes	0,1	2	0,2
Impuestos elevados para empresarios	0,025	2	0,05
Importación de ovoproductos desde Colombia.	0,05	2	0,1
Total de Amenazas	0,45	2	0,7
Total	1		2,7

Elaborado por: Parra E, (2017)

La matriz de evaluación de factores externos nos ayudó a identificar que la empresa está respondiendo de excelente forma ante las oportunidades que se le presentan, aprovechando de manera favorable las oportunidades con estrategias adecuadas, con un valor de 2,7 sobre el promedio de 2,5, se está respondiendo adecuadamente ante las amenazas.

Tabla 33. Matriz de perfil competitivo

Factores críticos para el éxito	Peso	OvoFit S.A		Ovoson	
		Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso ponderado
Posición Financiera	0,145	1	0,145	3	0,435
Calidad del producto	0,006	4	0,24	4	0,24
Participación en el mercado	0,1	1	0,1	4	0,4
Maquinaria adecuada para el proceso	0,08	4	0,32	3	0,24
Competitividad en precios	0,0045	3	0,135	3	0,135
Implementación de procesos	0,0025	4	0,1	2	0,05
Producción a escala	0,0075	3	0,225	3	0,225
Vida útil del producto	0,1	3	0,3	3	0,3
Desarrollo de suplementos alimenticios	0,2	4	0,8	2	0,4
Diversificación de productos	0,065	3	0,195	2	0,13
Lealtad del cliente	0,035	2	0,07	3	0,105
Control de calidad adecuado	0,07	3	0,21	3	0,21
Total	1		2,84		2,87

Elaborado por: Parra E, (2017)

La empresa está respondiendo de manera satisfactoria ante la competencia dentro del análisis de diferentes factores, existen diferencias mínimas con la competencia ya que la empresa obtuvo un 2,87 en relación de Ovosan que tiene el 2,84, con el tiempo se reducirá esta brecha y la empresa Ovosan será más competitiva.

Proyección de la oferta.

Se dice que la oferta está determinada por la cantidad monetaria y en unidades de bienes o servicios que los productores pueden satisfacer al mercado a un determinado precio establecido previamente (Mejia , Álvarez , & Fernández, 2005)

La empresa Ovosan elabora alrededor de 16000 kilogramos de huevo líquido al mes, los cuales vende a empresas que son sus clientes y las abastece con sus productos (Maldonado , 2015).

La oferta se la obtuvo mediante los datos adquiridos por parte de la empresa Ovosan en el año 2015 y la producción que ellos tienen mensualmente esta estaba dada en kg de producto, se procedió a convertirla a litros de claras teniendo en cuenta el peso promedio del huevo que es de 60 gr y que un litro de claras líquidas necesita de 30 huevos enteros se obtuvo 106667 litros, posteriormente se aplicó el porcentaje que representa Ambato y Latacunga a nivel nacional que según el INEC es de 4,70% se consiguió la producción anual. Después se proyectó los cinco años siguientes con la inflación que es del 1,12% en el año 2016 según datos obtenidos por parte del Banco Central del Ecuador.

Tabla 34. Proyección de la oferta

Año	Litros Clara
2015	5013
2016	5069
2017	5126
2018	5184
2019	5242
2020	5300
2021	5360

Fuente: Maldonado , (2015)

Elaborado por: Parra E, (2017)

Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha son todas aquellas personas que posiblemente podrían consumir los productos o servicios en un futuro ya que los productores no logran satisfacer las necesidades y requerimientos del mercado (Hernández, 2006).

Se la obtuvo con la demanda restando la oferta para así obtener la demanda en productos, este cálculo fue anual, mensual y diario, nos ayudará a determinar la cantidad de productos que la empresa podrá satisfacer de acuerdo a la capacidad de producción, así cubriendo las necesidades de los deportistas.

Tabla 35. Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DPI	DPI MENSUAL	DPI DIA
2016	91282	5069	86213	7184	239
2017	92651	5126	87525	7294	243
2018	94041	5184	88857	7405	247
2019	95452	5242	90210	7517	251
2020	96883	5300	91583	7632	254
2021	98337	5360	92977	7748	258

Fuente: Tabla N° 29 y 34

Elaborado por: Parra E, (2017)

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

La campaña publicitaria se obtuvo mediante el instrumento de levantamiento de información primaria como son las encuestas, en estas se establecieron las preferencias de los potenciales consumidores con mayor aceptación por las redes sociales principalmente el Facebook, como segunda opción el Twitter y no menos importante el Instagram, ya que por su manera versátil y ágil es mejor acceder a la información de las promociones y descuentos que realiza la empresa, también con menor aceptación la televisión local.

Plan de medios

Con la estructuración del plan de medios se pretende dar a conocer en las ciudades de Ambato y Latacunga la marca, imagen y producto de la empresa para lograr posicionarnos en el menor tiempo posible. El impacto de la utilización de medios de comunicación será para el segmento de deportistas, en una edad que comprende los 20 a 40 años, siendo hombres y mujeres.

Se pretende comunicar a los deportistas los beneficios y atributos que tendrán al consumir claras líquidas en sus dietas diarias.

Se escogió los medios más idóneos para transmitir la publicidad y promociones a nuestros potenciales clientes por medio de la encuesta realizada, los medios de comunicación que fueron de preferencia de los deportistas fueron las redes sociales con un alto grado de aceptación entre ellas Facebook, Twitter e Instagram, también con menor aceptación la Tv local como Unimax TV. Los horarios en los que se realizará la publicidad y propaganda será en las noches y los encargados de promocionar en las redes sociales serán el gerente y vendedor.

Tabla 36. Plan y presupuesto de medios

			Calendario													
Medio	Programa	Horario	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Costo mensual	Costo total
Televisión	Noticiero Unimax tv	19h00-19h30													\$ 500,00	\$ 2.000,00
Facebook	Fan- page	20h00-21h00													\$ -	\$ -
Twitter	Twitter for bussines	22h00-23h00													\$ -	\$ -
Instagram	Instagram	19h00-20h00													\$ -	\$ -
			Total												\$ 500,00	\$ 2.000,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Parra E, (2017)

Plan de marketing

Producto

Tabla 37. Descripción del nombre y logo de la empresa

Nombre de la empresa:	OVOFIT
Slogan:	Proteína para tus músculos.
Colores:	Café, naranja Naranja: Este es un color cálido el cual transmite muchas emociones, diversión y energía, significa para algunas personas aventura y correr riesgos.
Justificación de los colores:	Café: Es un color neutro y cálido que puede estimular el apetito en las personas y se encuentra con mucha frecuencia en la naturaleza, también genera confianza. Es la silueta de un huevo roto en la mitad el cual se encuentra levantando unas pesas por medio de unos brazos que se visualizan en la figura, es la combinación de los beneficios de las claras de huevo con el deporte, y en la parte superior se encuentra el nombre de la empresa contrastando los colores del gráfico, los colores están de forma de degradado que es una mezcla de ellos.
Diseño:	

Elaborado por: Parra E, (2017)



Figura 14. Logotipo

Elaborado por: Parra E, (2017)

Envasado (doy pack) y etiqueta

El envase es de tipo doypack con válvula laminado con una capa de polietileno el cual conserva mejor el producto y mantiene sus características, posee una tapa rosca que le da mayor versatilidad, constara en una impresión de 4 tintas, en el empaque se detalla en la parte principal el nombre de la empresa, tipo de producto, contenido. En la parte posterior se encuentra el semáforo nutricional, datos básicos como notificación sanitaria, ingredientes, ubicación de la planta, tabla nutricional entre otros.



Figura 15. Envase doypack vista anterior

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)



Figura 16. Envase doypack vista posterior

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Precio

Análisis de precios basado en costos

Después de determinar el análisis de costos de producción, administrativo, ventas y financieros que incurren en la elaboración de claras de huevo más el margen de utilidad que se espera que es del 12%, el precio de venta al público es de \$5 dólares por unidad, todos estos datos se encuentran en el capítulo financiero.

Análisis de precios basado en la competencia

Se realizó el análisis de precios en base a la competencia que tiene la empresa, la única compañía en el país que oferta ovoproductos es Ovosan ubicada en la provincia de Pichincha, cantón Quito, sector Sangolqui, ellos disponen de una presentación casi similar de 750 ml a \$4,75 y la venden para uso en repostería este tipo de presentación.

Análisis de precios basado en los consumidores

Mediante la información que se obtuvo en la encuesta realizada a los deportistas ellos escogieron el precio más bajo, ya que ese sería el precio que estarían dispuestos a pagar por el producto, con una aceptación del 57% de las personas encuestadas podrían pagar alrededor de \$4-6 dólares por recibir el beneficio de las claras de huevo líquidas, determinar el precio en base a la percepción de los clientes no es una opción viable ya que casi siempre se elige el valor más bajo.

Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

Los canales de distribución se encuentran estructurados por la vía o mecanismo que se utiliza para entregar los bienes o servicios al consumidor final, en este se encuentran incluidos las empresas o personas que realizan actividades a lo largo del proceso (Miquel , Parra, Lhermie , & Miquel , 2008).

El canal de distribución que se utilizara es un canal medio el cual está compuesto por un intermediario quien se encargara de entregar el producto al consumidor final, los intermediarios o detallistas son los supermercados que se encuentran en las ciudades de Ambato y Latacunga ,se eligió el canal en base a la encuesta realizada ya que marca claramente la tendencia de los clientes en adquirir el producto en los supermercados de su preferencia, este canal se encuentra estructurado de la siguiente manera: Productor industrial – Detallista – Consumidor final.



Figura 17. Canal de distribución

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Seguimiento de Clientes

Para realizar un adecuado seguimiento del cliente después de la venta hay que medir la satisfacción del cliente con el producto o servicio adquirido, por esta razón la empresa debe poseer información sobre los clientes, para ofrecer un producto de calidad (Guardoño Ligeró , 2013).

El seguimiento al cliente se hará cada año con una encuesta de satisfacción para saber lo que la empresa necesita mejorar y poder adecuarlo a los procesos, según sean las especificaciones y recomendaciones de los clientes.

También por medio de E-mails se enviarán promociones e información acerca de la empresa para dar a conocer nuestros productos que ofertamos y mantener informados a los clientes sobre descuentos y productos nuevos.

Especificar mercados alternativos.

Como mercado alternativo nuestra estrategia será ofertar nuestro producto a empresas dedicadas a elaborar salsas, hoteles y también a empresas de repostería, que son segmentos totalmente distintos al nuestro, los cuales requieren para la elaboración de sus productos huevo líquido pasteurizado y claras de huevo en grandes cantidades, brindándoles un producto versátil y de calidad.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

Descripción del proceso

Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

- Se receipta las cubetas de huevo entero de gallina provenientes de las avícolas.
- Transportar y almacenar por medio de coches con ruedas, las cubetas de huevos a la bodega de materia prima.
- Seleccionar los huevos que se encuentran en mal estado, sucios, con rastros de sangre o alguna deficiencia.
- Limpieza y sanitización de los huevos en agua clorada, y secado para su posterior ruptura.
- Cascado o ruptura de los huevos de manera manual, un empleado puede romper alrededor de 30 huevos por minuto, todo depende de la capacidad del operario.
- Filtrar residuos que se encuentren dentro del huevo líquido como cascaras, membranas entre otras.
- Pasteurización de las claras de huevo a una temperatura de 64-65°C por alrededor de 4 minutos.
- Enfriado de claras liquidas de huevo a una temperatura de 4°C por un tiempo aproximado de 4 minutos para su posterior envasado.
- Se procede a envasar la mezcla de claras de huevo liquidas en recipientes doypack, con la utilización de la máquina para líquidos viscosos, se envasa alrededor de 10-40 envases por minuto dependiendo el operario.

- Se procede a almacenar en los cuartos fríos el producto terminado en gavetas robustas a una temperatura de 4°C.

Mapa de procesos

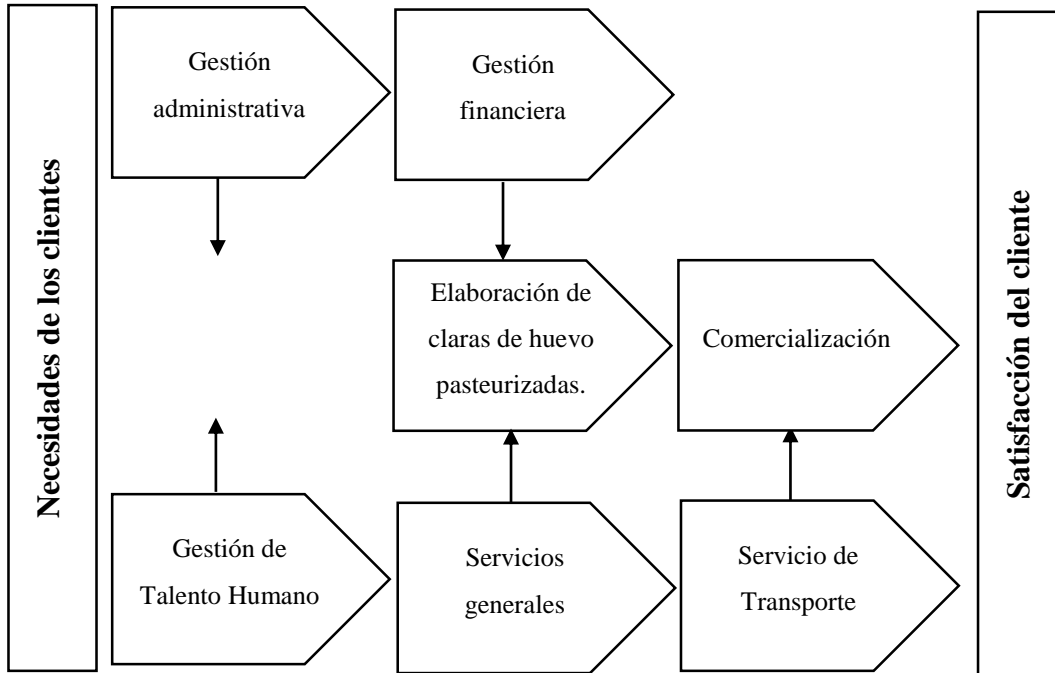


Figura 18. Mapa de procesos

Elaborado por: Parra E, (2017)

Flujograma de proceso de elaboración de claras de huevo pasteurizadas envasadas

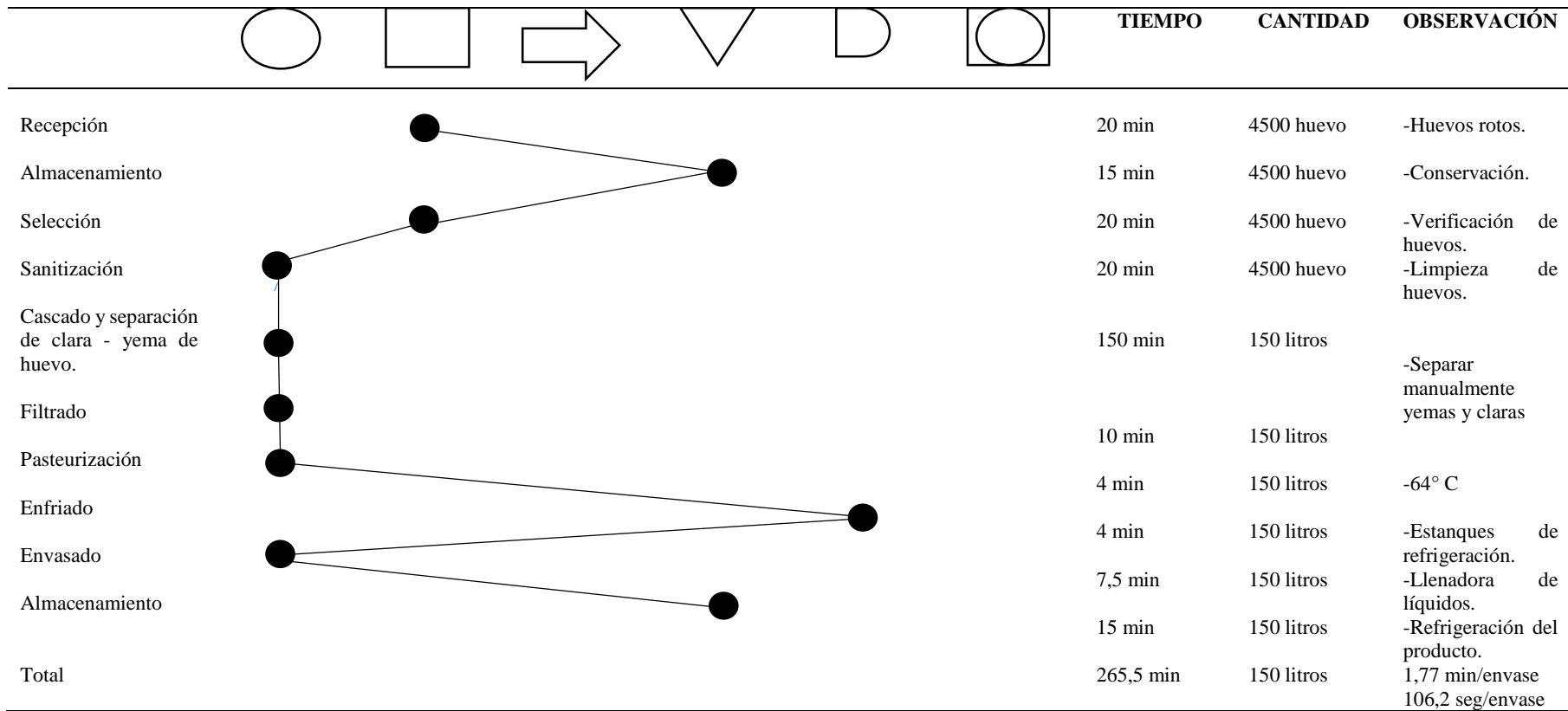









Figura 19. Flujograma de procesos

Elaborado por: Parra E, (2017)

Símbolo	Representa
	Operaciones , fase de proceso
	Inspección y medición
	Operación de inspección
	Transporte y movimiento
	Demora indica retraso
	Decisión o tomar una elección
	Almacenamiento o deposito

Descripción de instalaciones, equipos y personas.

La distribución de la planta se encontrará descrita a continuación, por medio de un plano en donde se encuentran todos los espacios físicos que ocuparan las instalaciones de la empresa, cada una de las áreas que posee la institución y como estará estructurada, la dimensión de la planta es de 400 m², se encuentra en un plano a escala 1:100.

Las instalaciones que utilizará la empresa será arrendado y se realizará pequeñas adecuaciones que hacen falta en el local, esta planta ya cuenta con cuarto frio el cual es ideal para el almacenamiento del producto terminado, la ubicación de la planta está al sur de la ciudad en el sector de Salache a la salida de la ciudad de Latacunga cerca de la Panamericana Sur.

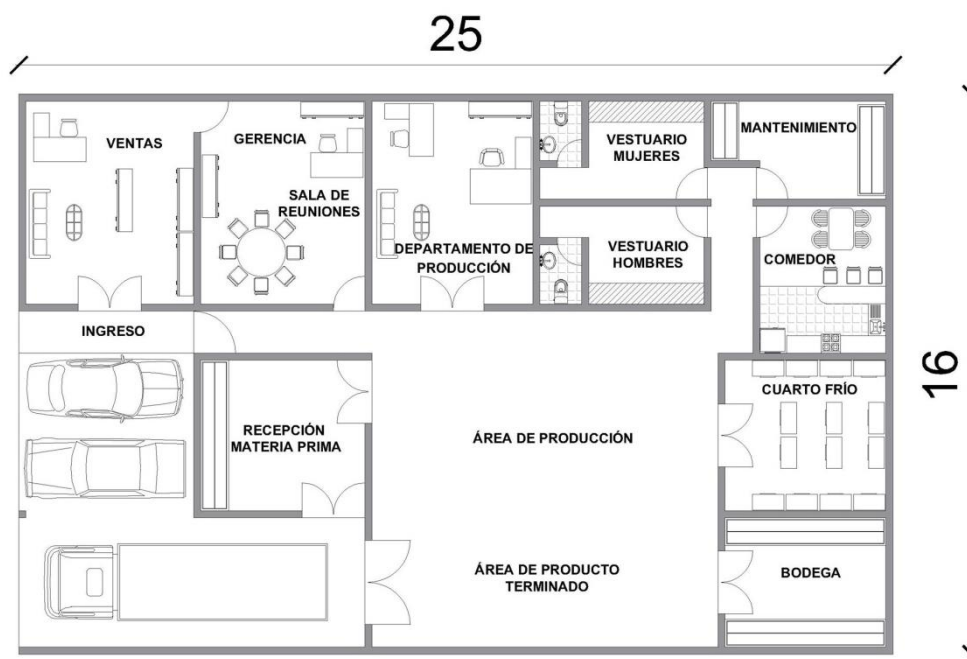


Figura 20. Distribución de la planta

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Según el autor (Baca Urbina , 2010),se tiene que analizar diferentes variables de las maquinarias y equipos para determinar una serie de información necesaria como proveedor , precio, capacidad, operario por proceso, espacio que ocupa el equipo y costos que genera.

A continuación, se detalla toda la maquinaria y equipo necesario para el proceso de elaboración de claras de huevo envasadas en todas sus etapas.

Tabla 38. Equipos y maquinaria

Actividad	Equipo	Velocidad Nominal	Especificaciones Técnicas	Costo
Separación de claras y yemas de huevo.	Máquina de casado de huevos.	1800 huevos/hora	Construcción de maquina en Acero Inox AISI 304-430 ,inclinación separación 30°, dimensiones 200cm*60cm*100 cm.	\$1700
Pasteurización de claras de huevo.	Marmita autovolcable	150 litros	Marmita autovolcable para cocción de un volumen de 250 ltrs, elaborada en acero inox AISI 304-430, motor reductor de baja revolución de ¾ H/P, monofásico de	\$4600

Actividad	Equipo	Velocidad Nominal	Especificaciones Técnicas	Costo
Envasado de claras de huevo pasteurizadas.	Double nouzzle liquid filling machine.	10-40 envases/min	110-220 volt, aspa agitadora inox y tapa abatible. Maquina dispensadora o llenado de dos piezas, capacidad de producción de 10-40 botellas/min, volumen de llenado de 100-1000 ml (se puede ajustar), presión de llenado $\leq \pm 1\%$, fuente de alimentación 110/220 volt, peso 30 kg y tamaño de la maquina (L) 1150*(W) 480*(H) 370 mm.	\$1117,40
Separación de claras y yemas de huevo.	Coches cuadrados de acero inox.	150 litros	Construcción de coches cuadrados para almacenar y trasportar claras y yemas de huevo, ruedas de nailon en acero inox AISI 304-430, dimensiones 56*66*92 mm.	\$500
Envasado de claras.	Mesa de trabajo.		Mesa de trabajo en acero inox AISI 304, dimensiones de 150*70 mm.	\$480
Traslado del producto en recepción y almacenado.	Coche plataforma y Vulcan	800 lb	Coche plataforma trasportador con llantas con dimensiones de 35"*24", con agarradera para mover.	\$169,91
Almacenamiento del producto final en cuarto frio.	Kavetas robusta 32CT	45Kg	Capacidad de carga de 45kg, plástico polietileno, color plata, resistente a temperaturas bajas, capacidad de apilamiento de 6 Gavetas.	\$837

Fuente: Anexos

Elaborado por: Parra E, (2017)

Se establecerá las actividades, tiempo, responsables que tendrá a cabo en el área de producción específicamente los operarios incluidos en el proceso.

Tabla 39. Operario por proceso

Actividad	Tiempo	Nº Personas	Horas hombre
Recepción de huevos de gallina	20 min	1	20 min
Almacenamiento de la materia prima	15 min	1	15 min
Selección y verificación de la materia prima en buen estado	20 min	1	20 min
Limpieza o sanitización de los huevos enteros de gallina a inmersión de 60° C, con agua clorada.	20 min	1	20 min
Cascado y separación de claras y yemas de huevo.	150 min	1	150 min
Filtración de claras de huevo a la marmita para poder realizar la pasteurización.	10 min	1	10 min
Pasteurización de claras enteras de huevo.	4 min	1	4 min

Enfriado del producto antes de su envasado a 4° C.	4 min	1	4 min
Envasado de claras de huevo pasteurizadas en empaques doypack.	7,5 min	1	7,5 min
Almacenamiento del producto terminado en el cuarto frio a 4° C.	20 min	1	20 min
Limpieza de las máquinas de cascado, pasteurización y envasado.	40 min	1	40 min
Recolección de desechos y desperdicio de la materia prima.	10 min	1	10 min
Almacenamiento de herramientas de trabajo	15 min	1	15 min
Despacho de producto en bodega	60 min	1	60 min

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Después de establecer las actividades que se realizara en el área de producción y el tiempo que se ocupara será de 395,5 min sobre los 480 min de la jornada laboral para los cuales se necesitará un operario para cumplir con todas las tareas y procesos.

Tecnología a aplicar.

La pasteurización es un mecanismo por el cual se destruyen microorganismos y se deshabilita la flora banal, poniéndolos a un proceso térmico a un determinado tiempo a una temperatura que puede variar, manteniendo las propiedades y características del producto (López Heras & Rodríguez González, 2016).

Los huevos deben romperse después que se haya realizado su limpieza y estén secos. Una vez que se haya separado el contenido del huevo de la cascara, se procede a realizar el proceso de pasteurización del huevo líquido a una temperatura de 64° a 65° C alrededor de 2 a 4 minutos, lo cual asegurara la eliminación generalmente de la Salmonella y manteniendo los atributos de las claras (Instituto de Estudios del Huevo , 2007).

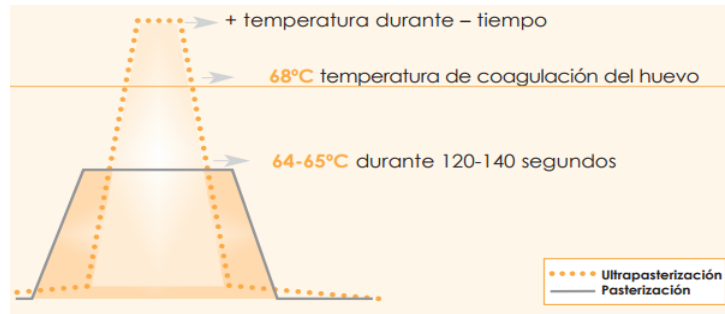


Figura 21. Temperatura de proceso de pasteurización

Fuente: Instituto de Estudios del Huevo ,(2007)

La precisa eliminación de microorganismos de manera eficiente del huevo en estado líquido, permite que la vida útil del producto sea alrededor de 30 días cuando se encuentra en refrigeración (Raventós Santamaria , 2005).

El autor Cervera Fantoni (2003) señala que “Los envases ayudan a garantizar el producto que lleva dentro asegurando su calidad y consumo, como también su tiempo de duración hasta su consumo” (p.32). También cabe mencionar que el empaque mantendrá las características y propiedades del producto por los materiales que está compuesto una capa de aluminio y polietileno.

Según el (Instituto de Estudios del Huevo , 2007), los ovoproductos deben refrigerarse a una determinada temperatura con un envase adecuado para mantenerlos conservados a +4°C.

Factores que afectan el plan de operaciones

Ritmo de producción.

Tabla 40. Ritmo de producción

Actividad	N° Personas	Tiempo Promedio	Tiempo Normal	Ritmo de trabajo.
Recepción de la materia prima	1	20 min	25 min	Normal
Almacenamiento de los huevos de gallina	1	15 min	20 min	Normal
Selección y verificación de materia prima.	1	20 min	25 min	Medio
Sanitización de los huevos enteros de gallina.	1	20 min	25 min	Normal

Ruptura manual y separación de claras de huevo.	1	150 min	225 min	Intenso
Filtración de claras de huevo	1	10 min	12 min	Normal
Pasteurización de claras de huevo líquido.	1	4 min	4 min	Normal
Enfriamiento de claras de huevo.	1	4 min	4 min	Normal
Envasado de claras líquidas	1	7,5 min	15 min	Medio
Almacenamiento en cuarto frío de envases.	1	15 min	20 min	Normal
Almacenamiento de envases en gavetas.	1	15 min	20 min	Medio
Limpieza de marmita.	1	15 min	20 min	Normal

Elaborado por: Parra E, (2017)

El ritmo de producción mensual será de 4500 litros de huevo líquido de los cuales 3000 litros serán claras de huevo y 1500 litros de yemas, esto se harán los 20 días laborables, los empleados van a trabajar las 8 horas reglamentarias diarias, en el área de producción existen 2 empleados los cuales son los encargados de la transformación del producto final.

Nivel de inventario promedio.

Se debe realizar una planificación del inventario el cual se mantendrá en un determinado tiempo, los inventarios serán capaces de cubrir las necesidades y requerimientos de las ventas siendo suficientes (Burruezo García , 2003).

La empresa maneja alrededor de 3000 envases de clara de huevo pasteurizada, con un contenido cada uno de 1 litro es decir 1000 ml, cada mes se elaborará ese número de envases lo cual será una producción constante poco variable y dependiendo del requerimiento de nuestros clientes se puede producir más para lograr satisfacer sus necesidades.

El desperdicio o excedente que son las yemas de huevo se las almacenara en contenedores para venderlas como materia prima.

Número de trabajadores.

La empresa contara con 5 empleados los cuales se encuentra divididos en diferentes áreas de la institución, estará conformada de la siguiente manera: en el área administrativa tendrá un gerente es decir el encargado y responsable de dirigir, controlar y tomar decisiones determinantes dentro de la empresa, también se contara con un contador el cual trabajara por honorarios y realizara ciertas actividades como declaraciones, contabilización de cuentas y balances será un apoyo para la gerencia. En el área de producción se contara con dos empleados los cuales están conformados por un técnico de producción siendo un Ingeniero en alimentos que será el responsable del control de la calidad y procesos que se realizan para obtener el producto final garantizando que las claras de huevo cumplan con los requisitos y características inocuas para su distribución y consumo final, también verificara los lotes defectuosos y realizar un seguimiento al producto en todo su proceso de transformación, elaborar los manuales de procesos, responsable de herramientas, verificar y hacer seguimiento de los controles ambientales, también se contara con un operario el cual se encargara de realizar la ejecución de la maquinaria y cumplimiento de procesos para la obtención del producto final es decir las claras de huevo pasteurizadas envasadas, entre otras funciones que tendrá será realizar el respectivo mantenimiento de la maquinaria, almacenamiento de la materia prima, limpieza de la maquinaria entre otras.

La persona encargada de control de calidad trabajara medio tiempo, ya que estará en la empresa por un número determinado de horas, acudirá a realizar el control respectivo de los procesos y control de la calidad e inocuidad del producto.

El número de empleados en el área de producción puede ser variable ya que si en un determinado momento se necesitará aumentar personal, se podría contratar los servicios de un operario más, incrementando así la capacidad de producción con mira en que la empresa va a seguir creciendo con el paso del tiempo.

El operario será fijo en la empresa ya que será el encargado de realizar los procesos de claras de huevo pasteurizadas envasadas.

En el área de ventas existirá un cargo de vendedor/a el cual realizará contacto con las empresas detallistas para la distribución del producto, se encargará del seguimiento de los clientes, dar a conocer ofertas y promociones, manejar base de datos de clientes y realizar visitas a potenciales clientes.

El servicio de transporte será subcontratado y se trabajará con una empresa que nos proveerá de un vehículo para transporte especial de alimentos con termoking con refrigeración.

Capacidad de producción

Capacidad de Producción Futura.

La empresa aumentara su capacidad de producción en relación con la tasa de crecimiento poblacional que establece el banco central que es el 1,5% cada año para cubrir las necesidades de los potenciales clientes, será progresivo el crecimiento en la producción ya que con el personal existente se puede ir creciendo a ese ritmo.

Tabla 41. Capacidad de producción futura

Año Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
36000	36000	36540	37088	37644	38209

Fuente: Investigador

Elaborado por: Parra E, (2017)

Definición de recursos necesarios para la producción

Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

La materia prima que se utilizará serán huevos enteros de gallina medianos que tengan un peso promedio de 53-63 gramos, los huevos de gallina vendrán de

avícolas que garantizan su producción, las cuales tienen un producto de alta calidad para poder realizar los ovoproductos que ofertará la empresa.

Los proveedores de materia prima estarán ubicados en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi estos son: la Avícola Brazales ubicada sector Aláquez Laigua de Vargas calle principal s/n y Avícola Valeria que se encuentra en Avenida Miguel Iturralde Km 3 San Silvestre-Parroquia San Buenaventura, son las dos empresas que proveerán de materia prima.

El grado de sustitución que puede presentar el producto no es existente ya que está compuesto básicamente por claras de huevo de gallina y sería difícil sustituirlos para la elaboración de los productos terminados que la empresa tiene.

Calidad

La calidad se la interpreta como una expresión que tiene características como la gestión en la fabricación de un producto o servicio por medio de una cultura que permite optimizar las actividades por medio de un control adecuado (Álvarez , Álvarez , & Bullón , 2006)

Método de Control de Calidad.

 OVO FIT						
Hoja de control de calidad						
Hoja de control N°:			Producto a controlar:			
Fecha:		Sector donde proviene la muestra:				
Medida específica	Medición 1	Medición 2	Medición 3	Operario		Instrumento Utilizado
				Firma	Aclaración	
Firma (Jefe control de calidad)			Firma (Responsable sector donde viene la muestra)			

Figura 22. Hoja de control

Elaborado por: Parra E, (2017)

Se la conoce como espina de pez, facilita encontrar las causas y efectos de una problemática, y existe una relación en representación por medio de un gráfico, ayuda a observar mejor el problema (Miranda González , Chamorro Mera, & Rubio Lacoba , 2007).

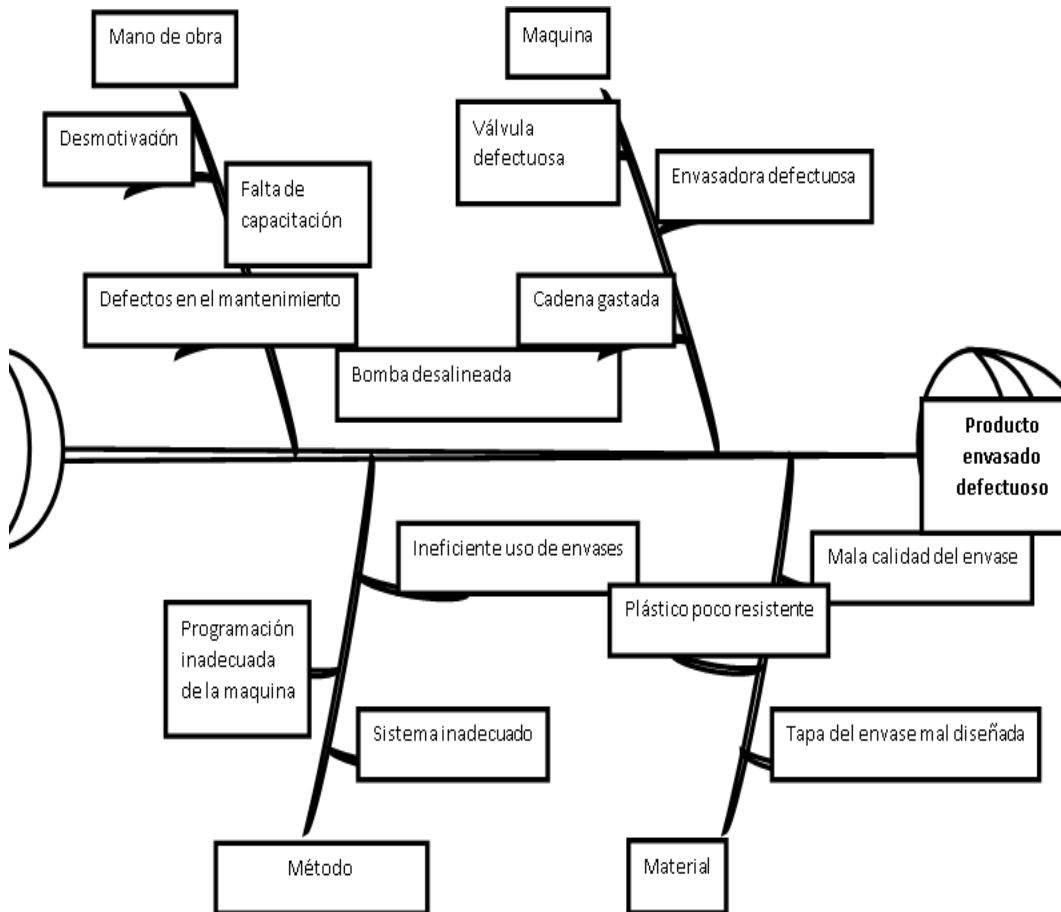


Figura 23. Diagrama causa-efecto

Elaborado por: Parra E, (2017)

Normativas y permisos que afectan su instalación.

- Proveer un lugar de trabajo seguro y saludable para nuestros empleados al implementar y mantener sistemas que prevengan los riesgos en nuestras actividades.
- Cumplir con las políticas de la empresa, el Sistema de Salud y Seguridad, los procedimientos y todas las leyes establecidas.

- Mantener las vías de comunicación abiertas con nuestros clientes internos y externos recibiendo toda clase de sugerencia.
- Desarrollar una cultura organizacional de salud y seguridad en la cual los empleados cuiden de su salud, así como de la de los demás y fomentar la idea de disminuir los accidentes dentro del trabajo.
- Proporcionar los recursos y herramientas necesarias para la formación y supervisión asegurando la salud y seguridad de los clientes internos.
- Evaluar y planificar como se va desarrollando los programas de seguridad de los empleados, para poder mantener un ambiente idóneo de trabajo.

Condiciones y requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento control sanitario.

Según el Control Sanitario (s.f.) los requisitos son:

Art. 11.- Todo establecimiento de servicios de atención al público y otros sujetos a vigilancia y control sanitario, para la obtención del Permiso de Funcionamiento, a más de cumplir con los requisitos establecidos en este Reglamento, debe contar al menos con un baño o batería sanitaria equipados con:

- a) Lavamanos.
- b) Inodoro y/o urinario, cuando corresponda.
- c) Dispensador de jabón de pared provisto de jabón líquido.
- d) Dispensador de antiséptico, dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.
- e) Equipos automáticos en funcionamiento o toallas desechables para secado de manos.
- f) Dispensador provisto de papel higiénico.
- g) Basurero con funda plástica.
- h) Provisión permanente de agua, ya sea agua potable, tratada, entubada o conectada a la red pública.
- i) Energía eléctrica.

j) Sistema de alcantarillado o desagües funcionales que permitan el flujo normal del agua hacia la alcantarilla o al colector principal, sin que exista acumulación de agua en pisos, inodoros y lavabos.

k) Sistema de eliminación de desechos conforme a la normativa ambiental aplicable.

Art. 12.- El propietario o representante legal del establecimiento sujeto a vigilancia y control sanitario será responsable de lo siguiente:

a) Que el establecimiento ejecute de manera única y exclusiva la(s) actividad(es) para la(s) que se otorgó el Permiso de Funcionamiento.

b) Cumplir con las normativas vigentes relacionadas al funcionamiento del establecimiento a su cargo; y,

c) Contar con la documentación actualizada relacionada con el establecimiento y su actividad.

Requisitos Huevos y ovoproductos RTE INEN 058 (1R)

Según el INEN (s.f.) los requisitos son:

6. REQUISITOS DEL PRODUCTO

6.1 Huevos frescos de gallina

6.1.1 El huevo fresco de gallina, debe comercializarse según lo establecido en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1973 vigente, de acuerdo a lo siguiente:

a) Por su masa (peso) unitaria.

b) Por su grado de calidad.

6.1.2 Los huevos frescos de gallina deben cumplir con las características físicas especificado en la tabla correspondiente de la NTE INEN 1973 vigente.

6.2 Requisitos microbiológicos

6.2.1 Los huevos frescos y ovoproductos deben cumplir los requisitos microbiológicos establecidos en las tablas correspondientes de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1973 vigente.

7. REQUISITOS DE ROTULADO

7.1 El rotulado de los productos objeto de este documento, deben cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 “Rotulado de productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados”.

7.2 El envase de los huevos líquidos debe ser rotulado con las palabras “Huevo líquido”. 7.3 El envase de los huevos en polvo debe ser rotulado con las palabras “Huevo en polvo”.

7.4 El envase de los huevos refrigerados/congelados/desecados debe ser rotulado con las palabras “Huevo refrigerado/congelado/desecado”.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Análisis estratégico y definición de objetivos

Visión de la Empresa.

La visión de una empresa indica lo que la empresa desea en un determinado tiempo llegar a ser he indica hacia dónde quiere llegar (M Ballvé & Debeljuh, 2006).

Visión: “Al 2021 la empresa OVOFIT S.A será líder, mostrando rentabilidad económica y brindando productos de calidad, además de posicionarse en la zona centro”.

Misión de la Empresa:

La misión es aquella que identifica a la empresa dando una imagen propia de lo que la institución ayuda a las personas y esta permite que la empresa se mantenga en el tiempo (M Ballvé & Debeljuh, 2006).

Misión: “OVOFIT S.A se dedica a desarrollar suplementos alimenticios a base de claras de huevo, con honestidad y trabajo en equipo, para las personas que realizan deporte en la zona centro del país”.

Análisis FODA

El análisis FODA es un instrumento dentro de la gerencia pública y privada, el cual ayuda a realizar un análisis de los factores internos y externos que influyen al momento de llegar a alcanzar los objetivos de la empresa (Zambrano Barrios , 2007).

Para establecer el análisis estratégico de la empresa se determinó sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas considerando parámetros como capacidad directiva, capacidad competitiva para realizar el respectivo análisis de capacidad interna de la empresa, luego se procede a establecer el perfil de amenazas del medio, mediante el análisis de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

Posteriormente se obtiene de manera adecuada los factores tanto internos como externos que influyen en el funcionamiento de la empresa, se procede a estructurar el FODA de la empresa, a continuación se realiza la matriz de vulnerabilidad y la matriz de aprovechabilidad para observar y descartar las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas que no cumplan con los parámetros establecidos, con esto se busca formular una nueva matriz FODA la cual contiene estrictamente las variables necesarias para poder estructurar las estrategias adecuadas.

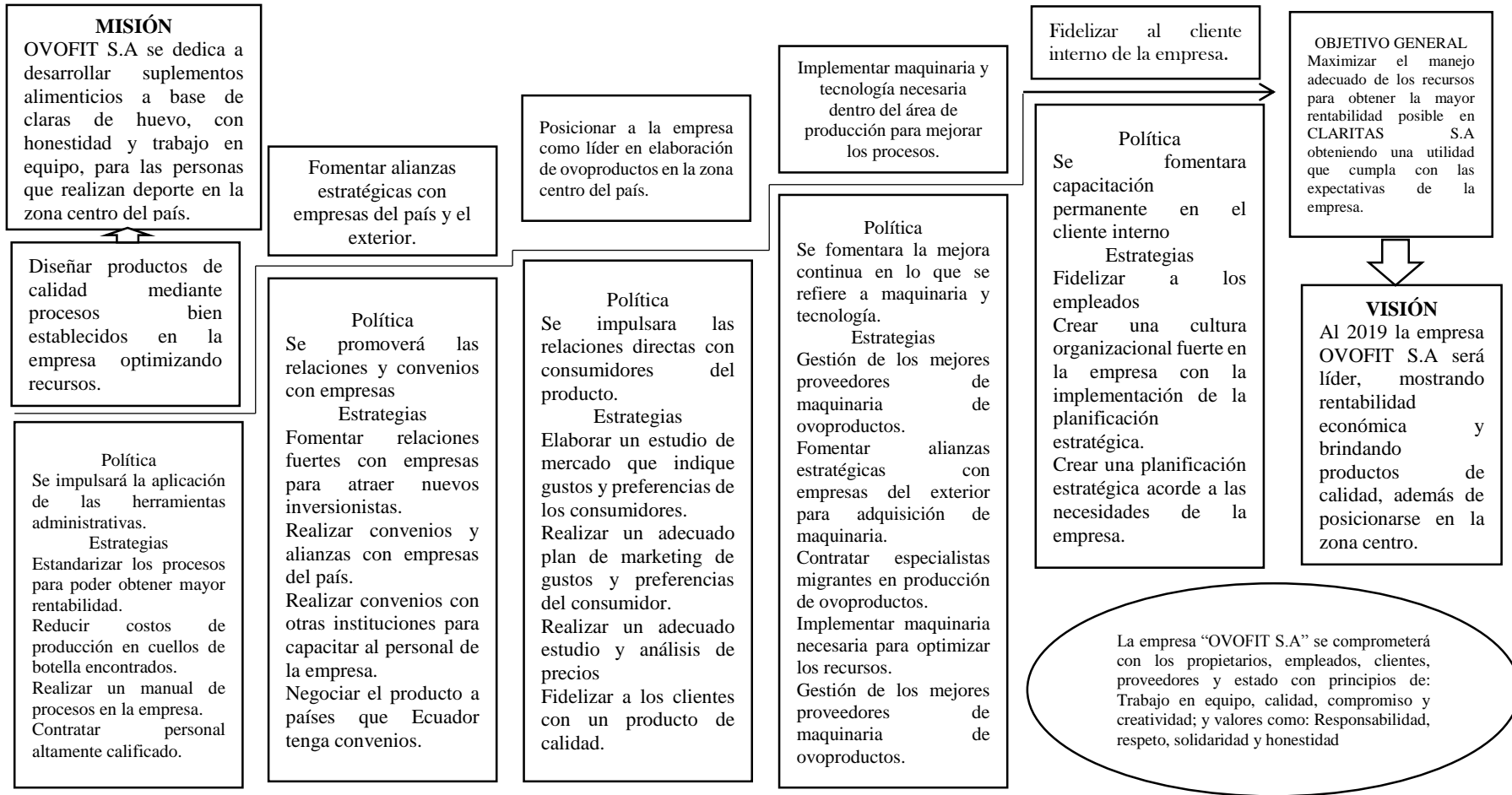
Finalmente se realiza el mapa estratégico en el cual se encuentra incluido el objetivo general, los objetivos específicos y las estrategias que se usaran para conseguir cada uno de los objetivos en su determinado tiempo todos los datos se encuentran en los anexos.

Tabla 42. Matriz FODA

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
POSITIVO	El producto que se oferta es de calidad.	El sector de ovoproductos en el Ecuador es nuevo.
	Se cuenta con personal calificado y motivado.	El cambio de la matriz productiva para adquirir nueva maquinaria.
	La maquinaria y tecnología de la empresa es totalmente nueva en óptimas condiciones.	La economía social y solidaria ayuda a la creación de nuevos emprendimientos.
	Los procesos bien definidos de la empresa optimizan recursos.	Mano de obra de migrantes en Ecuador.
	DEBILIDADES	AMENAZAS
NEGATIVO	No existe una planificación por parte del área estratégica.	Los paradigmas sociales aún siguen siendo un limitante.
	No existen acuerdos con otras instituciones.	La inestabilidad política en el país.
	El precio del producto es elevado.	Falta de tratados de libre comercio con países a nivel mundial.

Elaborado por: Parra E, (2017)

Mapa estratégico



Organización funcional de la empresa

La finalidad de un organigrama en la empresa es definir el número total de empleados que realizarán actividades en la empresa, se indica los puestos del plan de negocios que se propone a la nueva institución (Baca Urbina , 2010).

Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.

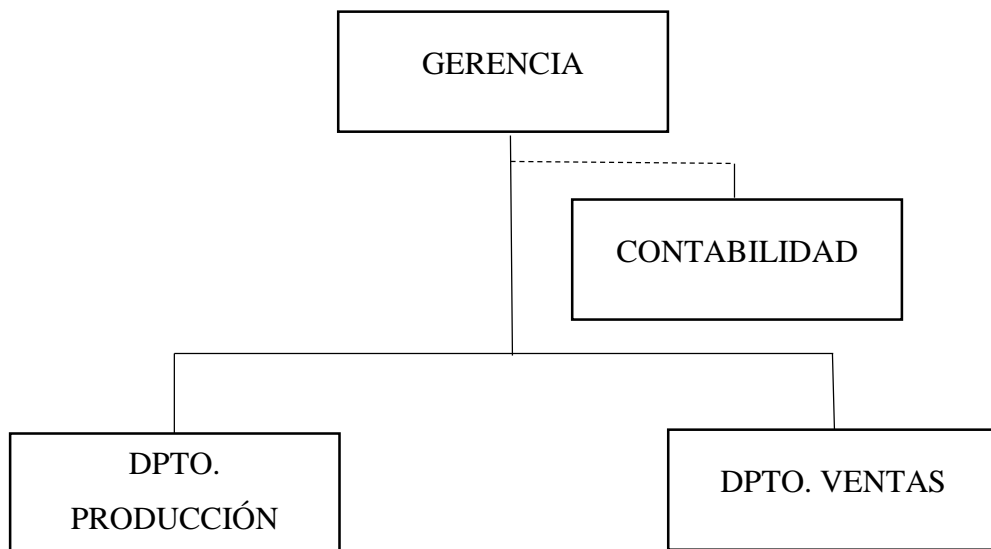
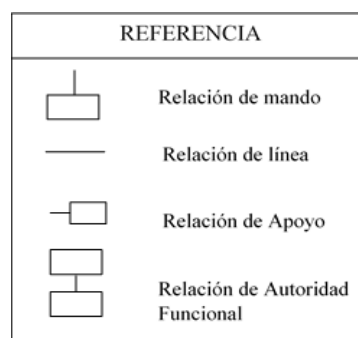


Figura 24. Organigrama estructural

Elaborado por: Parra E, (2017)



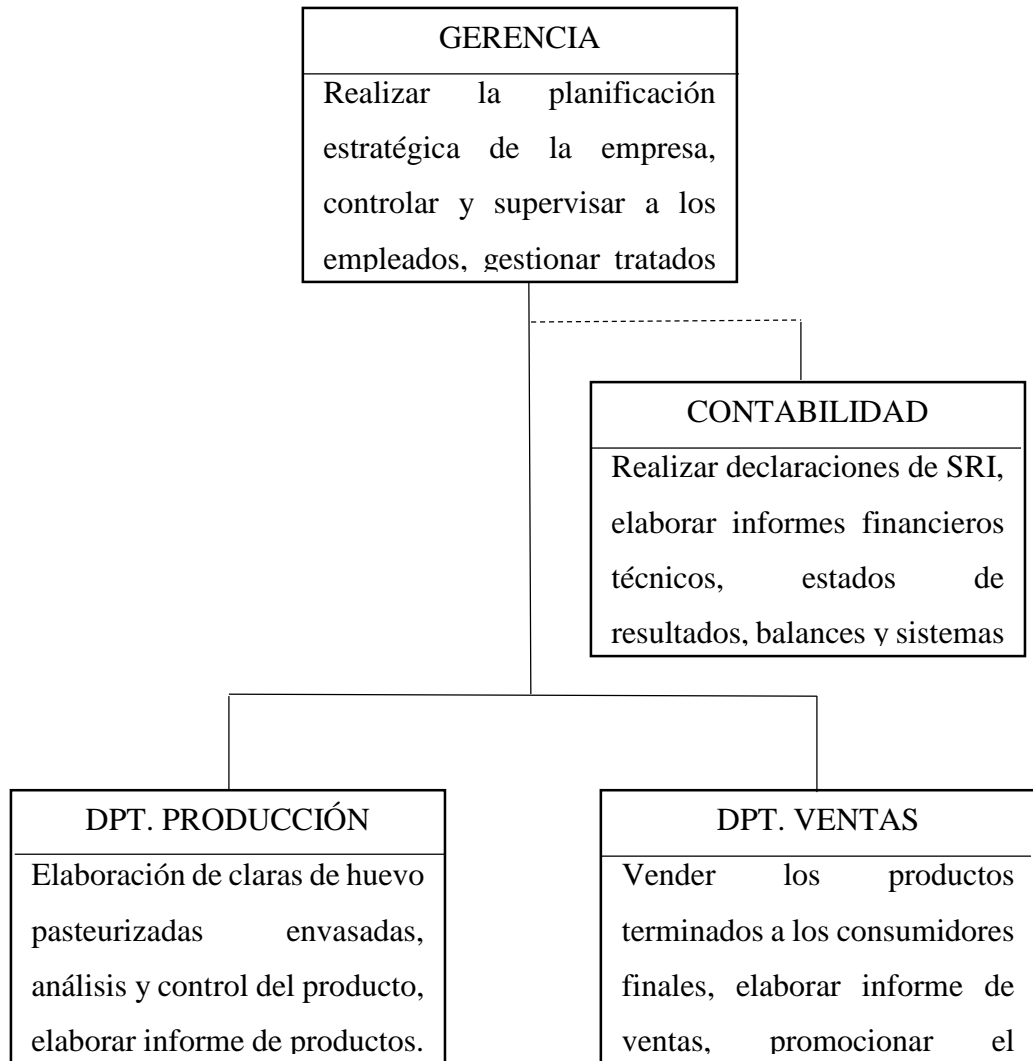
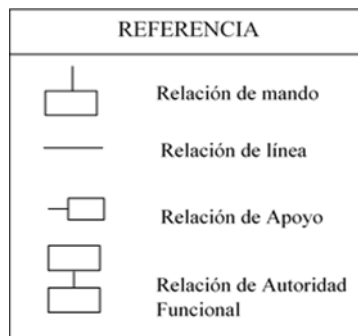


Figura 25. Organigrama funcional

Elaborado por: Parra E, (2017)



Describe brevemente los cargos del organigrama.

A continuación, se describirá por medio de cuadros los cargos y actividades que desempeñaran los empleados en cada área de la empresa

Tabla 43. Descripción cargo gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO:	Gerente
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
SUPERVISA A	Jefe de control de calidad, operario y vendedor.
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Planificar, hacer, verificar y tomar decisiones de la empresa para su óptimo funcionamiento mediante las capacidades y conocimientos que tiene la persona en el cargo.	
III FUNCIONES	
Realizar balances financieros. Elaborar proyección de ventas. Realizar compra de maquinaria. Elaborar presupuesto financiero. Realizar convenios institucionales. Realizar pago a proveedores. Realizar planificación estratégica de la empresa. Elaborar proceso de reclutamiento de personal. Realizar análisis de precios. Supervisar al personal de la empresa. Controlar el cumplimiento de la planificación presupuestaria de la empresa. Analizar y establecer estrategias para evaluar el mercado potencial. Emite y recibe facturas. Ordena y archiva facturas para entregar a contabilidad. Realiza rol de pagos de los empleados. Elabora contrato de los empleados. Realiza pago de servicios básicos. Realizar pedido a proveedores. Realizar promoción y publicidad en las redes sociales. Realizar reuniones con los empleados de la empresa.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero en administración de empresas, Finanzas o Comercial.
EXPERIENCIA	Mínimo 4 años en cargos similares.
HABILIDADES	Trabajo en equipo, toma de decisiones, trabajo bajo presión y liderazgo.
FORMACIÓN	Mínimo de 480 horas en cursos y seminarios.

Elaborado por: Parra E, (2017)

Tabla 44. Descripción puesto contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO:	Contador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Cargo de nivel de complejidad promedio, que ejecuta el proceso de contabilización de las diferentes áreas de la empresa, realiza el registro en los libros diarios generales, realiza los respectivos balances y reportes financieros para tomar decisiones.	
III FUNCIONES	
Realizar las declaraciones del impuesto a la renta.	
Elaborar balances financieros.	
Elaborar presupuesto de producción.	
Realizar pago a proveedores.	
Ordenar facturas de compra y venta.	
Elaborar sistemas contables.	
Elaborar inventario de materia prima.	
Aplicar la normativa del gobierno en proceso contable.	
Realizar el cálculo de viáticos.	
Realizar cálculo de sueldos.	
Aplicar la reglamentación de información financiera.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero/a en contabilidad y auditoría.
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años en cargos similares.
HABILIDADES	Redactar informes técnicos, analizar cuentas, trabajo en equipo.
FORMACIÓN	Mínimo de 380 horas en cursos y seminarios.

Elaborado por: Parra E, (2017)

Tabla 45. Descripción puesto vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO:	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Cargo de nivel de complejidad promedio, que realiza actividades relacionadas a las ventas de productos, seguimiento al cliente, atención al cliente y realiza reportes diarios, semanales, mensuales y anuales de ventas, entre otras funciones que tiene su cargo.	
III FUNCIONES	
Vendedor los productos	
Facturar los productos	
Realizar seguimiento de los clientes.	
Realizar reporte de ventas.	
Realizar base de datos de los clientes.	
Elaborar informes de requerimientos de productos.	
Realizar visitas a empresas detallistas.	
Controlar el stock y disposición del producto.	
Atender diariamente las consultas y requerimientos de los clientes.	
Atender devoluciones o reclamos por mercancías defectuosas.	
Verificación de despacho del producto.	
Realizar inventario de productos terminados.	
Manejar publicidad en redes sociales.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año en cargos similares.
HABILIDADES	Redactar informes, atención al cliente, trabajo en equipo.
FORMACIÓN	Mínimo de 380 horas en cursos y seminarios.

Elaborado por: Parra E, (2017)

Tabla 46. Descripción cargo Técnico de calidad

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO:	Técnico de control de calidad
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	Operario
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Cargo de nivel de complejidad moderado, es el responsable del área del control de calidad en producción en cada uno de los procesos que se establecen, y es el encargado de garantizar la inocuidad y consumo seguro del producto de claras de huevo pasteurizadas envasadas.	
III FUNCIONES	
Coordinar las herramientas de control de calidad.	
Capacitar al personal de la empresa en el tema de control de calidad.	
Realizar informes a gerencia sobre el producto.	
Planificación del presupuesto de control de calidad.	
Realizar evaluaciones a los operarios sobre su desempeño.	
Coordinar con las diferentes áreas de la empresa requerimientos.	
Controlar el proceso de inocuidad del producto.	
Realizar un análisis bioquímico de los lotes de producto cada determinado tiempo.	
Optimizar el rendimiento del recurso humano a su disposición.	
Realizar requisitos de herramientas a gerencia.	
Realizar los procesos y estándares de elaboración de claras de huevo envasadas.	
Garantizar el uso del producto después de los procesos establecidos.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ingeniero en Alimentos/ Ingeniero Industrial.
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años en cargos similares.
HABILIDADES	Redactar informes, trabajo en equipo, honestidad y responsabilidad.
FORMACIÓN	Mínimo de 380 horas en cursos y seminarios.

Elaborado por: Parra E, (2017)

Tabla 47. Descripción cargo operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO:	Operario
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Jefe de control de calidad
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Ejecución de actividades en el área de producción y técnica, ejecución de maquinaria y herramientas, mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos para la producción, también de la infraestructura de la empresa.	
III FUNCIONES	
Recepción de materia prima. Verificación de materia prima en buen estado. Almacenamiento de huevos enteros de gallina en cuarto frío. Limpieza y sanitizado de huevos. Ruptura y separación de claras y yemas de huevo. Filtración de claras de huevo a marmita de cocción. Pasteurización de claras de huevo. Enfriamiento de huevo líquido. Envasado del producto terminado. Almacenamiento del producto final en cuartos fríos. Limpieza de la maquinaria y herramientas. Limpieza del espacio físico usado para trabajo. Recolección de desperdicios o desechos en contenedores. Realizar despachos en bodega de producto terminado. Dar mantenimiento a máquinas y herramientas para la producción. Informar sobre defectos y requerimientos a su jefe inmediato.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Bachiller
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año en cargos similares.
HABILIDADES	Trabajo en equipo, honestidad, fuerza física, responsabilidad.
FORMACIÓN	Mínimo de 380 horas en cursos y seminarios.

Elaborado por: Parra E, (2017)

Control de gestión

El control es una parte de la gestión, ya que tiene que ejecutarse en los niveles de la empresa, el área de control no es la única que aplica políticas y procesos en las áreas determinadas (Pérez-Carballo Veiga , 2013).

Indicadores de gestión

Se debe tener en cuenta que se puede mejorar lo que podemos medir, mediante la manera más óptima para poder medir las situaciones en las que se encuentra la empresa, y saber si existe un beneficio o error de los indicadores aplicados (González Fernández , s.f).

Tabla 48. Indicadores de gestión

Áreas	Indicadores
Estratégica	Nivel de satisfacción de los consumidores
	# Proyectos ejecutados/ total de proyectos programados
	Actividades ejecutadas/ Actividades programadas
	Inversión social ejecutada/ Inversión social programada
	Metas alcanzadas/ Metas planeadas
Ventas	Total de ventas realizadas/ Ventas por horas trabajadas
	Nivel de ventas
	Cartera
	Satisfacción del cliente/ Indicador de reclamos y devoluciones
Producción	Calificación de proveedores
	Productividad en unidades reales
	Productividad por empleado
	Productos terminados/ Productos defectuosos
	Costo de mantenimiento/ Costo de producción
	Confiabilidad de la maquinaria

Elaborado por: Parra E, (2017)

Necesidades de personal

La empresa contara con 5 empleados al inicio de sus actividades y se prevé que para el cuarto año necesite un empleado más en el área de producción ya que subiría la demanda del producto y se necesitara producir más unidades, la elaboración del producto se ve limitada a la capacidad de producción.

Tabla 49. Necesidad de personal

Año	Personal
2016	0
2017	0
2018	0
2019	0
2020	1
2021	0

Fuente: Capacidad de producción futura

Elaborado por: Parra E, (2017)

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

Determinación de la forma jurídica

La sociedad anónima esta conforma por personas que son accionistas, estos poseen acciones de la institución y se convierte en una empresa cuando se realizan las escrituras de constitución (Horngren, Harrison Jr, & Smith Bamber , 2003).

La forma jurídica sociedad anónima fue elegida para la constitución de la empresa OvoFit, es la opción más favorable para crear la empresa ya que se promoverá la atracción de inversionistas que aporten al emprendimiento con capital o bienes para el desarrollo de la empresa, siendo base fundamental de la empresa los accionistas que mediante su participación en acciones aportaran al desarrollo de la empresa.

Patentes y Marcas

Según la Propiedad Intelectual (s.f.) los requisitos para obtener la marca son:

1. Depositar 208 dólares en efectivo, a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en su cuenta corriente del Banco del Pacífico.
2. Ingresar al sitio web del IEPI www.iepi.gob.ec, hacer clic en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.

3. Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
4. Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
5. Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
6. Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
7. Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
8. Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana.

Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series.
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento control sanitario.

Según el Control Sanitario (s.f.) los requisitos son:

Art. 10.- Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá ingresar su solicitud a través del formulario único en el sistema automatizado de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA o de las Direcciones Provinciales de Salud, o quien ejerza sus competencias, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda;
- d) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o documento que lo remplace;
- e) Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda;
- f) Certificado de Salud Ocupacional del personal que labora en el establecimiento;
- g) Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- h) Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos.

RUC - SRI

Según el Sri (s.f.) los requisitos son:

- RUC 01-A, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, (si la sociedad registra más de 5 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI). RUC 01-B se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz

- Original y copia simple de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Únicamente para el caso de Empresas Unipersonales la escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia simple del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas o protocolizado, para el caso de las Empresas Unipersonales y Civiles Comerciales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia legible del documento que identifique la dirección del local matriz y de los establecimientos en donde se desarrolla la actividad.
- Original y copia de la patente municipal para los procesos de inscripción en el RUC (La patente deberá contener el número de identificación del sujeto, razón social del sujeto pasivo, actividad económica, dirección donde desarrolla la actividad económica, periodo de la vigencia de la patente).
- Al ser obligados a llevar contabilidad deben presentar una copia del RUC del contador.
- Remitirse a la hoja de identificación correspondiente a requisitos generales para verificar la identificación del representante legal y la ubicación de la sociedad

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de cuerpo de bomberos.

- Copia pago impuesto predial (MUNICIPIO 2017).
- Copia pago de tasa de bomberos 2017.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia de la cedula de ciudadanía, papeleta de votación.
- Plan de autoprotección y planos con escala (Empresas).
- Copia de uso de suelo 2017.
- Informe favorable de inspección.

Requisitos para obtener la Patente Municipal.

- Copia de un servicio básico.
- Formulario para la declaración de patente.
- Copia de cedula y papeleta.
- Establecer cuanto capital esta empleado en la constitución de la empresa.
- Permiso de uso de suelo.
- Copia del RUC o RISE.

Requisitos para solicitar el uso de suelo

- Solicitud firmada por el propietario, señalando los siguientes datos: Ubicación del comercio, uso actual del suelo o el pretendido (denominación del negocio), clave catastral, superficie construida.
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso.
- Copia de la escritura.

Obtención de notificación sanitaria de alimentos procesados (Fabricación Nacional).

Según el Control Sanitario (s.f.) los requisitos son:

A partir del 21 de diciembre de 2015, por *Resolución ARCSA-DE-067-2015-GGG*, los alimentos procesados requieren Notificación Sanitaria en lugar de Registro Sanitario, para su distribución y comercialización en el Ecuador.

1. La Planta de Alimentos deberá tener Permiso de Funcionamiento Arcsa vigente.
2. Ingresar a VUE para realizar la solicitud.
 1. Registro de Representante Legal o Titular del Producto
 2. Registro del Representante Técnico
3. En el sistema se consignará datos y documentos:

1. Declaración de la norma técnica nacional bajo la cual se elaboró el producto y en caso de no existir la misma se deberá presentar la declaración basada en normativa internacional y si no existiría una norma técnica específica y aplicable para el producto, se aceptarán las especificaciones del fabricante y deberá adjuntar la respectiva justificación sea técnica o científica.
 2. Descripción e interpretación del código de lote.
 3. Diseño de etiqueta o rótulo del o los productos.
 4. Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor.
 5. Descripción general del proceso de elaboración del producto.
 6. En caso de maquila, declaración del titular de la notificación obligatoria.
 7. Para productos orgánicos se presentará la Certificación otorgada por la Autoridad competente correspondiente.
4. El sistema emitirá una orden de pago de acuerdo a la categoría que consta en el Permiso de Funcionamiento otorgado por la Agencia, el cual debe ser acorde al tipo de alimento a notificar.
 5. Después de la emisión de la orden de pago el usuario dispondrá de 5 días laborables para realizar la cancelación, caso contrario será cancelada dicha solicitud de forma definitiva del sistema de notificación sanitaria. El comprobante debe ser enviado a la siguiente dirección: arcsa.facturacion@controlsanitario.gob.ec para la confirmación del pago.
 6. El Arcsa revisará los requisitos en función del Perfil de Riesgo del Alimento, en 5 días laborales.
 1. Riesgo alto: se realizará la revisión documental y técnica (verificación del cumplimiento de acuerdo a la normativa vigente);
 2. Riesgo medio y bajo: se realizará revisión del proceso de elaboración del producto y en caso que no corresponda al producto declarado se cancelará la solicitud; y se realizará una revisión de los ingredientes y aditivos utilizados, verificando que sean permitidos y que no sobrepasen los límites establecidos; el usuario, posterior a la notificación, podrá solicitar la revisión de los documentos ingresados.

7. Una vez realizado el pago, la Agencia podrá emitir observaciones si fuera el caso. Las rectificaciones se deberán hacer en máximo 15 días laborables y únicamente se podrán realizar 2 rectificaciones a la solicitud original, caso contrario se dará de baja dicho proceso.

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

Plan de inversiones

Son todas aquellas adquisiciones para poner en marcha a la empresa, como activos tangibles e intangibles, que son necesarios para iniciar las actividades en la institución (Baca Urbina , 2010).

Tabla 50. Plan de inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Sumatoria
	Instalaciones y remodelaciones		
	Recubrimientos		
8,53 m2	Cerámica Andrés 20x30cm verde (estándar) Pisos	\$ 6,64	\$ 56,63
80 m2	Vinil pavco marmol curuba v/color 1.6mm 30x30	\$ 4,55	\$ 364,00
18m2	Pintura antideslizante Piso (Producción - Terminado)		\$ 216,67
	Obras exteriores		
2	Ranflas para carga y descarga		\$ 134,78
36,63 m2	Adoquines hexagonal vehicular 300 kg/cm2	\$ 8,10	\$ 296,70
32 m2	Bordillos y aceras	\$ 16,00	\$ 512,00
	Instalaciones hidrosanitarias		
2U	Rejilla aluminio 75x50	\$ 5,06	\$ 10,12
6 m	Tubo PVC roscable 1/2 SCH 80X6 M	\$ 5,71	\$ 34,26
1U	Llave de paso compuerta 1" soso cu	\$ 15,71	\$ 15,71
1U	Fregadero acero inoxidable de 80x50 (línea clásica)	\$ 38,08	\$ 38,08
	Muebles		
20U	Estanterías	\$ 8,27	\$ 165,40
	Albañilería		
5,18 m	Mesón de hormigón armado encofrado A=0.5	\$ 17,36	\$ 89,92
	Instalaciones eléctricas		
1	Breaker 2 polos 10 A	\$ 11,75	\$ 11,75
1	Panel monofásico-bifásico 2 espacios	\$ 18,15	\$ 18,15
2	Tomacorriente polarizado 220V-60Hz 15 A	\$ 4,60	\$ 9,20
2	Caja plástica toma blanca 40 mm	\$ 2,10	\$ 4,20
6	Canaleta 20*12 autoadhesiva	\$ 3,05	\$ 18,30
2	Canaleta de piso 60*13 2 MT	\$ 12,66	\$ 25,32
20	Cable solido #10 AWG color negro	\$ 0,64	\$ 12,80
1	Varilla coperweld 5/8*6´	\$ 8,75	\$ 8,75
1	Interruptor puesta en marcha y paro	\$ 10,23	\$ 10,23
15	Cable flexible #12 color verde	\$ 0,21	\$ 3,15
1	Lámpara de emergencia LED 120V-220V	\$ 32,00	\$ 32,00

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Sumatoria
1	Mano de obra	\$ 60,00	\$ 60,00
	Muebles y encerres		
1	Escritorio	\$ 180,00	\$ 180,00
2	Sillas	\$ 40,00	\$ 80,00
1	Silla de Escritorio	\$ 80,00	\$ 80,00
	Maquinaria y Equipo		
1	Máquina de cascado de huevos	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1	Marmita autovolcable	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
1	Double nouzzle liquid filling machine.	\$ 1.117,40	\$ 1.117,40
2	Coches cuadrados de acero inox 304	\$ 250,00	\$ 500,00
2	Mesa de trabajo en acero inox	\$ 480,00	\$ 960,00
1	Coche plataforma vulcan	\$ 169,91	\$ 169,91
	Herramientas y accesorios de Trabajo		
1	Gafa de seguridad TRI-580-T Transp	\$ 3,89	\$ 3,89
1	Tapones de espuma P/OIDOS 26DB TRI-13 EC	\$ 0,89	\$ 0,89
1	Casco Halley azul 30000V Dielec T1-CL E	\$ 13,84	\$ 13,84
1	Mascarilla 3M 8210 Funda dos unidades	\$ 2,53	\$ 2,53
1	Delantal de cuero split	\$ 7,57	\$ 7,57
1	Guante Latex M examinacion PP C/100	\$ 8,76	\$ 8,76
1	Botín 38 negro punta de acero	\$ 59,14	\$ 59,14
1	Guantes cuero térmico Gris Azul 10,5*	\$ 5,53	\$ 5,53
2	Cofia de gabardina	\$ 4,00	\$ 8,00
2	Terno médico antibacterial	\$ 32,00	\$ 64,00
1	Extintor 5 lbs CO2 BC Triton	\$ 44,47	\$ 44,47
1	Caja Tubos de ensayo de 200 piezas 10 *1,5 cm	\$ 30,00	\$ 30,00
2	Tacho B+T negro	\$ 24,99	\$ 49,98
60	Gavetas robustas 60*40*32 cm cerrada	\$ 13,35	\$ 801,00
1	Balanza Camry 30 kg	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Medidor Ph ácido metro	\$ 36,48	\$ 36,48
	Equipos de computación		
1	Case coming gamermax G530 1UsB-3.0 1USB-2.0	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Procesador. Intel Celeron G3900 2.8 GHZ 2 MB	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Memoria Ram Dimm Kinstong 4GB 260-Pin DDR4	\$ 45,00	\$ 45,00
1	Mother Board Gigabyte B85M-DS3H LGA1150 17	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Disco duro 1TB Intelli-Power 25-7 Cache-64MB	\$ 90,00	\$ 90,00
1	Monitor LG 20* 20 M38h-B LED 1600*900 D	\$ 120,00	\$ 120,00
1	DVD- Rwriter LG GH24NCO 24x SATA BULK	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Adaptador de memorias	\$ 5,00	\$ 5,00
	Equipos de oficina		
1	Imp. EPSON MULTIFUNCION L395 USB 2.0	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Perforadora	\$ 12,50	\$ 12,50
1	Grapadora	\$ 8,50	\$ 8,50
	Inventarios		
1500	Cubetas de huevos medianos	\$ 2,70	\$ 4.050,00
1500	Envases doy pack con válvula	\$ 0,38	\$ 570,00
	Costos de constitución		
1	Conformación de la minuta ante la notaria	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Tramites en registro de la propiedad	\$ 45,00	\$ 45,00
1	Tramites en la Superintendencia de compañías	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Permisos del ARCSA	\$ 100,00	\$ 100,00

1	Permisos de Bomberos	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Registro de marca IEPI	\$ 208,00	\$ 208,00
1	Patente Municipal	\$ 30,00	\$ 30,00
1	RUC	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Registro mercantil	\$ 50,00	\$ 50,00
Total			\$ 18.570,51

Elaborado por: Parra E, (2017)

El plan de inversiones de la empresa OvoFit nos ayuda a tener un panorama claro en todos los activos tangibles e intangibles que la empresa tiene que adquirir para iniciar sus actividades y empezar la elaboración de las claras de huevo pasteurizadas envasadas.

Plan de financiamiento

Cuando una empresa requiere dinero por fuentes externas para cumplir sus necesidades, conseguir un financiamiento de bajo interés ayuda a la empresa a mejorar su rendimiento (Baca Urbina , 2010).

a) Forma de financiamiento

La empresa contara en su mayoría con el 81% de recursos propios los cuales son en efectivo y mientras que un 19% se lo tomara como un aporte de recursos de terceros que en este caso será un pequeño crédito realizado por parte de un familiar y no generara intereses.

Tabla 51. Forma de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos Propios	\$ 15.000,00	100%	81%
Efectivo	\$ 15.000,00	100%	81%
Bienes	\$ -	0%	0%
Recursos de terceros	\$ 3.570,51	100%	19%
Préstamo privado	\$ 3.570,51	100%	19%
Préstamo bancario	\$ -	0%	0%
Total	\$ 18.570,51	100%	100%

Elaborado por: Parra E, (2017)

b) Capital de trabajo

La compañía OvoFit dentro del plan de inversiones que se realizó para la implementación de una pasteurizadora de claras de huevo que asciende a \$18570,51 en la cual se incluye la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo.

Tabla 52. Capital de trabajo

Concepto	Valor
Inversión Fija	\$ 13.142,51
Inversión Diferida	\$ 808,00
Capital de Trabajo	\$ 4.620,00
Total	\$ 18.570,51

Cálculo de costos y gastos

a) Detalle de Costos

El costo viene a ser una salida de dinero que se hace en un determinado tiempo, ya puede ser en el presente, pasado y que se realizar en un futuro (Baca Urbina , 2010).

Tabla 53. Detalle de costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Producto 1: Claras de huevo envasadas pasteurizadas					
Huevos Enteros de Gallina	Cubetas	3000	\$ 2,70	\$ 8.100,00	\$ 97.200,00
Envases doy pack	Envase	3000	\$ 0,38	\$ 1.140,00	\$ 13.680,00
Servicios Básicos	Agua-Luz	1	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Mano de Obra directa	Operario	1	\$ 494,50	\$ 494,50	\$ 5.934,00
Técnico de calidad	Empleado	1	\$ 580,90	\$ 580,90	\$ 6.970,80
Depreciaciones				\$ 108,64	\$ 1.303,64
Totales				\$ 10.624,04	\$ 127.488,44

Elaborado por: Parra E, (2017)

Los costos directos como indirectos de fabricación en la elaboración de claras líquidas de huevo se encuentran bien diferenciados, la principal y única materia prima a utilizar son los huevos enteros de gallina, los sueldos del operario y técnico de calidad son necesarios para alcanzar a obtener el producto terminado.

b) Proyección de costos

Con la tabla establecida anteriormente de detalle de gastos se procede a proyectar los costos por medio de indicadores para los 5 años posterior, dentro de los costos que tendrá la empresa OvoFit para elaborar las claras de huevo pasteurizadas envasadas necesito de materia prima la cual son los huevos enteros de gallina y también envases para poder prolongar la vida útil del producto y dar un plus al consumidor con un empaque practico y versátil. Se utilizó también mano de obra por parte de un operario en cual es mano de obra directa y el control de la producción por parte de un técnico de control de calidad.

También se tuvo egresos como los servicios básicos (agua, luz) los cuales son necesarios también para que la planta pueda funcionar de manera adecuada y poner en marcha la producción, las depreciaciones también son parte de los costos.

Finalmente se procede a calcular los cinco años posteriores para tener un panorama claro de los gastos que tendrá la empresa a lo largo del tiempo establecido, esta proyección se la hizo con el indicador que es la inflación anual en el país.

Tabla 54. Proyección de costos

Descripción	Costo Mensual	Costos		Total Año 1	Costos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Producto 1:							
Claras de huevo pasteurizadas							
Huevos Enteros de							
Gallina	\$ 8.100,00		\$ 97.200,00	\$ 97.200,00		\$ 98.288,64	\$ 98.288,64
Envases doy pack	\$ 1.140,00		\$ 13.680,00	\$ 13.680,00		\$ 13.833,22	\$ 13.833,22
Sueldos							
Servicios Básicos	\$ 200,00	\$ 2.400,00		\$ 2.400,00	\$ 2.426,88		\$ 2.426,88
Sueldo Operario	\$ 494,50	\$ 5.934,00		\$ 5.934,00	\$ 6.000,46		\$ 6.000,46
Sueldo Técnico	\$ 580,90	\$ 6.970,80		\$ 6.970,80	\$ 7.048,87		\$ 7.048,87
Depreciaciones	\$ 108,64	\$ 1.303,64		\$ 1.303,64	\$ 1.303,64		\$ 1.303,64
Totales	\$ 10.515,40	\$ 16.608,44	\$ 110.880,00	\$ 127.488,44	\$ 16.779,86	\$ 112.121,86	\$ 128.901,71

Descripción	Costos			Costos			Costos		
	Fijos	Variables	Total año 3	Fijos	Variables	Total año 4	Fijos	Variables	Total año 5
Producto 1:									
Claras de huevo pasteurizadas									
Huevos Enteros de Gallina		\$ 99.389,47	\$ 99.389,47		\$ 100.502,63	\$ 100.502,63		\$ 101.628,26	\$ 101.628,26
Envases doy pack		\$ 13.988,15	\$ 13.988,15		\$ 14.144,82	\$ 14.144,82		\$ 14.303,24	\$ 14.303,24
Sueldos									
Servicios Básicos	\$ 2.454,06		\$ 2.454,06	\$ 2.481,55		\$ 2.481,55	\$ 2.509,34		\$ 2.509,34
Sueldo Operario	\$ 6.067,67		\$ 6.067,67	\$ 6.135,62		\$ 6.135,62	\$ 6.204,34		\$ 6.204,34
Sueldo Técnico	\$ 7.127,82		\$ 7.127,82	\$ 7.207,65		\$ 7.207,65	\$ 7.288,38		\$ 7.288,38
Depreciaciones	\$ 1.303,64		\$ 1.303,64	\$ 1.148,54		\$ 1.148,54	\$ 1.148,54		\$ 1.148,54
Totales	\$ 16.953,19	\$ 113.377,62	\$ 130.330,81	\$ 16.973,37	\$ 114.647,45	\$ 131.620,82	\$ 17.150,60	\$ 115.931,50	\$ 133.082,10

Elaborado por: Parra E, (2017)

c) Detalle de Gastos

Es aquella que señala los egresos operativos y financieros que tiene la empresa para incurrir en su avance en alguna actividad de la empresa, son iguales a las ventas de la empresa y mantiene concordancia con la producción (Fierro Martínez , 2011)

Tabla 55. Detalle de gastos

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual de gasto	Valor Mensual	Valor anual
Arriendo					
Instalaciones	Planta	\$ 600,00	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Suministros de oficina					
Caja de papel Copy Laser	Caja	\$ 26,00	0,83	\$ 2,17	\$ 26,00
Carpetas de cartón	Carpetas	\$ 0,12	10	\$ 1,20	\$ 14,40
Caja de esferos azul	Caja	\$ 7,20	2	\$ 0,60	\$ 7,20
Caja de grapas	Caja	\$ 1,00	2	\$ 0,08	\$ 1,00
Paquete de clips	Paquete	\$ 1,00	8,33	\$ 0,08	\$ 1,00
Archivadores	Archivadores	\$ 3,00	1	\$ 3,00	\$ 36,00
Suministros de limpieza					
Escoba	Escoba	\$ 2,50	0,5	\$ 1,25	\$ 15,00
Trapeador	Trapeador	\$ 2,50	0,5	\$ 1,25	\$ 15,00
PinoKlin 1 litro	litro	\$ 2,25	1	\$ 2,25	\$ 27,00
Papel higiénico	Tube	\$ 9,00	1	\$ 9,00	\$ 108,00
Ajax cloro 1 litro	Litro	\$ 1,70	1	\$ 1,70	\$ 20,40
Jabón de baño	Jabón	\$ 1,00	1	\$ 1,00	\$ 12,00
Toalla	Toalla	\$ 2,00	0,33	\$ 0,67	\$ 8,00
Pala	Pala	\$ 1,00	0,08	\$ 0,08	\$ 1,00
Basurero	Basurero	\$ 2,50	0,083	\$ 0,21	\$ 2,50
Paquete de funda grande	Paquete	\$ 1,00	1	\$ 1,00	\$ 12,00
Sueldos					
Gerente	Empleado	\$ 868,90	1	\$ 868,90	\$ 10.426,80
Contador	Empleado	\$ 250,00	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Total Gastos Administrativos				\$ 1.744,44	\$ 20.933,30

Elaborado por: Parra E, (2017)

Tabla 56. Gasto de ventas

Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual de gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad					
Unimax Tv	Publicidad	\$ 500,00	0,33	\$ 166,67	\$ 2.000,00
Logotipo y etiqueta	Logo y etiqueta	\$ 40,00	0,083	\$ 3,33	\$ 40,00
Transporte					
Camión Hino con TermoKing	Camion	\$ 350,00	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Sueldo					
Vendedor	Empleado	\$ 500,26	1	\$ 500,26	\$ 6.003,12
Total Gasto de Ventas				\$ 1.020,26	\$ 12.243,12

Elaborado por: Parra E, (2017)

Tabla 57. Gasto Financiero

Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual de gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Apertura bancaria			0,083		
		\$ 200,00		\$ 16,67	\$ 200,00
Chequeras			8,3		
		\$ 0,30		\$ 2,50	\$ 30,00
Total de Gasto Financiero				\$ 19,17	\$ 230,00
Total de gastos				\$ 2.783,87	\$ 33.406,42

Elaborado por: Parra E, (2017)

d) Proyección Gastos

Se procederá a proyectar los gastos siendo fijos o variables del detalle de gastos por medio de indicadores económicos los cuales ayudaran a saber cuál será el gasto en un futuro de la empresa dentro de los gastos se dividen gastos administrativos como suministros de oficina y los sueldos que percibirá el gerente y contador, los gastos de venta los cuales en este caso son los necesarios para promocionar y vender el producto como publicidad y salario de vendedores, y también los gastos financieros que tendrá la compañía como la chequera y la apertura de una cuenta bancaria, todos estos gastos se los proyecta dentro de los cinco años que se establece el proyecto con indicadores como la inflación.

Tabla 58. Proyección de gastos

Descripción	Gasto		Gastos		Gastos		
	Mensual	Fijos	Variables	Total Año 1	Fijos	Variables	Total Año 2
Gastos Administrativos							
Arriendo							
Instalaciones	\$ 600,00	\$ 7.200,00		\$ 7.200,00	\$ 7.280,64		\$ 7.280,64
Suministros de oficina							
Caja de papel Copy Laser	\$ 2,17		\$ 26,00	\$ 26,00		\$ 26,29	\$ 26,29
Carpetas de cartón	\$ 1,20		\$ 14,40	\$ 14,40		\$ 14,56	\$ 14,56
Caja de esferos azul	\$ 0,60		\$ 7,20	\$ 7,20		\$ 7,28	\$ 7,28
Caja de grapas	\$ 0,08		\$ 1,00	\$ 1,00		\$ 1,01	\$ 1,01
Paquete de chips	\$ 0,08		\$ 1,00	\$ 1,00		\$ 1,01	\$ 1,01
Archivadores	\$ 3,00		\$ 36,00	\$ 36,00		\$ 36,40	\$ 36,40
Suministros de limpieza							
Escoba	\$ 1,25		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,17	\$ 15,17
Trapeador	\$ 1,25		\$ 15,00	\$ 15,00		\$ 15,17	\$ 15,17
PinoKlin 1 litro	\$ 2,25		\$ 27,00	\$ 27,00		\$ 27,30	\$ 27,30
Papel higienico	\$ 9,00		\$ 108,00	\$ 108,00		\$ 109,21	\$ 109,21
Ajax cloro 1 litro	\$ 1,70		\$ 20,40	\$ 20,40		\$ 20,63	\$ 20,63
Jabón de baño	\$ 1,00		\$ 12,00	\$ 12,00		\$ 12,13	\$ 12,13
Toalla	\$ 0,67		\$ 8,00	\$ 8,00		\$ 8,09	\$ 8,09
Pala	\$ 0,08		\$ 1,00	\$ 1,00		\$ 1,01	\$ 1,01
Basurero	\$ 0,21		\$ 2,50	\$ 2,50		\$ 2,53	\$ 2,53
Paquete de funda industrial	\$ 1,00		\$ 12,00	\$ 12,00		\$ 12,13	\$ 12,13
Sueldos							
Gerente	\$ 868,90	\$ 10.426,80		\$ 10.426,80	\$ 10.543,58		\$ 10.543,58
Contador	\$ 250,00	\$ 3.000,00		\$ 3.000,00	\$ 3.033,60		\$ 3.033,60
Total Gasto administrativo	\$ 1.744,44			\$ 20.933,30			\$ 21.167,75
Gasto de ventas							
Publicidad							
Unimax Tv	\$ 166,67		\$ 2.000,00	\$ 2.000,00		\$ 2.022,40	\$ 2.022,40
Logo y etiqueta	\$ 3,33		\$ 40,00	\$ 40,00			
Transporte							
Camión Hino con TermoKing	\$ 350,00		\$ 4.200,00	\$ 4.200,00		\$ 4.247,04	\$ 4.247,04
Sueldo							
Vendedor	\$ 500,26	\$ 6.003,12		\$ 6.003,12	\$ 6.070,35		\$ 6.070,35
Total Gasto de ventas	\$ 1.020,26			\$ 12.243,12			\$ 12.339,79
Gastos financieros							
Comisiones bancarias	\$ 16,67		\$ 200,00	\$ 200,00			
Chequera	\$ 2,50		\$ 30,00	\$ 30,00		\$ 30,34	\$ 30,34
Total Gasto financiero	\$ 19,17			\$ 230,00			\$ 30,34
TOTALES	\$ 2.783,87	\$ 26.629,92	\$ 6.776,50	\$ 33.406,42	\$ 26.928,18	\$ 6.609,71	\$ 33.537,88

Descripción	Gastos		Total Año 3		Gastos		Total Año 4		Gastos		Total Año 5	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Gastos Administrativos												
Arriendo												
Instalaciones	\$ 7.362,18		\$ 7.362,18	\$ 7.444,64		\$ 7.444,64	\$ 7.528,02		\$ 7.528,02			
Suministros de oficina												
Caja de papel Copy Laser		\$ 26,59	\$ 26,59		\$ 26,88	\$ 26,88		\$ 27,18	\$ 27,18			
Carpetas de cartón		\$ 14,72	\$ 14,72		\$ 14,89	\$ 14,89		\$ 15,06	\$ 15,06			
Caja de esferos azul		\$ 7,36	\$ 7,36		\$ 7,44	\$ 7,44		\$ 7,53	\$ 7,53			
Caja de grapas		\$ 1,02	\$ 1,02		\$ 1,03	\$ 1,03		\$ 1,05	\$ 1,05			
Paquete de chips		\$ 1,02	\$ 1,02		\$ 1,03	\$ 1,03		\$ 1,05	\$ 1,05			
Archivadores		\$ 36,81	\$ 36,81		\$ 37,22	\$ 37,22		\$ 37,64	\$ 37,64			
Suministros de limpieza												
Escoba		\$ 15,34	\$ 15,34		\$ 15,51	\$ 15,51		\$ 15,68	\$ 15,68			
Trapeador		\$ 15,34	\$ 15,34		\$ 15,51	\$ 15,51		\$ 15,68	\$ 15,68			
PinoKlin 1 litro		\$ 27,61	\$ 27,61		\$ 27,92	\$ 27,92		\$ 28,23	\$ 28,23			
Papel higienico		\$ 110,43	\$ 110,43		\$ 111,67	\$ 111,67		\$ 112,92	\$ 112,92			
Ajax cloro 1 litro		\$ 20,86	\$ 20,86		\$ 21,09	\$ 21,09		\$ 21,33	\$ 21,33			
Jabón de baño		\$ 12,27	\$ 12,27		\$ 12,41	\$ 12,41		\$ 12,55	\$ 12,55			
Toalla		\$ 8,18	\$ 8,18		\$ 8,27	\$ 8,27		\$ 8,36	\$ 8,36			
Pala		\$ 1,02	\$ 1,02		\$ 1,03	\$ 1,03		\$ 1,05	\$ 1,05			
Basurero		\$ 2,56	\$ 2,56		\$ 2,58	\$ 2,58		\$ 2,61	\$ 2,61			
Paquete de funda industrial		\$ 12,27	\$ 12,27		\$ 12,41	\$ 12,41		\$ 12,55	\$ 12,55			
Sueldos												
Gerente	\$ 10.661,67		\$ 10.661,67	\$ 10.781,08		\$ 10.781,08	\$ 10.901,83		\$ 10.901,83			
Contador	\$ 3.067,58		\$ 3.067,58	\$ 3.101,93		\$ 3.101,93	\$ 3.136,67		\$ 3.136,67			
Total Gasto administrativo			\$ 21.404,83			\$ 21.644,57			\$ 21.886,99			
Gasto de ventas												
Publicidad												
Unimax Tv		\$ 2.045,05	\$ 2.045,05		\$ 2.067,96	\$ 2.067,96		\$ 2.091,12	\$ 2.091,12			
Logo y etiqueta												
Transporte												
Camión Hino con TermoKing		\$ 4.294,61	\$ 4.294,61		\$ 4.342,71	\$ 4.342,71		\$ 4.391,34	\$ 4.391,34			
Sueldo												
Vendedor	\$ 6.138,34		\$ 6.138,34	\$ 6.207,09		\$ 6.207,09	\$ 6.276,61		\$ 6.276,61			
Total Gasto de ventas			\$ 12.478,00			\$ 12.617,75			\$ 12.759,07			
Gastos financieros												
Comisiones bancarias												
Chequera		\$ 30,68	\$ 30,68		\$ 31,02	\$ 31,02		\$ 31,37	\$ 31,37			
Total Gasto financiero			\$ 30,68			\$ 31,02			\$ 31,37			
TOTALES	\$ 27.229,77	\$ 6.683,74	\$ 33.913,51	\$ 27.534,74	\$ 6.758,60	\$ 34.293,34	\$ 27.843,13	\$ 6.834,29	\$ 34.677,42			

Elaborado por: Parra E, (2017)

Mano de Obra

El sueldo y salario es aquel valor que cubre el empleador por servicios prestados y los empleados reciben a cambio una remuneración. Esta se paga por la jornada de trabajo establecida en la ley (Bravo Valdivieso, 2001).

Tabla 59. Mano de obra

Ord	Apellidos y Nombres	Cargo	Codigo	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
				Sub	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
Administrativos										
1	Eric Parra	Gerente	5035	\$ 700,00	\$ -	\$ 700,00	\$ -	\$ 66,15	\$ 66,15	\$ 633,85
5	Alex Taipe	Contador	1032	\$ 250,00	\$ -	\$ 250,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 250,00
Producción										
2	Marta Castillo	Operario	5027	\$ 375,00	\$ -	\$ 375,00	\$ -	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56
3	Carlos Custode	Técnico	5034	\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00	\$ -	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
Ventas										
4	Estefy Alban	Vendedor	5032	\$ 380,00	\$ -	\$ 380,00	\$ -	\$ 35,91	\$ 35,91	\$ 344,09
Totales				\$ 2.155,00	\$ -	\$ 2.155,00	\$ -	\$ 180,02	\$ 180,02	\$ 1.974,98

Elaborado por: Parra E, (2017)

Para realizar el cálculo de los salarios que incurrirá la empresa se procedió a detallarlos por medio del área que pertenecen cada uno de ellos como los administrativos, producción y ventas, con sus respectivos rubros que la empresa deberá pagar a los empleados y tomando en cuenta todas aquellos valores que los empleadores deben cubrir dentro de la ley como: el aporte patronal, Secap, IECE, décimo tercer, décimo cuarto, fondos de reserva entre otros , dando como resultado el costo de la mano de obra.

Tabla 60. Provisiones

Patronal 11,15%	Secap 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo de reserva	Vacaciones	Total provisión	Costo MO
Administrativos								
\$ 78,05	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 58,33	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 29,17	\$ 235,05	\$ 868,90
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 250,00
Producción								
\$ 41,81	\$ 1,88	\$ 1,88	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 154,94	\$ 494,50
\$ 50,18	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 18,75	\$ 173,43	\$ 580,90
Ventas								
\$ 42,37	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 31,67	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,83	\$ 156,17	\$ 500,26

Elaborado por: Parra E, (2017)

Es necesario saber sobre los salarios que percibirán los empleados de la empresa, puesto que la ley establece una serie de rubros necesarios a cubrirse por parte del empleador y con esta serie de cálculos se obtuvo el valor final a gastar en sueldos.

Depreciación

La depreciación tiene una concepción idéntica a la amortización, pero la diferencia es que la depreciación se la aplica a activo fijo por su uso y estos bienes tienen un valor menor (Baca Urbina , 2010).

Dentro de la depreciación se tomó en cuenta la maquinaria, equipos de oficina, equipos de computación, muebles y enseres, instalaciones ya que todos estos pierden valor a través del tiempo, es decir que por su uso se van desgastando y ya no tienen la misma valoración que tenían antes. Según sea el tipo de bien que se deprecia se considera los años de vida útil y el porcentaje que se procederá a depreciar.

Tabla 61. Depreciación

Detalle del bien	Vida Útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación Anual
Maquinaria y equipo				
Máquina de cascado de huevos	10	\$ 1.200,00	10%	\$ 120,00
Marmita autovolcable	10	\$ 4.600,00	10%	\$ 460,00
Double nouzzle liquid filling machine.	10	\$ 1.117,40	10%	\$ 111,74
Coches cuadrados de acero inox 304	10	\$ 500,00	10%	\$ 50,00
Mesa de trabajo en acero inox	10	\$ 960,00	10%	\$ 96,00
Coche plataforma vulcan	10	\$ 169,91	10%	\$ 16,99
Equipo de computación				
Computadora	3	\$ 470,00	33%	\$ 155,10
Equipo de oficina				
Imp. EPSON MULTIFUNCIÓN L39	10	\$ 300,00	10%	\$ 30,00
Muebles y encerres				
Escritorio	10	\$ 180,00	10%	\$ 18,00
Archivador	10	\$ 150,00	10%	\$ 15,00
Sillas	10	\$ 80,00	10%	\$ 8,00
Silla de Escritorio	10	\$ 80,00	10%	\$ 8,00
Instalaciones				
Instalaciones	10	\$ 2.148,12	10%	\$ 214,81
Total		\$ 9.807,31		\$ 1.303,64

Elaborado por: Parra E, (2017)

En la depreciación podemos observar claramente como los bienes entre maquinaria, equipos de cómputo y muebles y enceres van perdiendo valor a través del tiempo por su uso y deterioro.

Proyección de la depreciación

Por medio de los valores obtenidos en la tabla de depreciación se procede a proyectar para los siguientes 5 años.

Tabla 62. Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y equipo					
Máquina de cascado de huevos	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Marmita autovolcable	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00
Double nouzzle liquid filling machine.	\$ 111,74	\$ 111,74	\$ 111,74	\$ 111,74	\$ 111,74
Coches cuadrados de acero inox 304	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Mesa de trabajo en acero inox	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00
Coche plataforma vulcan	\$ 16,99	\$ 16,99	\$ 16,99	\$ 16,99	\$ 16,99
Equipo de computacion					
Computadora	\$ 155,10	\$ 155,10	\$ 155,10		
Equipo de oficina					
Imp. EPSON MULTIFUNCION L39	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Muebles y enceres					
Escritorio	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
Archivador	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Sillas	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Silla de Escritorio	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Instalaciones					
Instalaciones	\$ 214,81	\$ 214,81	\$ 214,81	\$ 214,81	\$ 214,81
Total	\$ 1.303,64	\$ 1.303,64	\$ 1.303,64	\$ 1.148,54	\$ 1.148,54
Depreciacion Acumulada	\$ 1.303,64	\$ 2.607,29	\$ 3.910,93	\$ 5.059,47	\$ 6.208,02

Elaborado por: Parra E, (2017)

Cálculo de Ingresos

Representa lo que la empresa obtiene por la venta de bienes o servicios, es decir por las actividades a las que se dedica la empresa, dependerán de las actividades que tenga la institución (Fierro Martínez , 2011).

Tabla 63. Cálculo de ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo y Gasto mensual	Margen de		Ingresos Mensuales	Unidades Producidas	Precio de Venta Unitario
			%	\$			
Producto 1: Claras de huevo envasadas pasteurizadas.	Envases	\$ 13.407,91	12%	\$ 1.608,95	\$ 15.016,85	3000	\$ 5,01
Totales		\$ 13.407,91		\$ 1.608,95	\$ 15.016,85		\$ 5,01

Elaborado por: Parra E, (2017)

Son indispensables todos los cálculos que se realizaron anteriormente para establecer el precio de venta unitario ya que influyeron mucho los costos y gastos, también el estudio técnico para determinar la cantidad de productos necesarios para establecer el precio e ingresos que se tendrá es decir las ventas.

Proyección de Ingresos

Después de haber obtenido el cálculo de ingresos se procede a calcular la proyección de los ingresos que se tendrá en los próximos 5 años por medio de indicadores.

Tabla 64. Proyección de ingresos

Productos	Can	Precio Unit	Total Año 1	Can	Precio Unit	Total Año 2	Can	Precio Unit	Total Año 3	Can	Precio Unit	Total Año 4	Can	Precio Unitario	Total Año 5
Producto 1: Claras de huevo envasadas pasteurizadas envasadas.	36000	\$ 5,01	\$ 180.202,25	36540	\$ 5,01	\$ 182.905,28	37088	\$ 5,06	\$ 187.728,13	37644	\$ 5,12	\$ 192.678,14	38209	\$ 5,18	\$ 197.758,68
Totales			\$ 180.202,25			\$ 182.905,28			\$ 187.728,13			\$ 192.678,14			\$ 197.758,68

Elaborado por: Parra E, (2017)

Para realizar la proyección de ingresos se tomó en cuenta indicadores como la tasa de crecimiento poblacional que según el INEC es de 1,5% para el cálculo de la cantidad de producción que se tendrá en cada año, también se usó la inflación que es del 1,12% para el incremento en el precio unitario progresivamente dentro de los 5 años que se realiza el proyecto.

Flujo de Caja

El flujo de caja es donde se mide los cobros con los pagos que se realizan en la empresa en un tiempo determinado y tienen relación con la caja y tesorería, estos pueden venir de operaciones ordinarias, financiación o inversión (Gutiérrez Gorostiaga , 2015).

Tabla 65. Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A INGRESOS OPERACIONALES		\$ 180.202,25	\$ 182.905,28	\$ 187.728,13	\$ 192.678,14	\$ 197.758,68
Ventas		\$ 180.202,25	\$ 182.905,28	\$ 187.728,13	\$ 192.678,14	\$ 197.758,68
B EGRESOS OPERACIONALES		\$ 160.664,86	\$ 162.409,26	\$ 164.213,64	\$ 165.883,14	\$ 167.728,16
Costos de producción		\$ 127.488,44	\$ 128.901,71	\$ 130.330,81	\$ 131.620,82	\$ 133.082,10
Gastos de ventas		\$ 12.243,12	\$ 12.339,79	\$ 12.478,00	\$ 12.617,75	\$ 12.759,07
Gastos administrativos		\$ 20.933,30	\$ 21.167,75	\$ 21.404,83	\$ 21.644,57	\$ 21.886,99
C FLUJO OPERACIONAL (A - B)		\$ 19.537,38	\$ 20.496,02	\$ 23.514,48	\$ 26.795,01	\$ 30.030,52
D INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 18.570,51					
Crédito privado	\$ 3.570,51					
Aporte inversionista	\$ 15.000,00					
E EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 18.570,51	\$ 9.769,59	\$ 10.005,77	\$ 11.069,39	\$ 12.222,03	\$ 13.360,20
Gastos financieros		\$ 230,00	\$ 30,34	\$ 30,68	\$ 31,02	\$ 31,37
Inversiones realizadas	\$ 18.570,51					
Pago de Utilidades 15%		\$ 4.246,11	\$ 4.440,10	\$ 4.913,37	\$ 5.426,26	\$ 5.932,71
Pago de impuesto a la renta		\$ 5.293,48	\$ 5.535,33	\$ 6.125,34	\$ 6.764,74	\$ 7.396,12
F FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$ -	\$ (9.769,59)	\$ (10.005,77)	\$ (11.069,39)	\$ (12.222,03)	\$ (13.360,20)
G FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$ -	\$ 9.767,80	\$ 10.490,25	\$ 12.445,09	\$ 14.572,98	\$ 16.670,32
H SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ -	\$ 9.767,80	\$ 20.258,05	\$ 32.703,14	\$ 47.276,12
SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$ -	\$ 9.767,80	\$ 20.258,05	\$ 32.703,14	\$ 47.276,12	\$ 63.946,44

Elaborado por: Parra E, (2017)

En el flujo de caja realizado podemos observar claramente que el flujo neto generado es decir el dinero en efectivo con el que contara la empresa es aceptable después de realizar una serie de cálculos.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos ayuda a analizar cómo se relacionan los costos fijos, variables e ingresos de la empresa, donde la producción cuando los ingresos son iguales a los costos tanto fijos como los variables (Baca Urbina , 2010).

$$\begin{aligned}
 \text{P.E. \$=} &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{\left(1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas total}}\right)} \\
 \text{P.E. Unidades =} &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio unitario de venta} - \text{Costo variable unitario}} \\
 \text{P.E. \% =} &= \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos Variables}}
 \end{aligned}$$

Tabla 66. Punto de equilibrio

Variables	Año 1
Ventas	\$ 180.202,25
Costos Fijos	\$ 43.238,36
Costos Variables	\$ 110.880,00
Costos Totales	\$ 154.118,36
Costo Variable Unitario	\$ 3,08
Punto Equilibrio Unid	22454
Punto Equilibrio Unid Mens	1871
Punto Equilibrio \$	\$ 112.397,54
Punto Equilibrio %	62%

Elaborado por: Parra E, (2017)

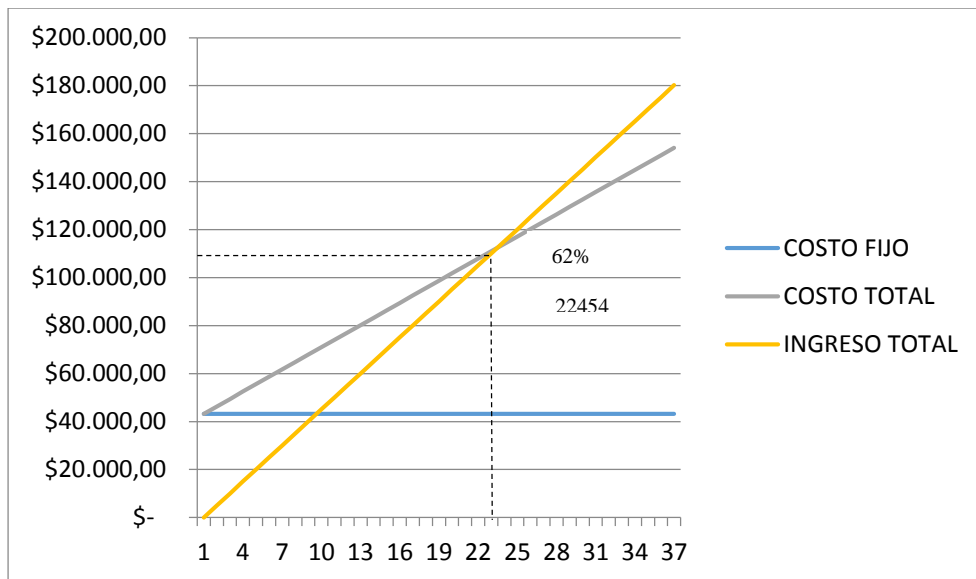


Figura 26. Punto de equilibrio

Elaborado por: Parra E, (2017)

El punto de equilibrio que deberá cubrir la empresa OvoFit para no perder ni tampoco ganar dinero asciende a 62%, es decir un punto neutro en el que los ingresos son idénticos a los costos, se lo calculo en unidades, porcentaje de producción y dinero los cuales son aceptables.

Estado de Resultados proyectado

El objetivo del estado de resultados es evaluar los flujos de efectivo y utilidad neta, los cuales reflejan el aprovechamiento para la empresa, se procede a calcular con los ingresos menos los costos e impuestos que paga la empresa. Los ingresos pueden venir de otro tipo de ventas (Baca Urbina , 2010).

Figura 27. Estado de Resultados proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos por ventas	\$ 180.202,25	\$ 182.905,28	\$ 187.728,13	\$ 192.678,14	\$ 197.758,68
(-) Costo de Ventas	\$ 127.488,44	\$ 128.901,71	\$ 130.330,81	\$ 131.620,82	\$ 133.082,10
(=) Utilidad en ventas	\$ 52.713,80	\$ 54.003,57	\$ 57.397,32	\$ 61.057,33	\$ 64.676,57
(-) Gastos de venta	\$ 12.243,12	\$ 12.339,79	\$ 12.478,00	\$ 12.617,75	\$ 12.759,07
(=) Utilidad neta en ventas	\$ 40.470,68	\$ 41.663,77	\$ 44.919,31	\$ 48.439,57	\$ 51.917,50
(-) Gastos Administrativos	\$ 20.933,30	\$ 21.167,75	\$ 21.404,83	\$ 21.644,57	\$ 21.886,99
(=) Utilidad operacional	\$ 19.537,38	\$ 20.496,02	\$ 23.514,48	\$ 26.795,01	\$ 30.030,52
(-) Gastos Financieros	\$ 230,00	\$ 30,34	\$ 30,68	\$ 31,02	\$ 31,37
(+) Otros Ingresos	\$ 9.000,00	\$ 9.135,00	\$ 9.272,03	\$ 9.411,11	\$ 9.552,27
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de participaciones 15%	\$ 28.307,38	\$ 29.600,68	\$ 32.755,83	\$ 36.175,09	\$ 39.551,42
(-) Participación trabajadores	\$ 4.246,11	\$ 4.440,10	\$ 4.913,37	\$ 5.426,26	\$ 5.932,71
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 24.061,28	\$ 25.160,58	\$ 27.842,46	\$ 30.748,83	\$ 33.618,71
(-) Impuesto a la renta	\$ 5.293,48	\$ 5.535,33	\$ 6.125,34	\$ 6.764,74	\$ 7.396,12
(=) Utilidad o pérdida del ejercicio	\$ 18.767,80	\$ 19.625,25	\$ 21.717,12	\$ 23.984,09	\$ 26.222,59

Elaborado por: Parra E, (2017)

Este es uno de los puntos más importantes de estudio financiero ya que nos refleja si se obtuvo un beneficio del ejercicio, en este caso existe una utilidad positiva la cual revela que el proyecto se encuentra bien y existen réditos económicos.

Evaluación financiera

Es donde se analiza los beneficios del proyecto, se deben presentar evaluaciones financieras para interpretar la rentabilidad y se puede medir de diferentes formas en dinero, tiempo o porcentaje (Córdoba Padilla , 2011).

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

El valor presente neto es la sumatoria de los flujos netos de efectivo menos la inversión inicial es igual a comparar todos los beneficios en relación a los desembolsos de dinero, el valor que tiene en el presente (Baca Urbina , 2010).

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

Tabla 67. Tasa de descuento o TMAR

Recursos propios	81%	22,65%	18,30%
Recursos de terceros	19%	0%	0%
Total			18,30%

Elaborado por: Parra E, (2017)

Datos	Valores
Número de periodos	5
Tasa de descuento	18,30%
Inversión inicial	\$ 18.570,51

Tabla 68. Valor actual neto

N°	FNE	(1+i)^n	FNE/(1+i)^n
0	\$ (18.570,51)		\$ (18.570,51)
1	\$ 9.767,80	1,18	\$ 8.257,14
2	\$ 10.490,25	1,40	\$ 7.496,39
3	\$ 12.445,09	1,66	\$ 7.517,92
4	\$ 14.572,98	1,96	\$ 7.441,85
5	\$ 16.670,32	2,32	\$ 7.196,30
	Total/Van		\$ 19.339,09

Elaborado por: Parra E, (2017)

El VAN al ser mayor que 0 nos indica que la inversión que se realizara generara beneficios o utilidades superando la rentabilidad exigida y esto significa que el proyecto si es viable y factible.

a.2) Tasa Interna de Retorno

Es aquella tasa por la cual es valor actual neto es cero, es la sumatoria de los flujos con la inversión inicial, es llamada tasa interna de retorno ya que ya que lo ganado se reinvierte (Baca Urbina , 2010).

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 69. Tasa interna de retorno

Periodo	FNE
0	\$ (18.570,51)
1	\$ 9.767,80
2	\$ 10.490,25
3	\$ 12.445,09
4	\$ 14.572,98
5	\$ 16.670,32
TIR	54%

Elaborado por: Parra E, (2017)

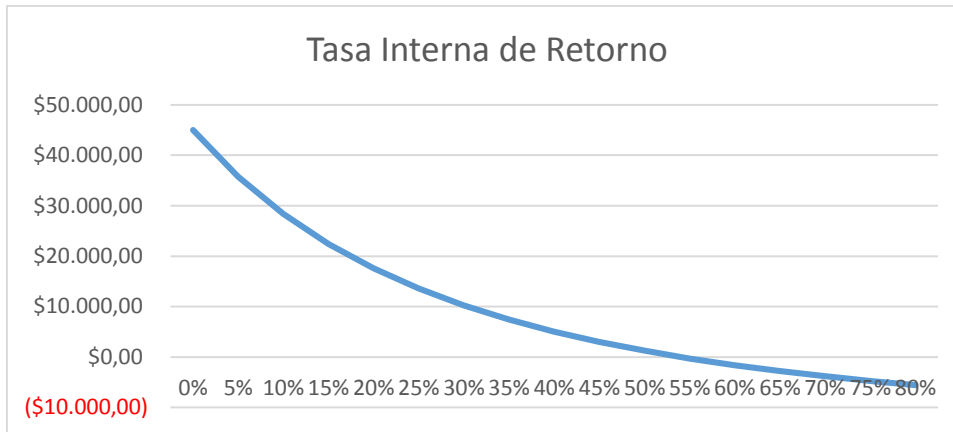


Figura 28. Tasa interna de retorno

Elaborado por: Parra E, (2017)

El TIR al ser mayor que la tasa de descuento o rentabilidad esperada, nos quiere decir que el proyecto es viable y se puede poner en marcha ya que generara beneficios para los inversionistas en la empresa OvoFit.

a.3) Beneficio Costo

Se la conoce también como medidor de la productividad, es la relación entre los flujos netos con el costo inicial, si el indicador es mayor a 1 quiere decir que el proyecto es bueno (Córdoba Padilla , 2011).

$$R(B/C) = \frac{\text{INGRESOS}}{\text{COSTOS}}$$

Tabla 70. Beneficio costo

Nº	Inversión	Ingresos	Costos
0	\$ (18.570,51)	0	0
1		\$ 180.202,25	\$ 127.488,44
2		\$ 182.905,28	\$ 128.901,71
3		\$ 187.728,13	\$ 130.330,81
4		\$ 192.678,14	\$ 131.620,82
5		\$ 197.758,68	\$ 133.082,10

Elaborado por: Parra E, (2017)

Ingresos	\$ 580.204,26
Costos	\$ 403.279,41
Costo-Inver	\$ 384.708,90
RB/C	1,51

Al ser 1,51 mayor a uno el beneficio costo de la inversión de la empresa OvoFit es aceptable el proyecto y se lo debe poner en marcha, ya que los beneficios que genera son superiores a los costos que tiene la empresa.

a.4) Período de Recuperación

Es una herramienta que ayuda a determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial, en el cual se suman los flujos netos hasta que se logre satisfacer la inversión inicial, ayuda a interpretar la rentabilidad en tiempo (Córdoba Padilla , 2011).

Tabla 71. Período de recuperación

Periodos	FNE	FNE Acum
0	\$ (18.570,51)	\$ (18.570,51)
1	\$ 9.767,80	\$ (8.802,71)
2	\$ 10.490,25	\$ 1.687,54
3	\$ 12.445,09	\$ 14.132,63
4	\$ 14.572,98	\$ 28.705,61
5	\$ 16.670,32	\$ 45.375,93

Elaborado por: Parra E, (2017)

$$PRI = \frac{\text{Año último flujo acumulado negativo}}{\text{Último flujo acumulado negativo}} + \frac{\text{Flujo no acumulado del siguiente año}}{\text{Último flujo acumulado negativo}}$$

$$PRI = 1 + \frac{\$ (8.802,71)}{10490,25} = 1,84$$

1,85	1
0,84*12	10,08
0,08*30	2,4

PRI

Un año 10 meses y dos días

Después de una serie de cálculos se obtuvo que la inversión se la recuperara en un tiempo de 1 año 10 meses y 2 días, lo cual es muy alentador y optimo ya que se encuentra dentro del parámetro dentro del proyecto que es de 5 años.

a.5) Balance general

Tabla 72. Balance general

ACTIVO	Balance Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo		\$ 9.767,80	\$ 10.490,25	\$ 12.445,09	\$ 14.572,98	\$ 16.670,32
Cuentas por cobrar		\$ 2.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 4.000,00
Inventarios de materia prima	\$ 4.620,00	\$ 7.200,00	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00
Inventario de productos terminados		\$ 8.263,23	\$ 6.847,55	\$ 6.661,33	\$ 6.411,07	\$ 7.338,61
Total Activo Corriente	\$ 4.620,00	\$ 27.231,03	\$ 27.637,80	\$ 29.906,42	\$ 32.284,05	\$ 35.808,93
Propiedad Planta y Equipo	\$ 13.142,51	\$ 13.142,51	\$ 13.142,51	\$ 13.142,51	\$ 13.142,51	\$ 13.142,51
Depreciación Acumulada		\$ (1.303,64)	\$ (2.607,29)	\$ (3.910,93)	\$ (5.059,47)	\$ (6.208,02)
Otros Intangibles	\$ 808,00	\$ 808,00	\$ 808,00	\$ 808,00	\$ 808,00	\$ 808,00
Inversión en Acciones La Favorita		\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.000,00
Inversión Financiera a largo plazo		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Activo No Corriente	\$ 13.950,51	\$ 19.646,87	\$ 19.343,22	\$ 19.039,58	\$ 18.891,04	\$ 18.742,50
Activos Totales	\$ 18.570,51	\$ 46.877,89	\$ 46.981,03	\$ 48.946,00	\$ 51.175,09	\$ 54.551,43
PASIVO						
Cuentas por Pagar	\$ 3.570,51	\$ 3.570,51	\$ 2.380,34	\$ 1.190,17	\$ -	
Utilidades por pagar empleados		\$ 4.246,11	\$ 4.440,10	\$ 4.913,37	\$ 5.426,26	\$ 5.932,71
Impuesto a la Renta por Pagar del Ejercicio		\$ 5.293,48	\$ 5.535,33	\$ 6.125,34	\$ 6.764,74	\$ 7.396,12
Total Pasivo Corriente	\$ 3.570,51	\$ 13.110,10	\$ 12.355,77	\$ 12.228,89	\$ 12.191,01	\$ 13.328,83
Total Pasivo	\$ 3.570,51	\$ 13.110,10	\$ 12.355,77	\$ 12.228,89	\$ 12.191,01	\$ 13.328,83
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Reservas						
Utilidad del ejercicio		\$ 18.767,80	\$ 19.625,25	\$ 21.717,12	\$ 23.984,09	\$ 26.222,59
Total Patrimonio	\$ 15.000,00	\$ 33.767,80	\$ 34.625,25	\$ 36.717,12	\$ 38.984,09	\$ 41.222,59
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 18.570,51	\$ 46.877,89	\$ 46.981,02	\$ 48.946,00	\$ 51.175,09	\$ 54.551,42

Elaborado por: Parra E, (2017)

b) Razones

b.1) Liquidez

Evalúan la capacidad de la institución para cubrir sus deudas en un plazo corto, como las tasas circulantes y la prueba del ácido (Baca Urbina , 2010).

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \$ 2,08$$

La empresa contara con \$2,08 dólares por cada dólar de deuda que tenga la empresa, esto es bueno ya que se podrá pagar las deudas a tiempo y ser más solventes.

b.2) Rentabilidad

Es aquello que resulta de las decisiones y políticas de la empresa, este tipo de tasas nos permiten conocer que tan optima es la gestión de la empresa, las principales tasas son la de margen sobre beneficio de ventas, rendimiento sobre activos y sobre el valor neto (Baca Urbina , 2010).

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 73. Rentabilidad

Rentabilidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	10%	11%	11%	12%	13%

Elaborado por: Parra E, (2017)

La rentabilidad esperada es del 10% en la empresa OvoFit el cual es adecuado ya que está empezando sus actividades y es una empresa nueva en el caso que se ponga en marcha y esto significa que se obtendrán réditos económicos dentro de los 5 años.

Conclusiones

- La implementación de la planta pasteurizadora de claras de huevo es factible, ya que en el análisis financiero se obtienen beneficios económicos y por medio de los indicadores que genera el proyecto es viable.
- El segmento de mercado deportistas es rentable ya que el comportamiento que presento el consumidor fue aceptable con el producto que la empresa busca realizar y poder cubrir las necesidades de las personas.
- La construcción de maquinaria dentro del país ayudo a reducir considerablemente los costos en la inversión inicial, y ayuda al cambio de la matriz productiva dentro del país.
- Seleccionar a los mejores proveedores por costos y calidad en sus productos ayudo a evaluar adecuadamente los gastos que incurriría la empresa siendo optima la inversión.
- Las instalaciones con cuarto son de gran ayuda ya es necesario para mantener el producto en óptimas condiciones para el consumidor final.
- La incursión en el área de producción de suplementos alimenticios para deportistas es poco explorada aun en el Ecuador y esto hace difícil conseguir información relevante al comportamiento de las personas que realizan diversos tipos de deporte, como también información sobre nutrición deportiva en el país.

Recomendaciones

- Realizar un estudio para la factibilidad de huevo líquido como mercado alternativo, para empresas dedicadas a la elaboración de salsas, repostería, panadería entre otras, ya que estas requieren del producto y son un segmento alternativo de mercado.
- Importación de maquinaria que ayude a optimizar procesos dentro de la empresa, y ayude a aumentar el ritmo de producción en el caso que se quiera satisfacer a los dos segmentos de mercado como deportistas y empresas de repostería.
- Fomentar en el país reglamentos sobre el uso adecuado de los ovoproductos para tener normalizados todos los procesos e incentivar el crecimiento de la industria del huevo líquido en el país.
- Incentivar a universitarios que realicen trabajos relacionados sobre la industria del huevo así como lo hacen asociaciones en España para tener datos históricos de cómo funciona esta industria dentro de nuestro país.
- Motivar a los nuevos emprendedores con proyectos enfocados en el cambio de la matriz productiva, y ayudar con planes de financiamiento a tasas bajas de interés.

BIBLIOGRAFÍA

- Alles, M. (2016). *Selección por competencias* . Buenos Aires : Granica.
- Álvarez , J., Álvarez , I., & Bullón , J. (2006). *Introducción a la calidad. Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad* (Primera ed.). Vigo: Ideaspropias.
- Armstrong, G., Kotler, P., Merino , M., Pintado , T., & José María . (2011). *Introducción al marketing* . Madrid : Pearson Educación S.A.
- Baca Urbina , G. (2010). *Evaluación de proyectos* (Sexta ed.). México D.F: McGrawHill.
- Baena Graciá, V. (2011). *Fundamentos de marketing. Entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial* . Barcelona : Uoc .
- Boatella, J., Codony, R., & López, P. (2004). *Química y Bioquímica de los alimentos*. Barcelona: Universidad de Barcelona .
- Bravo Valdivieso, M. (2001). *Contabilidad General* (Cuarta ed.). Quito, Ecuador : Nuevodia.
- Burruezo García , J. (2003). *La gestión moderna del comercio minorista* (Segunda ed.). Madrid: Esic.
- Castro , R., & Mokate, K. (2003). *Evaluación económica y social de proyectos de inversión* . Bogotá: Uniandes .
- Cervera Fantoni, Á. L. (2003). *ENVASE Y ENBALAJE (La venta silenciosa)*. Madrid : ESIC EDITORIAL .
- Control Sanitario. (s.f.). *ControlSanitario*. Obtenido de http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/A-4712-Reglamento_otorgar_Permisos_funcionamiento_Establecimientos.pdf
- Control Sanitario. (s.f.). *ControlSanitario*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/inscripcion-de-notificacion-sanitaria-de-alimentos-procesados-fabricacion-nacional/>
- Córdoba Padilla , M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe.
- Fierro Martínez , Á. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Ecoe.

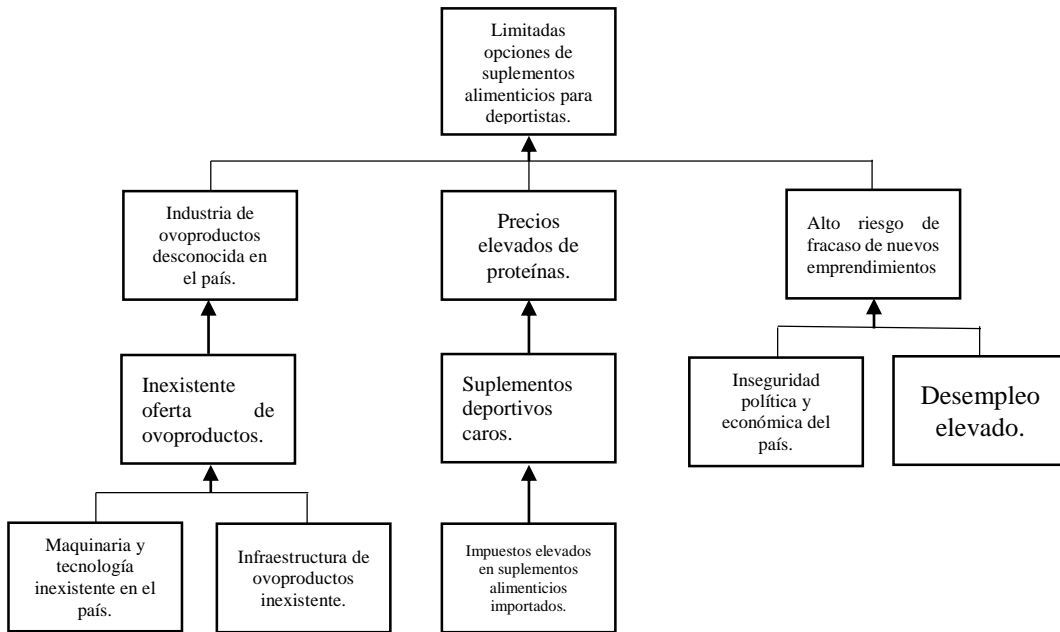
- Frontera , W., Herring , S., Micheli , L., & Silver , J. (2008). *Medicina deportiva clínica* . Madrid : Elsevier .
- Gil, Á., & Ruiz, M. D. (2010). *Tratado de nutrición*. Madrid : MÉDICA PANAMERICA S.A.
- González Fernández , F. (s.f). *Auditoría del mantenimiento e indicadores de gestión*. Madrid : Fc Editorial .
- Guardaño Ligeró , M. (2013). *Atención al cliente en el proceso comercial* . Málaga : IC EDITORIAL.
- Gutiérrez Gorostiaga , J. (2015). *Gestión y control administrativo de las operaciones de caja*. España : Paraninfo S.A.
- Hair , J., Bush , R., & Ortinau, D. (2004). *Investigación de mercados* (Segunda ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández, G. (2006). *DICCIONARIO DE ECONOMÍA* . Medellín : Teoría del color .
- Horngren, C., Harrison Jr, W., & Smith Bamber , L. (2003). *Contabilidad* (Quinta ed.). México: Pearson Educación.
- INEC. (2009). *Costumbres y prácticas deportivas en la población ecuatoriana*. Quito: Talleres gráficos del Inec. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/CostumPracticasDeportivas.pdf
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/24_GETNIAS_PROV_CANT_PARRO_Q_AREA.xls
- Inen. (s.f.). *Normalización*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/RTE-058-1R.pdf>
- Instituto de Estudios del Huevo . (2007). *Manejo del Huevo y los Ovoproductos en la cocina* . Madrid : Instituto de Estudios del Huevo.
- Instituto de Estudios del Huevo. (2004). *Seguridad Alimentaria en Huevos y Ovoproductos*. Madrid: Artes Graficas G3 S.A.
- Jiménez Lemus , W. (2010). *Contabilidad de costos* . Bogota : Fundación para la educación San Mateo .

- López Heras , C., & Rodríguez González, J. (2016). *Control de la conservación de los alimentos para el consumo y distribución comercial* (Primera ed.). Madrid: Paraninfo.
- M Ballvé, A., & Debeljuh, P. (2006). *Misión y Valores. La empresa en busca de su sentido* . Buenos Aires : Gestión 2000.
- Maldonado , P. (26 de Enero de 2015). *LÍDERES*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ovosan-huevo-pasteurizado-apuesta-pequena.html>
- Malhotra, N. K. (2004). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE APLICADO* . México : Pearson Education .
- Manuera Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. I. (2007). *ESTRATEGIAS DE MARKETING Un enfoque basado en el proceso de dirección* . Madrid : ESIC .
- Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez , A. (2012). *Análisis del entorno* . Madrid : Díaz de Santos .
- Mejía , F., Álvarez , R., & Fernández, H. (2005). *Matemáticas Previas al Cálculo*. Medellín : L.Vieco e Hijas Ltda.
- Miquel , S., Parra, F., Lhermie , C., & Miquel , M. (2008). *DISTRIBUCIÓN COMERCIAL* . Madrid : ESIC .
- Miranda González , F., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba , S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad* . Madrid : Delta .
- NaturalVitality. (s.f). *NaturalVitality*. Obtenido de <http://tienda.naturalvitality.com.ec/suplementacion-deportiva-36>
- Ortega , R., López , A., & Requejo , A. (2004). *La composición de los alimentos*. Madrid: Complutense.
- Pascual , M., & Calderon , V. (2000). *MICROBIOLOGÍA ALIMENTARIA METODOLOGÍA ANALÍTICA PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS* . Madrid : Rustica-Hilo S.L.
- Pérez-Carballo Veiga , J. (2013). *Control de la gestión empresarial* (Octava ed.). Madrid: Esic.
- Propiedad Intelectual. (s.f.). *Propiedadintelectual*. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

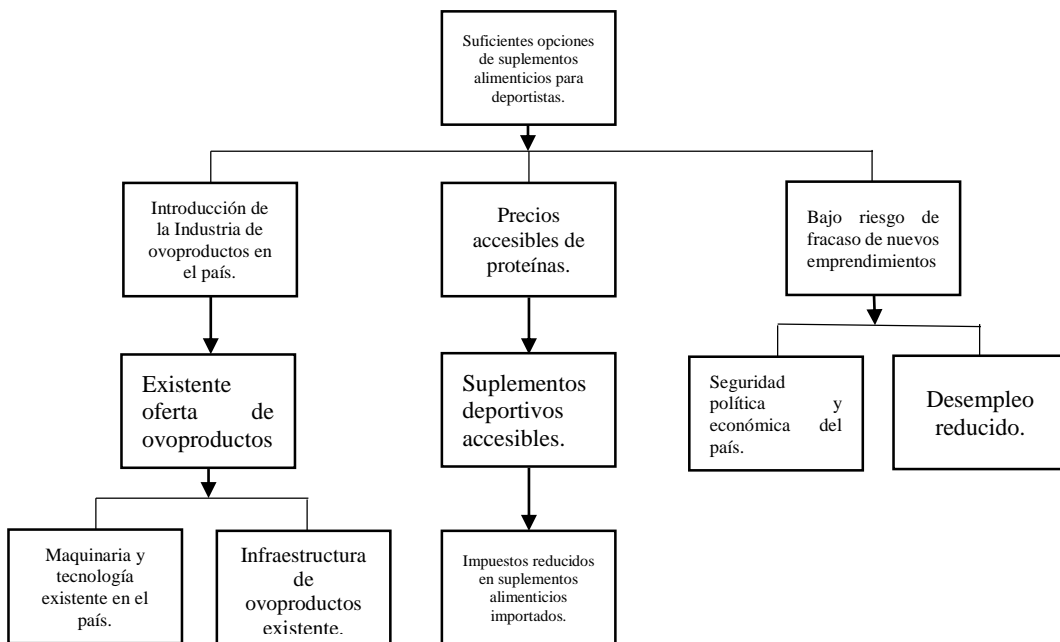
- Raventós Santamaria , M. (2005). *Industria Alimentaria Tecnologías emergentes* (Primera ed.). Barcelona: Upc.
- Rivas , J., & Grande , I. (2013). *Comportamiento del consumidor* . Madrid : Esic .
- Rodríguez Ardura , I., Ammetller Montes , G., López Prieto , Ó., Maraver Tarifa , G., Martínez Argüelles , M., Jiménez Zarco , A., . . . Martínez López, F. (2006). *Principios y estrategias de marketing* . Barcelona : UOC .
- Sri. (s.f.). Sri. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/RUC-FICHA%20REQUISITOS%20PARA%20INSCRIPCI%C3%93N%20O%20ACTUALIZACI%C3%93N%20SOCIEDADES%20(1).pdf
- Torres Hernández , Z. (2014). *Administración estratégica*. México D.F: Patria.
- Zambrano Barrios , A. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública* . Caracas : Texto C.A.

ANEXOS

ÁRBOL DE PROBLEMAS



ÁRBOL DE OBJETIVOS



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

INVESTIGACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Esta investigación será previa a la obtención del título de administración de empresas y negocios que será realizada en las ciudades de Quito, Latacunga y Ambato se agradece su amable colaboración.

DATOS GENERALES

Nombre _____

Edad _____

Deporte _____

Ciudad _____

Encuesta

1.- ¿Consumes algún tipo de suplemento alimenticio?

SI NO

2.- ¿Con qué frecuencia compra suplementos alimenticios?

Diario

Semanal

Mensual

Semestral

Anual

3.- ¿Qué tipo de alimentos que contiene proteína consumes?

Leche

Carne

Huevos

Pollo

Pescado

Granos

Otro _____

4.- ¿Consume usted Huevos?

SI NO

¿Por _____ qué?

5.- ¿En qué tipo de presentación compra usted los huevos?

Cubetas de 12

Cubetas de 24

Cubetas de 30

6.- ¿Cuándo consume huevos, lo hace?:

Entero

Solo Clara

Solo Yema

7.- Sabía usted que las claras de huevo sirven para:

Posee muy pocas calorías

Ganar masa muscular

Mineralización de los huesos

Sensación de saciedad

No sabía

8.- ¿Le gustaría consumir claras de huevo pasteurizadas envasadas?

SI NO

9.- ¿En dónde le gustaría adquirir este producto?

Supermercados

Tiendas de barrio

Tienda virtual

Gimnasio

10.- ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

Televisión

Radio

Redes sociales

Web oficial

Prensa Escrita

¿Cuál?

11.- ¿En qué horario usted accede a los medios de comunicación en el día?

Mañana

Tarde

Noche

12.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un litro de claras de huevo pasteurizadas?

\$4-6

\$6-8

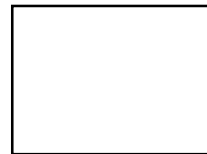
\$8-10

OBSERVACIÓN

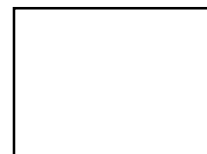
LOGO 1



LOGO 2



LOGO 3



Principios rectores

Matriz axiológica de principios

Grupo	PROPIETARIOS	EMPLEADOS	CLIENTES	PROVEEDORES	ESTADO
Principio					
Trabajo en equipo	X	X		X	
Calidad	X	X	X	X	
Compromiso	X	X	X	X	X
Creatividad	X	X			

Valores rectores

Matriz axiológica de valores

Grupo	PROPIETARIOS	EMPLEADOS	CLIENTES	PROVEEDORES	ESTADO
Valores					
Responsabilidad	X	X	X	X	X
Respeto	X	X	X	X	X
Solidaridad	X	X	X	X	X
Honestidad	X	X	X	X	X

Matriz PCI (Perfil de capacidad interna)

Capacidades	Grado			Grado			Impacto		
	Fortalezas			Debilidades			Alto	Medio	Bajo
Capacidad directiva	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo			
Liderazgo democrático en toda la organización		X						3F	
Cultura organizacional fuerte	X						5F		
Alta respuesta a toma de decisiones en escenarios de incertidumbre		X						3F	
Clima laboral estable y agradable		X						3F	
No existe una planificación estratégica adecuada					X			3D	
No existe acuerdos o convenios con otras empresas					X			3D	
No existe políticas acorde a los valores institucionales					X			3D	
Adaptación de leyes y reglamentos			X						1F
Capacidad competitiva									
El producto que se brinda es de calidad	X						5F		
Empleados capacitados		X						3F	
No existe un posicionamiento adecuado de la marca					X			3D	
Indicadores de gestión de la calidad		X						3F	
El precio del producto es muy elevado				X			5D		

Matriz POAM (Perfil de las amenazas y oportunidades en el medio)

Factores	Grado			Grado			Impacto		
	Oportunidades			Amenazas			Alto	Medio	Bajo
Factor Económico	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo			
El dólar da cierto grado de seguridad a los inversionistas en Ecuador		X						3O	
La economía popular y solidaria es un apoyo para los nuevos emprendimientos	X						5O		
Las restricciones y altas tasas de interés					X			3A	
Factor Político									
La inestabilidad política en el Ecuador todavía es preocupante					X			5A	
El sistema político socialista pone ciertas restricciones al libre mercado					X			3A	
Factor Social									
Existe un porcentaje alto de migrantes en el país			X						1°
Los paradigmas sociales aún siguen siendo un limitante				X				5A	
Pérdida de credibilidad de los líderes políticos en el país						X			1ª
Factor Tecnológico									
El cambio de la matriz productiva en el país	X						5O		
Falta de convenios bilaterales con países para adquirir tecnología					X			3A	
Fabricación y construcción de ciertos productos en el país			X					3O	

Matriz FODA

	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
POSITIVO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	Se cuenta con personal calificado y motivado.	El cambio de la matriz productiva para adquirir nueva maquinaria.
	El producto que se oferta es de calidad.	El dólar da cierto grado de seguridad a los inversionistas extranjeros en Ecuador.
	La cultura organizacional de la empresa es fuerte.	El sector de ovoproductos en el Ecuador es nuevo.
	Liderazgo democrático en el área estratégica.	Mercados que aún no se han cubierto como deportistas con suplementos deportivos.
	La maquinaria y tecnología de la empresa es totalmente nueva en óptimas condiciones.	La economía social y solidaria ayuda a la creación de nuevos emprendimientos.
	Los procesos bien definidos de la empresa optimizan recursos.	Mano de obra de migrantes en Ecuador.
NEGATIVO	DEBILIDADES	AMENAZAS
	No existe una planificación por parte del área estratégica.	Las restricciones y las altas tasas de interés.
	No existen acuerdos con otras instituciones.	La inestabilidad política en el país.
	No existen políticas y reglamentos de acuerdo a los valores de la empresa.	El sistema socialista pone ciertas restricciones al libre mercado.
	La marca es nueva no existe un posicionamiento en el mercado.	Los paradigmas sociales aún siguen siendo un limitante.
El precio del producto es elevado.	Falta de tratados de libre comercio con países a nivel mundial.	

Matriz de vulnerabilidad

Amenazas Debilidades	Las restricciones y las altas tasas de interés.	La inestabilidad política en el país.	El sistema socialista pone ciertas restricciones al libre mercado.	Los paradigmas sociales aún siguen siendo un limitante.	Falta de tratados de libre comercio con países a nivel mundial.	TOTAL	PRIORIDAD
No existe una planificación por parte del área estratégica.	5	5	5	5	5	25	1 ero
No existen acuerdos con otras instituciones.	3	3	3	3	5	17	2 do
No existen políticas y reglamentos de acuerdo a los valores de la empresa.	1	3	1	5	1	11	5 to
La marca es nueva no existe un posicionamiento en el mercado.	3	1	3	5	3	15	4 to
El precio del producto es elevado.	3	5	3	3	3	17	3 ero
TOTAL	15	17	15	21	17	85	
PRIORIDAD	5 to	2 do	4 to	1 ero	3 ero		

Matriz de Aprovechabilidad

Oportunidades Fortalezas	El cambio de la matriz productiva para adquirir nueva maquinaria.	El dólar da cierto grado de seguridad a los inversionistas extranjeros en Ecuador.	El sector de ovoproductos en el Ecuador es nuevo.	Mercados que aún no se han cubierto como deportistas con suplementos deportivos.	La economía social y solidaria ayuda a la creación de nuevos emprendimientos.	Mano de obra de migrantes en Ecuador.	TOTAL	PRIORIDAD
Se cuenta con personal calificado y motivado.	3	1	5	3	3	5	20	2 do
El producto que se oferta es de calidad.	5	1	5	5	3	3	22	1 ero
La cultura organizacional de la empresa es fuerte.	3	1	3	1	5	3	16	5 to
Liderazgo democrático en el área estratégica.	1	1	3	1	3	1	10	6 to
La maquinaria y tecnología de la empresa en totalmente nueva en óptimas condiciones.	5	3	5	1	3	3	20	3 ero
Los procesos bien definidos de la empresa optimizan recursos.	3	1	5	3	3	3	18	4 to
TOTAL	20	8	26	14	20	18	106	
PRIORIDAD	2 do	6 to	1 ero	5 to	3 ero	4 to		

Matriz de estrategias

		OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS PARA O-A
Externo		El sector de ovoproductos en el Ecuador es nuevo. (O1)	Los paradigmas sociales aún siguen siendo un limitante. (A1)	Elaboración de un estudio de mercado que indique gustos y preferencias de los consumidores. (E O1-A1)
		El cambio de la matriz productiva para adquirir nueva maquinaria. (O2)	La inestabilidad política en el país. (A2)	Gestión de los mejores proveedores de maquinaria de ovoproductos. (E O2-A2)
		La economía social y solidaria ayuda a la creación de nuevos emprendimientos. (O3)	Falta de tratados de libre comercio con países a nivel mundial. (A3)	Gestión de nuevas relaciones con empresas e instituciones financieras a nivel nacional e internacional. (E O3-A3)
		Mano de obra de migrantes en Ecuador. (O4)		Contratar mano de obra calificada de migrantes en el Ecuador. (E 04)
Interno				

Matriz de estrategias

FORTALEZAS (F)	ESTRATEGIAS PARA F-O	ESTRATEGIAS A-F
El producto que se oferta es de calidad.	Fidelizar a los clientes con un producto de calidad. (F1-01)	Realizar un adecuado plan de marketing de gustos y preferencias del consumidor. (A1-F1)
Se cuenta con personal calificado y motivado.	Implementar maquinaria necesaria para optimizar los recursos. (F2-O2)	Fidelizar a los empleados de la empresa. (A2-F2)
La maquinaria y tecnología de la empresa es totalmente nueva en óptimas condiciones.	Buscar financiamiento con las mejores instituciones financieras. (F3-O3)	Fomentar alianzas estratégicas con empresas del exterior para adquisición de maquinaria. (A3-F3)
Los procesos bien definidos de la empresa optimizan recursos.	Contratar personal altamente calificado. (F4-O4)	Estandarizar los procesos para poder obtener mayor rentabilidad. (A4-F4)

Matriz de estrategias

DEBILIDADES (D)	ESTRATEGIAS PARA D-O	ESTRETEGIAS PARA F-D	ESTRATEGIAS PARA D-A
No existe una planificación por parte del área estratégica.	Realizar una planificación estratégica dentro de la empresa. (D1-O1)	Crear una planificación estratégica acorde a las necesidades de la empresa. (F1-D1)	Crear una cultura organizacional fuerte en la empresa con la implementación de la planificación estratégica. (D1-A1)
No existen acuerdos con otras instituciones.	Realizar convenios y alianzas con empresas del país. (D2-O2)	Realizar convenios con otras instituciones para capacitar al personal de la empresa. (F2-D2)	Fomentar relaciones fuertes con empresas para atraer nuevos inversionistas. (D2-A2)
El precio del producto es elevado.	Realizar un adecuado estudio y análisis de precios. (D3-O3)	Reducir costos de producción en cuellos de botella encontrados. (F3-D3)	Negociar el producto a países que Ecuador tenga convenios. (D3-A3)
	Contratar especialistas migrantes en producción de ovoproductos. (D4-O4)	Realizar un manual de procesos en la empresa. (F4-D4)	

Calvopiña Parra María Teresa **FACTURA 001-001-**

VENTA DE ABARROTES
RUC: 0500720594001

Nº 001508

Direc: El Salto - Av. 5 de Junio s/n y Antonia Vela
 Telf.: (03) 2803 249 Cel.: 09 8455 4853
 Latacunga - Ecuador

Aut. SRI: 1120746413

Cliente: Eric Parra

DIA	MES	AÑO
01	06	2017

C.I. / RUC: 0503575789 Telf.: 0999749746

Dirección: La Fae (Latacunga)

Forma / Pago: Efectivo Dinero Elect. Tarjeta Otros

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	escoba		2,50
1	trapeador		2,50
1	Pinoklio libro		2,25
1	papel higiénico		9,00
1	ajax cloro libro		1,70
1	Jabón de trape		1,00
1	toalla		2,00

Heriberto Chuchico Lema (Gráficas "Nuevo Mundo")
 AUT. 1040 RUC: 0500037106001 Telf.: 2813 872 - Ltga.
 Fecha Autorización: 17 / MAYO / 2017

Subtotal 0%
 Subtotal ___ %
 Total I.V.A.
TOTAL \$ 20,95

F. RESPONSABLE F. CLIENTE

del 001501 al 001700 CADUCA: 17 / MAYO / 2018

BLANCA: ADQUIRENTE
 ROSADA: EMISOR

DIAS HERRERA MARIA CONCEPCION

VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE PERFUMERIA, COSMETICOS, JABONES,
 ARTICULOS DE TOCADOR Y ARTICULOS DE PLASTICO.

Dirección: El Salto, calle Félix Valencia s/n. y Cinco de Junio.
 Teléfono: (03) 2804 558 • Celular: 0999 667 926 • Latacunga - Ecuador

NOTA DE VENTA RISE 001-001-00 0000713

RUC: 0501057079001 Aut. SRI: 1120581961

Sr. (es): Eric Parra Fecha: 07/06/2017

Dirección: La Fae Telf.: 0999749746

RUC: 0503575789 "Contribuyente Régimen Simplificado"

CANT.	DETALLE	V.UNIT.	V. TOTAL
1	pala		1,00
1	basorero		2,50
2	Recipientes grandes	5	10,00
1	Paquete de fouda industrial		1,00

Monto autorizado por transacción: Nota de Venta
 - ACTIVIDADES DE COMERCIO hasta \$ 150,00 **TOTAL \$ 14,50**

[Firma] *[Firma]*
 F. CLIENTE F. RESPONSABLE Documento Categorized: SI

FORMA DE PAGO: EFECTIVO DINERO ELECTRONICO TARJETA DE CREDITO DEBITO OTROS

Fecha de Autorización: 17/Abril/2017 • Fecha de Caducidad: 17/Abril/2018 Original: Adquirente / Copia: Emisor

GINOX METAL

Equipamiento de asaderos
y todo lo relacionado a la rama

TRABAJAMOS TODO LO REFERENTE A LA CERRAJERÍA FORJADO, MIXTO, ESPAÑOL, AMERICANO Y ACERO INOXIDABLE

RUC: 0502336449001

Dirección: San Buenaventura Av. Amazonas Barrio San Silvestre

Teléfonos: 0987 004 884 - 0968 718 442

LATACUNGA - ECUADOR

PROFORMA

0000070

SEÑOR: Eric Parra Tel.: 0999749746
 DIRECCIÓN: Latacunga La Fae RUC.:
 GUILA REMISION: FECHA: 11 05 2017

CANT. DESCRIPCIÓN V. UNITARIO V. TOTAL

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Máquina Separadora de Huevos Clara y Yema en Acero inoxidable 304. Medidas 200cm. x 60cm y 100 metro.		\$ 1800
2	Coches cuadrados de Acero inoxidable 304 con ruedas de nailón. Medidas para 200 litros.		\$ 500

GINOX METAL
 CEL: 0968 718 442
 RUC: 0502336449001

FIRMA CLIENTE

FIRMA AUTORIZADA

SUB TOTAL \$ 1700
 SUB-TOTAL 0 %
 I.V.A. 12%
 VALOR TOTAL S \$ 1700

ORIGINAL - ADQUIRENTE - COPIA - EMISOR

MEGAZONE

RUC.: 0502728587001

FACTURA

CORNEJO HERRERA EDWIN ALBERTO

001-001-00 0001229

Dirección: Calle Antonia Vela 6-50 y Guayaquil

Teléfono.: (03) 2802109

Latacunga - Ecuador

SRI Aut. 1119862067

FECHA: DIA MES AÑO
 01 06 2017

<< DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO >>

Sr.(es): Eric David Parra Travez

Dirección.: La Fae


RUC.: 0503575789

Teléfono:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V/UNIT.	V/TOTAL
	Diseño de Logotipo y Etiqueta		

FORMA DE PAGO	EFFECTIVO	MONEDERO ELECTRONICO	TRANSFERENCIA	OTROS	Subtotal 0%
					Subtotal 12% 35.20
					Total I.V.A. 4.80
					TOTAL 40.00

Recibí Conforme
 Firmado Autorizado
 Panchi Aljo Marcelo Vicente, Graficas "Latacunga" RUC: 050633021001 Aut.: 1533, del 1201 al 1300, Fecha de Autorización: 02 de diciembre del 2016, Fecha de Caducidad: 02 de diciembre del 2017 Original: Adquirente / Copia Verde: Emisor



KCENTRO
PRODUCTOS PLASTICOS al por mayor y menor
Domínguez Mena María Eugenia
RUC. 0501312243001
Quijano y Ordóñez 14-42 y Av. Rumifañahui Telf. (03) 2802-063 Latacunga

Proforma
0000861

Fecha:

12	06	2017
DÍA	MES	AÑO

Cliete: DVOFIT

Dirección: SAÑICHE Telf: _____

RUC. / C.I. 0503575789 Guía de Remisión: _____

Cant.	DESCRIPCIÓN	V. Unif.	V. Total
50	Kit 25.5 C.T	13.35	667.50
2	Tapete B+T	24.99	49.98
SUB TOTAL		<u>64.06</u>	
DESCUENTO			
TARIFA 0 %			
TARIFA 12 %			
Importe del IVA		<u>76.87</u>	
TOTAL			<u>77.48</u>

Firma Cliente

Original - ADQUIRENTE Copia Cliente - EHSOR

GUALPA LLAMBA MARÍA TRÁNSITO

- VENTA AL POR MENOR DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA APARATOS DE USO DOMÉSTICO
- VENTA AL POR MENOR DE COCINAS INDUSTRIALES

Dirección: Av. Amazonas S/N
y Benjamín Terán • Cel: 0982 922 588 • Latacunga

RUC: 0501521710001
PROFORMA
0000022

DÍA: 02 MES: 05 AÑO: 2017

CLIENTE: Erc Bina

RUC. / C.I. 0503575789

DIRECCIÓN: LATACUNGA TELÉFONO: 0999744746

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	mesa de trabajo en ociso 150 X 70	480	480
SUB TOTAL			<u>480</u>
SUB TOTAL 0%			
DESCUENTO			
SUB TOTAL			
IVA			
VALOR TOTAL			<u>480</u>

FIRMA AUTORIZADA

FIRMA CLIENTE

MUEBLERIA TAPIA TAPIA TAPIA HUGO GILBERTO
 Calificación Artesanal N° 131720
 hugotapia08@hotmail.com
 Teléfonos: 2292130 / 0983284976
 Dirección: Isla Isabela 851 y Juan Abel Echeverría "Gualandun"
 Establecimiento: Av. Amazonas s/n y Salache
LATACUNGA-ECUADOR

RUC: 0501832851001
FACTURA 00200100
0000030
 Aut. SRI .1120361910

FECHA	DIA	MES	AÑO
	07	06	2017

Fabricación de Muebles de Madera para el Hogar

CLIENTE: Eric Parra
 DIRECCIÓN: Latacunga
 RUC: 0503575489 TELÉFONO: 0999379746

Cant.	DETALLE	V.Unit.	V.Total
1	Archivador	7,150	7,150
1	Escritorio	7,180	7,180
1	Silla giratoria	7,80	7,80
2	Sillas	7,40	14,80

FORMA DE PAGO Efectivo <input type="checkbox"/> Cheque Electrónico <input type="checkbox"/> Fondo de Crédito <input type="checkbox"/> Débito <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	Espinosa Lúminelsg Jaime Eduardo Imp. "Global Print" RUC: 0502879083001 Autorización 7065 1-Lib. del 001 al 100 AUTORIZACIÓN: 07/Marzo/2017 CADUCA: 07/Marzo/2018	Sub Total 14% \$ 9490 Sub Total 0% \$ DESCUENTO Sub Total \$ IVA 14% \$ TOTAL A PAGAR \$ 9490
--	--	---

Imprenta Global Print Telf: 03 2811 373

COPPOLA
 DEL ECUADOR
 Industria de Confecciones - Importador
SALAZAR MOLINA LUIS CORNELIO
 Dirección: El Carmen - Benjamín Terán 3-29 y Antonia Vela
 Teléfono: (03) 2803 632 Latacunga - Ecuador

RUC: 0500821400001
PROFORMA
 N° 000213

Señor (es): Eric Parra
 RUC/CI: 0503575489 Fecha:

DIA	MES	AÑO
24	05	2017

 Dirección: Latacunga
 Lugar de Entrega: _____ Forma de Pago: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Pañal de guardiana	4,00	4,00
1	Barro médico antibacterial	32,00	32,00
1	Paño de guantes de latex	32,00	32,00

SON: _____ POLARES.

Válida por: 15 días.

CIENTE: [Firma]

VENDEDOR: [Firma]

Subtotal	68,00
Descuento	
I.V.A. -0-	%
I.V.A. IVA	9,52
TOTAL \$	77,52

MARMITA AUTOVOLCABLE 250 LTS



Una marmita autovolcable para cocción de un volumen de 250 lts. brutos, doble pared, elaborada en acero inox. AISI 304-430, incluye motorreductor de baja revolución de 3/4 HP, monofásico 110-220 Volt., aspa agitadora inox., una tapa abatible, el equipo esta soportado por una estructura en tubo inoxidable.

CONDICIONES COMERCIALES

Valor del equipo: \$ 4.600 más IVA

Garantía: 12 meses.

Tiempo de entrega: 15 días hábiles

Se reciben todas las tarjetas de crédito





HUEVO
NUTRI

AVICOLA VALERIA

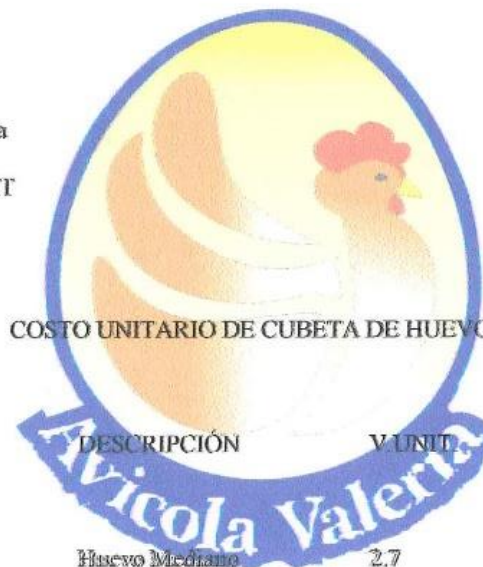
Oficina: Av. Graf. Miguel Iturralde Km 3 San Silvestre – Parroquia San Buenaventura
Planta: Barrio San Isidro – Parroquia San Isidro
Telf: (033) 2202 046 Cel: 098335810 RUC: 0500909759001
LATACUNGA – ECUADOR

PROFORMA

Latacunga, 07 de JUNIO del 2017

NOMBRE: Eric Parra

EMPRESA: OVO-FIT



COSTO UNITARIO DE CUBETA DE HUEVOS MEDIANOS

CANT.	DESCRIPCIÓN	V.UNIT.	V.TOTAL
100	Huevo Mediano	2.7	270


 Adolfo Benites
 CI 0500909353
 GERENTE



FECHA: 19/05/2017
 CLIENTE: OVOFIT
 RUC:

CANT	DESCRIPCION			VALOR TOTAL
1	Servicio de trámites de importación máquina envasadora desde China a Ecuador incluye IVA			200,00
	PARTIDA ARANCELARIA 8422.30.10.00 MAQUINA ENVASADORA DE LIQUIDOS	520,00	520,00	
	ADVALOREM 18%		93,60	
	SEGURO 1%		5,20	
	Flete		100,00	
	FODIMFA 0,5%		2,60	
	SUBTOTAL		721,40	
	14% IVA		101,00	
	TOTAL COSTO MAQUINA		822,40	
	Transporte externo		75,00	
	Transporte interno		20,00	
	VALOR TOTAL IMPORTACION MAQUINA		917,40	917,40
	TOTAL			1117,40


 Monica Benavides
 MC CONTADOR PUBLICO AUTORIZADO



Av. Amazonas 10-22 y Fortaleza de Callo
Telefono: 032813032
Cel: 0984471402
Latacunga -. Ecuador

FECHA: 19/05/2017

CLIENTE: OVOFIT

RUC:

CANT	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Declaraciones de impuestos Formulario 103, 104, ATS mensual	219,30	219,30
	SUBTOTAL		219,30
	IVA 14%		30,70
	TOTAL		250,00

Monica Benavides
MC CONTADOR PUBLICO AUTORIZADO



CORNEJO HERRERA EDWIN ALBERTO
RUC. 0502728587001

PROFORMA

NOMBRE: Eric David Parra Trávez **FECHA:** 1 de Junio de 2017

Nº CÉDULA: 0503575789 **VÁLIDO:** 30 días

DIRECCIÓN: La Fae **TELÉFONO:** 0999749746

Computador de Escritorio con las siguientes especificaciones y suministros de oficina:

CANT.	DESCRIPCIÓN	V/UNIT	V/TOTAL
1	CASE GAMING GAMEMAX G530 1USB-3.0 1USB-2.0 MID-TOWER SIN FUENTE BLACK	60	60
1	PROCESADOR. INTEL Celeron G3900 2.8GHZ 2MB Cache	50	50
1	MEMORIA RAM DIMM KINGSTON 4GB 260-Pin DDR4 PC-2133 KVR21S15S8-4	45	45
1	MOTHER BOARD GIGABYTE B85M-DS3H LGA1150 I7 DDR4 V S R 4USB3.0	75	75
1	DISCO DURO 1TB INTELLI-POWER 24-7 CACHE-64MB SATA 6.0Gb	90	90
1	MONITOR LG 20" 20M38h-B LED 1600X900 D- Sub HDMI	120	120
1	DVD-RWRITER LG GH24NC0 24X SATA BULK	25	25
1	ADAPTADOR DE MEMORIAS	5	5
1	IMP. EPSON MULTIFUNCION L395 USB 2.0 WIFI 4000-BLACK 6500-COLOR	300	300
	Suministros de oficina		
1	Caja de Papel Copy Laser	26	26
100	Carpetas Cartón	0.12	12
1	Grapadora.	8.50	8.50
1	Perforadora.	12.50	12.50
1	Caja de Esferos Azul	0.3	7.20
1	Caja de Grapas	1	1
1	Paquete de clip	1	1
12	Archivadores	3	36
	Subtotal		769.30
	IVA 12%		104.90
	TOTAL		874.20

INCLUYE LOS PERIFÉRICOS: Mouse, Teclado, Cámara, Headset, Parlantes, Adaptador wifi, Regulador de Voltaje, Flash de 8 GB y mesa.

GARANTÍA DE UN AÑO


 Ing. Edwin Cornejo

FIRMA AUTORIZADA



Dir. Antonia Vela 6-50 y Guayaquil Email. each82@hotmail.es Teléf. 032802109/0992761292
 Latacunga-Ecuador



NAVAS & CARRERA
CONSORCIO JURIDICO

PROFORMA JURIDICA

Reciba un cordial saludo del Consorcio Jurídico Navas & Carrera, con el concepto de extender una proforma de servicios profesionales para la creación de una compañía de sociedad anónima, para lo cual especificamos los valores:

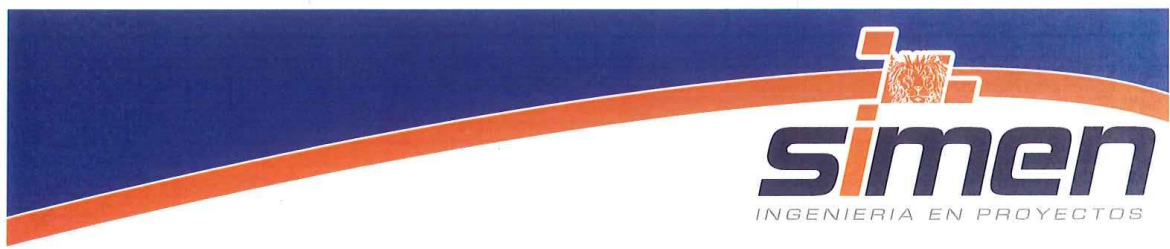
- Conformación de la minuta ante la notaría 120 USD
- tramites en Registro de la Propiedad 45 USD
- tramites de Superintendencia de Compañías 200 USD
- Permisos de ARCSA 100 USD
- Permisos de Bomberos 35 USD
- Registro de Marca IEPI 208 USD
- Patente Municipal 30 USD
- RUC 20 USD
- Registro Mercantil 50 USD

TOTAL: 808 USD



José Eduardo Navas
ABOGADO
Matrícula: 05-2015-4

Calle Belisario Quevedo y Guayaquil
Telf: (05) 2813228 0997668849 0995009890
COTOPAXI - LATACUNGA - ECUADOR



Latacunga, 6 de junio del 2017

SR: ERIC PARRA

C.I.: 0503575789

PROFORMA DE MATERIAL ELECTRICO

Fecha: 06-06-2017

SIMEN Cia. Ltda. RUC: 0591720856001			
PRESUPUESTO REFERENCIAL			
LISTA DE MATERIALES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
BREAKER 2 POLOS 10 A	1	11,75	11,75
PANEL MONOFASICO-BIFASICO 2 ESPACIOS	1	18,15	18,15
TOMACORRIENTE POLARIZADO 220V-60HZ 15A	2	4,60	9,20
CAJA PLASTICA TOMA BLANCA 40MM	2	2,10	4,20
CANALETA 20X12 AUTOADHESIVA	6	3,05	18,30
CANALETA DE PISO 60x13 2MT	2	12,66	25,32
CABLE SOLIDO #10 AWG COLOR NEGRO	20	0,64	12,80
VARILLA COPERWELD 5/8x6"	1	8,75	8,75
INTERRUPTOR PUESTA EN MARCHA Y PARO	1	10,23	10,23
CABLE FLEXIBLE #12 COLOR VERDE	15	0,21	3,15
LAMPARA DE EMERGENCIA LED 120V-220V	1	32,00	32,00
TOTAL MATERIALES			153,85
IVA 12%			18,46
MANO DE OBRA			60,00
TOTAL			232,31

NOTA: LA PRESENTE PROFORMA TIENE UNA VALIDEZ DE 30 DIAS A PARTIR DE LA FECHA

ATENTAMENTE


 LUIS JARA
 SIMEN CIA. LTDA.



Latacunga, 7 de junio del 2017

AVICOLA BRAZALES

Ruc: 0501685028001

Señor:

Eric Parra

Empresa:

Ovo Fit

Nos es grato a petición suya cotizar la información solicitada sobre nuestros productos:

Cubetas de 30 unidades de Huevo Mediano de gallina con un peso promedio de 60 gr por unidad, el huevo tiene un proceso adecuado de limpieza para su distribución.

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Cubeta de huevo mediano	\$ 2,70	\$ 2,70
		Subtotal	\$ 2,70
		Total	\$ 2,70

Notas:

Tiempo de entrega: Inmediata después de realizar la compra.

Transporte: Por compras superiores a las 1500 cubetas se realizar la entrega de manera gratuita.

Forma de pago: En efectivo o cheque

Validez de la oferta: 35 días hábiles

Garantía: Se garantizara que las cubetas lleguen en óptimas condiciones

Agradeciéndole de ante mano su gentil solicitud y cualquier duda no dude en contactarnos.

Atentamente;



Edgar Patricio Brazales Mena

Gerente

AVICOLA BRAZALES

Dirección: Alaquez Laigua de Vargas Calle Principal
Tel.Dom: 032 226 905
Latacunga Ecuador



COMPañÍA DE TRANSPORTE PESADO "TRANSFAMACA S.A."

Latacunga, 01 de Junio del 2017

Sr. Eric Parra

Ovo Fit

Ciudad.-

COTIZACION DE SERVICIO DE TRANSPORTE TERMOKING

Un saludo cordial y respondiendo a su petición detallamos el servicio solicitado:

Servicio de transporte en termoking con refrigeración para la distribución de Huevo líquido en las rutas Latacunga- Ambato, y recorrido interno dentro de la ciudad de Latacunga en furgón Hino año 2015 tipo camión con capacidad de 3,6 toneladas con refrigeración, el servicio solicitado será mensual.

Cantidad	Descripción	V.Unitario	V.Total
1	Fletes de huevo líquido mensual	\$350	\$350
	Subtotal		\$350
	IVA %		0
	Total		\$350

Condiciones de la oferta:

- La cotización tendrá una validez de 30 días
- Garantía con cada viaje realizado del producto
- La forma de pago será a finales de cada mes

Agradeciendo su tiempo e interés por nuestros servicios me suscribo;

Atentamente


Lic. Wilson Fabián Madrid Caicedo

Gerente

TRANSFAMACA S.A



Dirección: Cdla. Maldonado Toledo Calle Pangua 3-73 y Av. Cotopaxi
Telfs.: (03) 2803-249 / 09 8401 5738 **E-mail:** mafaca01@yahoo.com.ar
Latacunga - Ecuador

COMERCIAL KYWI S.A.

AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.I. 1116449266 DEL 23/FEB/2015
CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL.SRI, 5368

AGENCIA 25 (LATAGUNGA)
RUC : 1790041220001
TELF : 252703
CIUDAD: LATACUNGA



PROFORMA No. 405737
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

FECHA DE EMISION : 2017/05/19 Pag.: 1
VALIDO HASTA : 2017/05/27

RUC : 503575789 Cod.Cliente: 888885 0
Sr.(s) : ERIK PARRA
DIRECCION: LATACUNGA GONZALO CORDOVA
TELEFONO : 0999749746
VENDEDOR : BYRON TORRES

ERIK PARRA

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PREC-UNIT	T O T A L
516015	EXTINTOR 5LB CO2 BC TRITON	1	44,47	44,47
522236	Gafa DE SEGURIDAD TRI-580-T TRANSP	1	3,89	3,89
524727	TAPONES DE ESPUMA P/OIDOS 26DB TRI-13E C	1	0,89	,89
553387	CASCO HALLEY AZUL 30000V DIELEC T1-CL E	1	13,84	13,84
575356	MASCARILLA 3M 8210 FUNDA 2 UNIDADES	1	2,53	2,53
576492	DELANTAL DE CUERO SPLIT	1	7,57	7,57
578126	GUANTE LATEX M EXAMINACION PP C/100U	1	8,76	8,76
582859	BOTIN 38 NEGRO PUNTA DE ACERO	1	59,14	59,14
674699	COCHE PLATAFORMA 35"*24" 880LB VULCAN	1	169,91	169,91
754145	GUANTES CUERO TERMICO GRIS AZUL 10.5"	1	5,73	5,73

* ---> CODIGOS EXENTOS DE IVA	SUBTOTAL	:	316,73
	IVA INCLUIDO	:	38,90
PAGUE COMO PAGUE KYWI LE OFRECE LOS MEJORES PRECIOS	TOTAL	:	316,73

FIRMA :

COMERCIAL KYWI S.A.

FIRMA :

CLIENTE

Esta Proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A.

En el caso de existir cambios en los precios de nuestros proveedores nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.

Quito, 10 junio del 2017

Señores

OVO FIT

Presente

Sr. Eric Parra

Nos es grato cotizar ha petición suya lo siguiente:

Empaque doy pack con válvula (tapa rosca), que está compuesto por tres capas de materiales los cuales son aluminio, polietileno y nylon, las dimensiones del envase son de 25cm*18*4,5 cms, capacidad de llenado de 1000 ml por envase, contara con 4 tintas de impresión, de 70 micras de sellado recto, a continuación se detalla el precio unitario que ustedes solicitaron.



Cantidad	V. Unitario	V. Total
1	\$0,38	\$0,38

Condiciones de la oferta:

De los precios: Los precios ya incluyen IVA y dependiendo de la cantidad requerida el envío será gratis a cualquier parte del país.

Forma de pago: 50% pedido, 50% contra entrega

Tiempo de entrega: 30 días hábiles si es un envase nuevo a producirse

Agradeciendo su interés por nuestros productos y su tiempo, me suscribo.



Atentamente

Ing. Juan Tovar

Producción

FLEXPACK LTDA.

Amazonas N34 y Av. Veintimilla
(593 2) 2890789/ (593 2) 2823546
flexypack@gmail.com
Quito – Ecuador



CONSTRUCTORA VIAL CARRERA & ASOCIADOS
CONVIALCAR S.A.

- Ofrecemos todo tipo de material pétreo
- Disponemos de volquetas y equipo caminero
- Construcción de calles y carreteras
- Asesoramiento Técnico

PROFORMA

Cliente: OvoFit

Ruc: 0503575789

Dirección: Latacunga-Salache

Fecha: 09/06/2017

Teléfono: 0999749746

Cantidad	Descripción	Unidad (U-m2)	Valor total
Instalaciones y remodelaciones			
Recubrimientos			
8,53 m2	Cerámica Ándres 20x30cm verde (estándar) Pisos (Cocina - Baños)	\$ 6,64	\$ 56,63
80 m2	Vinil pavco marmol curuba vcolor 1.6mm 30x30 Piso (Oficinas)	\$ 4,55	\$ 364,00
18m2	Pintura antideslizante Piso (Producción - Terminado)		\$ 216,67
Obras exteriores			
2	Ranflas para carga y descarga		\$ 134,78
36,63 m2	Adoquines hexagonal vehicular 300 kg/cm2 (Desembarque carro)	\$ 8,10	\$ 296,70
32 m2	Bordillos y aceras	\$ 16,00	\$ 512,00
Instalaciones hidrosanitarias			
2U	Rejilla aluminio 75x50	\$ 5,06	\$ 10,12
6 m	Tubo PVC roscable 1/2 SCH 80x6 M	\$ 5,71	\$ 34,26
1U	Llave de paso compuerta 1" soso cu	\$ 15,71	\$ 15,71
1U	Fregadero acero inoxidable de 80x50 (linea clasica)	\$ 38,08	\$ 38,08
Muebles			
20U	Estanterías	\$ 8,27	\$ 165,40
Albañilería			
5,18 m	Mesón de hormigón armado encofrado A=0.5	\$ 17,36	\$ 89,92
Total			\$ 1.934,27

Nota: La cotización tienen una validez de 30 días a partir de su emisión.

Atentamente,

Arq. Cristian Carrera

Gerente